

Chloé GORRE

Albane NICOLAS

Clara CHOPARD

GINKO MOBILITÉ



SAÉ ÉTUDE D'UNE ORGANISATIONS

Ginko
Les mobilités de
Grand Besançon Métropole



1 - Caractérisation

But	But lucratif car ils réalisent un profit. Ginko vend des services marchands et but de service public, avec une dimension économique
Type d'organisation	Organisation publique (exploité par une entreprise privé keolis)
Finalités	Finalité économique : vente de titres de transports et cartes d'abonnement pour participer au financement du réseau. Dans le but de réaliser un profit afin d'assurer sa pérennité Finalité sociale : En tant que service public de transports en commun, Ginko vise à favoriser l'inclusion sociale, grâce à des tarifs abordables Finalité sociétal : remplir une mission d'intérêt général en facilitant l'accès à l'emploi, aux études, aux services publics, à la culture et au tourisme sur le territoire. Finalité environnementale : Réduire la pollution en favorisant les transports en commun
Type de production	Production de services de mobilité (transport de voyageurs)
Secteur d'activité	Secteur tertiaire : transport public de voyageurs
Statut juridique	Keolis Besançon Mobilités exploite le réseau dans le cadre d'une délégation de service public pour Grand Besançon Métropole: SAS, société par actions simplifiée mais ginko n'a pas de statue juridique car c'est une organisation publique
Nationalité	Française car son siège social est <u>5 RUE BRANLY, 25000 BESANCON</u>
Taille	Grande entreprise à l'échelle locale qui englobe environ 500 salariés.

Ressources

- **Humaine** : 500 collaborateurs (conducteurs, agents de maintenance, personnel administratif, contrôleurs)
- **Matérielles** : Véhicules (bus, tramways), dépôts, stations, infrastructures de transport, machines de maintenance, locaux administratifs
- **Immatérielles** : Image de marque, réputation, notoriété, relation avec les usagers, marque Ginko
- **Technologiques** : Logiciels de gestion du réseau, systèmes de billettique et de validation, applications mobiles, systèmes d'information voyageurs (temps réel), outils numériques
- **Financière** : Recettes (billets et abonnements), subventions publiques (collectivités), budget d'exploitation, investissements financés par la collectivité

Champ d'action géographique

Champ d'action géographique local, couvrant la ville de Besançon et son agglomération (environ 68 communes)

2 - Proposition de valeur

1. La proposition de valeur:

Proposition de valeur : services proposés par ginkgo et ce qui les différencie par rapport à ses concurrents (avantage concurrentiel, pk ça lui apporte de la valeur. Comparer avec la compagnie de transports de Chambéry.

Services proposés par Ginko:

- Bus et des trams urbains et périurbains
- Gratuité du réseau pour les 0-14 ans et gratuité du réseau pour TOUS le samedi
- Services spécifiques: Ginko Citadelle ou Ginko Hôpital et Ginko Cliniques
- Lignes PlanB tram
- Lignes Ginko par communes
- Lignes scolaires par les établissements

Services complémentaires de Ginko:

- Ginko Vélo et Ginko VéloCité
- Ginko VéloParks
- Citiz (service d'autopartage)
- Parkings Relais (P+R)

Accessibilité, sécurité et accompagnement de Ginko:

- Titres spécifiques
- Application
- Ginko Access
- Angela (lutte contre le harcèlement dans les transports)

Simplicité, confort et digital:

- Application
- Validations directes par carte bancaire en sans contact ou smartphone
- L'intégration de Google Maps

Tableau de comparaison avec une autre agence de transport dans une ville de superficie similaire :

Critères	Besancon (Ginko)	Chambéry (Synchrobus)	Avantage concurrentiel
Couverture du réseau	Bus et tramways couvrant toute l'agglomération	Réseau surtout basé sur le bus	Le tram offre plus de capacité, de régularité et de rapidité
Modes de transport	Bus + 2 lignes de tramway + vélos en libre-service + covoiturage	Bus + vélos + covoiturage	Offre plus complète et plus pratique pour prendre un vélo en libre-service
Nombre de lignes et d'arrêts	~60 lignes couvrant ville + périurbain, plus de 1000 arrêts	~20-30 lignes bus & services locaux	réseau plus dense et étendu
Fréquence	Nombreuses lignes de bus et tram à fréquences élevées	Fréquences moins élevées	Attente réduite, déplacements plus simples
Tarifcation avantageuse	Gratuit pour les - de 14 ans, gratuit le samedi	Gratuité inexistante	Favorise la sortie, la mobilité et l'inclusion sociale
Expériences	Mise en place d'un piano dans le tram	Pas d'expérience de ce type	Permet de créer un moment de convivialité entre les usager

<p>Services spécifiques</p>	<p>Ginko Citadelle (7j/7), Ginko Hôpital & Cliniques (dimanches et fériés)</p>	<p>Peu de lignes dédiées à des sites précis</p>	<p>Accès facilité aux lieux touristiques et de santé</p>
<p>Mobilité vélo</p>	<p>Ginko VéloCité : vélos en libre-service Ginko Vélo : location longue durée Ginko VéloParks : espaces sécurisés pour garer son vélo.</p>	<p>Offre vélo plus limitée</p>	<p>Plus de liberté et de flexibilité, moins de voiture -> plus écologique.</p>
<p>Sécurité</p>	<p>Demandez "Angela" Le réseau Ginko s'associe à ce dispositif : une personne se sentant en insécurité obtiendra aide en demandant Angela, à bord des trams, des bus ainsi qu'à l'agence Ginko Mobilités.</p>	<p>Dispositifs moins visibles</p>	<p>Renforce le sentiment de sécurité</p>

2 - Proposition de valeurs

2. Conclusion

D'abord, sa **dimension écologique** constitue un point fort : les bus et trams Ginko réduisent significativement les émissions de CO₂ par rapport à la voiture individuelle, notamment grâce à l'intégration de bus 100% électriques. Sur le **plan économique**, le réseau se distingue par une politique tarifaire accessible et solidaire, proposant des abonnements attractifs à moins d'un euro par jour, la gratuité pour les enfants, ainsi que de nombreux avantages pour les étudiants et les bénéficiaires de tarifs sociaux. **L'expérience de voyage** est pensée pour le confort et la sérénité, avec des voies réservées qui fluidifient les déplacements et une communication valorisant le temps libre à bord. Enfin, Ginko adopte une **approche globale de la mobilité**, combinant transports en commun, vélo, covoiturage et parkings relais, tout en favorisant la participation citoyenne à travers des outils interactifs et des services complémentaires.

Les segments de clients

1. Usagers quotidiens / habitants réguliers sensibles à la ponctualité et la fiabilité du service.

Segment type : Ceux qui utilisent le réseau pour les trajets domicile-travail ou école

> Certains avis clients soulignent le fait d'attendre longtemps ou de prévoir beaucoup de marge pour arriver à l'heure. Cela montre une attente forte de fiabilité des bus/tram chez les usagers réguliers.

Valérie.I ✓ ★★★★☆
04/12/2023 à 16:18
Note de : 2 / 5

De plus en plus de retard sur les horaires du soir (à partir de 16h35) sur la ligne péri urbaine 53. Jamais d'excuses ni d'explications de la part des chauffeurs. Inadmissible ! Certains le matin sur la même ligne passent devant les arrêts prévus et partent avant les horaires indiqués. Faut il que les usagers arrivent 10 à 15 minutes avant ? Aberrant

Nicka ✓ ★★★★☆
24/03/2024 à 10:06
Note de : 1 / 5

Tous les dimanches c'est la galère avec les bus qui viennent 10 mns après l'heure prévue. Comme ça quand on doit prendre un bus après on le rate et on est obligé d'attendre 45 mns pour prendre un autre. Le bus devait partir de IUT à 10h58 et là il est 11h08 il n'est toujours pas passé. Du grand n'importe quoi 😞😞😞

(avis critique des utilisateurs régulier qui paie un abonnement mais se sentent frustrés par la ponctualité.)

2. Clients sensibles à la relation client / service accueil

Segment type : Usagers qui valorisent l'accompagnement, l'information et le support client, recherchant conseils, assistance, informations claires, comme les personnes âgées, nouveaux arrivants, ou voyageurs occasionnels.

> Dans les communications officielles, Ginko met en avant l'importance de l'expérience client et du rôle des chargés de clientèle, en mettant l'accent sur la relation humaine, l'assistance et l'orientation du public. On peut également voir via les avis clients que cet accompagnement est ressentie et très apprécié des usagers.

Au cœur de l'efficacité opérationnelle de Keolis Besançon Mobilités se trouve une équipe dédiée aux métiers de la relation clients, jouant un rôle central dans l'expérience des voyageurs sur le réseau Ginko.

Les chargés de clientèle jouent un rôle essentiel dans la relation clients. En accueillant en personne les clients dans l'agence de toutes les mobilités de Grand Besançon Métropole, ils fournissent des informations sur le réseau, conseillent sur les différentes mobilités proposées et vendent des titres de transport, en créant une expérience humaine et personnalisée.

Au téléphone, par mail et sur les réseaux sociaux, les conseillers clientèle fournissent des informations voyageurs en temps réel, résolvent des problèmes, traitent les demandes et réclamations des voyageurs. Par ces interactions, ils assurent un lien étroit entre les voyageurs et le réseau et renforcent la réputation du réseau.

→ Communiqué officiel de Keolis

Avis clients satisfait par leur services et relation clientele :

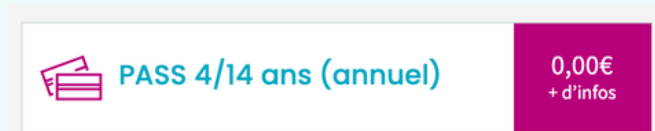
Médéric.i ✓ ★★★★☆ 12/12/2023 à 19:02 Note de : 4 / 5	ernard.a ✓ ★★★★★ 7/11/2023 à 11:32 lote de : 5 / 5
L'organisation est incroyablement bien gérée à mes yeux, et le personnel semble agréable, mais l'attente reste très longue ! Il y a sûrement encore des choses à améliorer.	gence très bien. Personnel très sympathique. A l'écoute. Merci à eux

3. Familles & jeunes voyageurs

Segment type : Usagers avec des besoins spécifiques liés à la mobilité familiale. Familles et parents avec enfants, qui pourraient être sensibles à des services pratiques et économiques.

>Les actualités officielles de Ginko mettent en avant des services dédiés à des tranches d'âge précises, comme la gratuité pour les enfants de 0 à 14 ans et le développement de services vélos, indiquant que la marque cible aussi les familles et jeunes usagers.

“Pour les 4 à 14 ans, le réseau Ginko est gratuit !” : info officielle sur une offre tarifaire sur le site de Ginko



Question posé par un utilisateur à l'agence Ginko ainsi que leurs réponses montrant la gratuité de l'abonnement pour les 4/14ans :

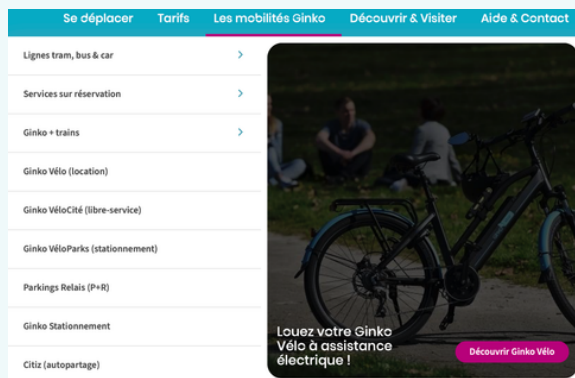


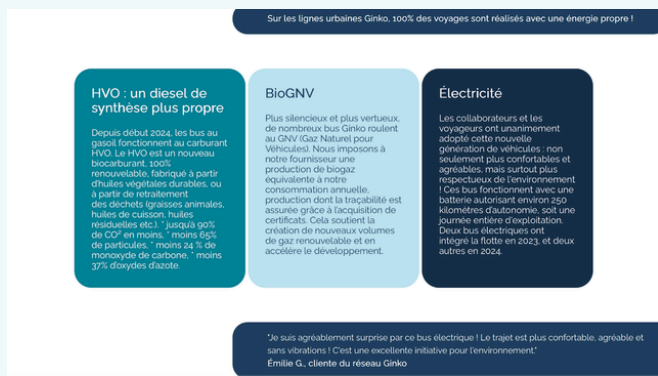
4. Usagers mobilité douce / alternative

Segment type : Personnes choisissant Ginko pour des solutions de transport durable. Usagers soucieux de mobilité durable, jeunes actifs ou étudiants, souvent sensibles aux alternatives écologiques.

>Les services comme **Ginko VéloCité** (vélos en libre-service) et les solutions de mobilité (tram, bus, vélos, covoiturage) positionnent Ginko comme un choix pour des personnes qui veulent réduire l'usage de la voiture.

“La famille s’agrandit location de vélos à assistance électrique pour les trajets...” : info sur les services vélos intégrés.





Des bus à énergies propres

71

bus HVO (Hydrotreated Vegetable Oil)

37

bus bioGNV (Biogaz Naturel pour Véhicules)

4

bus électriques

Ginko est soucieux de l'environnement et s'engage dans une pratique RSE pouvant répondre à de nombreux besoins de ses clients recherchant des moyens de transports plus éthique.

5. Étudiants & jeunes actifs

Les étudiants et jeunes actifs constituent un **segment clé** pour Ginko car ils utilisent les transports **quotidiennement** (fac, travail, stages) et disposent d'un **budget limité**. Ils recherchent donc des solutions **économiques, pratiques et régulières**, sans dépendre d'une voiture.

Ginko propose des **abonnements spécifiques 15-25 ans**, ce qui montre une **cible volontairement définie** :

- PASS 15/25 annuel et mensuel
- Tarifs réduits adaptés aux revenus étudiants

PASS Abonnements



En conclusion, les étudiants choisissent Ginko par contrainte budgétaire mais aussi par praticité, ce qui en fait un segment stratégique et fidèle.

6. Personnes à mobilité réduite (PMR)

Segment type : personnes à mobilité réduite recherchant un transport accessible, fiable et sécurisé, leur permettant de se déplacer de manière autonome, avec des services adaptés,

>Ginko prend en compte ce segment à travers une offre de services dédiée, notamment avec le dispositif **Ginko Access**, un transport à la demande spécialement conçu pour les personnes ne pouvant pas utiliser le réseau classique. Ce service porte-à-porte permet de répondre à des besoins précis et montre que Ginko ne se limite pas à une accessibilité théorique, mais met en place des solutions concrètes et opérationnelles. L'existence même de ce service est une preuve forte que les personnes à mobilité réduite sont identifiées comme un public à part entière.

Ginko Access, le service de transport de Grand Besançon Métropole réservé aux personnes à mobilité réduite

Ginko Access est un service de transport collectif public, à la demande (réservation préalable nécessaire), de porte à porte (sans accompagnement aux étages, ni portage) pour des déplacements réguliers ou occasionnels au sein de Grand Besançon Métropole.

- Ginko Access est accessible uniquement aux clients en possession d'une carte CMI Invalidité et dont la demande d'accès a été validée (voir le formulaire de demande d'accès ci-dessous).
- Les mineurs de moins de 4 ans devront obligatoirement voyager en présence d'un accompagnateur.
- Ginko Access est accessible avec la **tarification habituelle Ginko** (PASS Abonnements ou PASS Voyages). La gratuité est possible pour l'accompagnateur du client (selon conditions).
- Ginko Access fonctionne 7j/7, toute l'année (sauf le 1^{er} mai), de 7h à 21h (jusqu'à 23h le vendredi et le samedi)
- Ginko Access fonctionne avec des véhicules spécifiques aménagés pour accueillir des fauteuils roulants : rampe d'accès, points d'ancrage à bord...

Je souhaite accéder au service

Pour bénéficier de ce service, vous devez tout d'abord effectuer une demande d'accès.

On peut donc constater que les personnes à mobilité réduite dispose d'un service spécifique afin de les accompagner le mieux possible.

De plus, Ginko adapte ses bus et tram aux personnes à mobilité réduite avec des arrêts de bus aménagés, des rampes d'accès des places spéciales dans les bus etc... :



Voyageons tous ensemble

Le réseau Ginko : libre d'être mobile

Pour Ginko, chaque voyageur, quel que soit sa situation, son âge, son handicap ou son degré de mobilité (durable ou momentané) doit pouvoir se déplacer normalement, sans contrainte et en toute sécurité.

Pour aller toujours plus loin dans ce sens, les travaux et les réflexions se poursuivent en s'appuyant sur un dialogue permanent avec les acteurs du monde du handicap.

Jour après jour, Ginko améliore l'accessibilité pour que le voyage soit possible pour tous et agréable pour chacun.

De plus en plus d'arrêts de bus accessibles

Arrêts accessibles

418 arrêts Ginko sont accessibles, soit plus d'un arrêt sur trois :

- 61 stations tram (100% des stations)
- 199 arrêts dans Besançon
- 158 arrêts dans les communes de Grand Besançon Métropole

7. Seniors

Segment type : Seniors recherchant un transport accessible, sûr et confortable, avec tarifs avantageux et informations claires pour leurs déplacements réguliers ou de loisirs.

Les seniors (personnes âgées de 60 ans et plus) représentent un segment important pour Ginko. Ils ont souvent des déplacements réguliers mais moins fréquents, et sont sensibles au confort, à la sécurité et à la simplicité d'utilisation du réseau. Beaucoup d'entre eux recherchent des solutions fiables pour leurs trajets quotidiens ou loisirs, tout en bénéficiant d'avantages tarifaires.

Ginko propose des tarifs seniors réduits, par exemple des abonnements annuels ou mensuels à prix réduit pour les 60 ans et plus :

PASS Abonnements



PASS Sésame (mensuel)

43,50€
+ d'infos



PASS Sésame (annuel)

435,00€
+ d'infos



PASS +65 ans (mensuel)

32,00€
+ d'infos



PASS +65 ans (annuel)

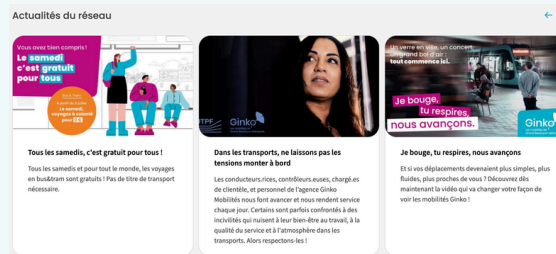
320,00€
+ d'infos

Les seniors profitent également des aménagements tels que les annonces sonores dans les bus et tram, les places assises, les rampes d'accès...

Canaux de communication

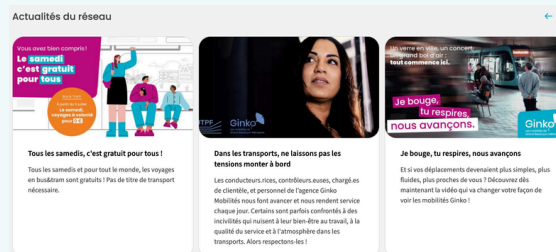
1. Site web et l'application Ginko:

D'abord, Ginko utilise son site web <https://www.ginko.voyage/> et son application mobile pour **communiquer de manière dynamique** avec les usagers des transports de Besançon. En effet, ces plateformes diffusent en **temps réel l'état des lignes** avec des **statuts précis** comme "normal" ou "perturbation", des **alertes personnalisées** via notifications push ou e-mails ainsi qu'un indice qualité de l'air. Des **bannières promotionnelles** mettent en avant les gratuités du samedi, les PASS pour PMR/jeunes, des campagnes anti-harcèlement (Angela) ou sécurité ainsi que des nouveautés comme Ginko VéloCité et les webséries anti-fraude.



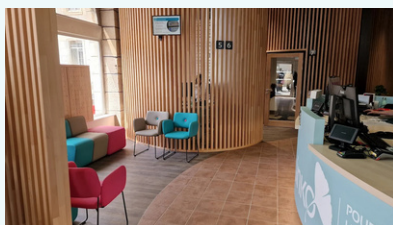
2. Affiches dans les transports:

Les affiches de l'onglet **actualités** du site sont aussi **déployées dans les transports**, comme aux abris-bus et sur les portes des bus.



3. Agence

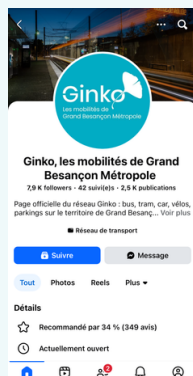
Dans l'agence Ginko, de nombreux **moyens de communication** sont présents pour promouvoir leur réseau. Ceux-ci sont souvent des **supports digitaux** comme des affichages dynamiques sur les écrans (horaires, perturbations, campagnes anti-harcèlement, conseillers relationnels, ..). Cependant, il y a également des **supports papiers** tels que les flyers, fiches horaires, plans lignes, objets trouvés ainsi que des affiches sur le relais vers site/app pour alertes et boutique Click&Collect. Ces moyens informent en temps réel (horaires, perturbations, campagnes), facilitent les interactions avec les conseillers et promeuvent le réseau via supports digitaux/papiers, relayant vers site/app pour alertes et achats.



Canaux de communication

4. Réseaux Sociaux

Pour commencer, Ginko **interagit avec ses clients sur Facebook** (@ginkovoyage) et **Instagram** (@ginko.voyage) en publiant des animations environ deux fois par semaine. Cela est géré par un chargé de communication digitale. En effet, Ginko publie des **actualités trafic, nouveautés réseau** (bus électriques, application mises à jour), **campagnes anti-harcèlement** ("Angela") et **jeux concours** pour engager la communauté. De plus, nous percevons le fait que leurs posts sont soit des affiches, soit des vidéos ou bien des stories sur les perturbations du trafic des transports. Grâce au média d'Instagram, Ginko met l'accent sur des **visuels attractifs** comme les réels pour la fluidité déplacements, photos tram/paysage bisontin et partenariats vélos/parkings. Pour finir, les réseaux sociaux leurs permettent de générer des likes, des commentaires, des partages. Cela permet d'augmenter leur notoriété ainsi que la fréquentation du réseau et les retours clients pour améliorer les services.



Canaux de distribution

Les **canaux de distribution** de ginko sont les endroits ou moyens par lesquels les usagers peuvent **acheter ou recharger leurs titres de transport**

Points de vente

- Boutique en ligne
- Agence Ginko Mobilités
- **Distributeurs automatiques**
- Relais Ginko
- À bord du bus

La boutique en ligne Ginko

Cela permet d'acheter ou de recharger des abonnements et des titres à distance.

L'Agence Ginko Mobilités

Les usagers peuvent aussi se rendre à l'Agence Ginko Mobilités, où il est possible de créer ou renouveler une carte Ginko, acheter des titres et obtenir des conseils personnalisés.

Les distributeurs automatiques

Des distributeurs automatiques sont présents dans les stations de tram et sur certaines lignes pour acheter ou recharger des titres.

Distributeurs automatiques

Vous pouvez acheter et recharger vos titres au voyage et recharger votre abonnement (mensuel ou annuel) aux distributeurs automatiques situés :

- à toutes les stations du tramway **T1 T2**
- aux stations principales de la ligne **L3**
- à Châteaufarine, terminus de la ligne **L4**
- à l'**Agence Ginko Mobilités**

Trouver le point de vente le plus proche de moi

Les relais Ginko

Les relais Ginko (commerces partenaires) permettent également l'achat et la recharge de titres de transport.

Dans le bus

À bord des bus, les usagers peuvent acheter des titres de courte durée directement auprès du conducteur ou payer par carte bancaire sans contact à la borne située à l'avant du bus.

Les applications mobiles Ginko

Cela facilite l'accès à l'information, à la gestion des déplacements et à certains services de mobilité.

Ces canaux de distribution sont diversifiés et accessibles, ce qui facilite l'accès aux transports pour tous les publics.

Pour conclure:

Ginko utilise une distribution multicanale, c'est-à-dire plusieurs canaux en même temps :

- digital (site, applications, paiement sans contact),
- physique (agence, distributeurs, relais),
- direct (à bord des bus).

L'intérêt est de toucher tous les profils d'utilisateurs (jeunes, seniors, touristes, personnes non connectées).

De plus, les canaux sont répartis sur tout le territoire : (stations de tram, bus, commerces partenaires, centre-ville) afin de réduire les freins à l'achat et faciliter l'acte de consommation du service.

Relation client :

1. Expérience client, avis, fidélisation

Segment type : Ceux qui utilisent le réseau pour les trajets domicile-travail ou école

>Certains avis clients soulignent le fait d'attendre longtemps ou de prévoir beaucoup de marge pour arriver à l'heure. Cela montre une attente forte de fiabilité des bus/tram chez les usagers réguliers.

Valérie.I ✓ ★★★★☆
04/12/2023 à 16:18
Note de : 2 / 5

De plus en plus de retard sur les horaires du soir (à partir de 16h35) sur la ligne péri urbaine 53. Jamais d'excuses ni d'explications de la part des chauffeurs. Inadmissible ! Certains le matin sur la même ligne passent devant les arrêts prévus et partent avant les horaires indiqués. Faut il que les usagers arrivent 10 à 15 minutes avant ? Aberrant

Nicka ✓ ★★★★☆
24/03/2024 à 10:06
Note de : 1 / 5

Tous les dimanches c'est la galère avec les bus qui viennent 10 mns après l'heure prévue. Comme ça quand on doit prendre un bus après on le rate et on est obligé d'attendre 45 mns pour prendre un autre. Le bus devait partir de IUT à 10h58 et là il est 11h08 il n'est toujours pas passé. Du grand n'importe quoi 😞😞😞

(avis critique des utilisateurs régulier qui paie un abonnement mais se sentent frustrés par la ponctualité.)

2. Clients sensibles à la relation client / service accueil

Segment type : Usagers qui valorisent l'accompagnement, l'information et le support client, recherchant conseils, assistance, informations claires, comme les personnes âgées, nouveaux arrivants, ou voyageurs occasionnels.

>Dans les communications officielles, Ginko met en avant l'importance de l'expérience client et du rôle des chargés de clientèle, en mettant l'accent sur la relation humaine, l'assistance et l'orientation du public. On peut également voir via les avis clients que cet accompagnement est ressentie et très apprécié des usagers.

Au cœur de l'efficacité opérationnelle de Keolis Besançon Mobilités se trouve une équipe dédiée aux métiers de la relation clients, jouant un rôle central dans l'expérience des voyageurs sur le réseau Ginko.

Les chargés de clientèle jouent un rôle essentiel dans la relation clients. En accueillant en personne les clients dans l'agence de toutes les mobilités de Grand Besançon Métropole, ils fournissent des informations sur le réseau, conseillent sur les différentes mobilités proposées et vendent des titres de transport, en créant une expérience humaine et personnalisée.


Au téléphone, par mail et sur les réseaux sociaux, les conseillers clientèle fournissent des informations voyageurs en temps réel, résolvent des problèmes, traitent les demandes et réclamations des voyageurs. Par ces interactions, ils assurent un lien étroit entre les voyageurs et le réseau et renforcent la réputation du réseau.

→ Communiqué officiel de Keolis

Avis clients satisfait par leur services et relation clientele :

Médéric.i ✓ ★★★★☆ 12/12/2023 à 19:02 Note de : 4 / 5	ernard.a ✓ ★★★★★ 7/11/2023 à 11:32 lote de : 5 / 5
L'organisation est incroyablement bien gérée à mes yeux, et le personnel semble agréable, mais l'attente reste très longue ! Il y a sûrement encore des choses à améliorer.	gence très bien. Personnel très sympathique. A l'écoute. Merci à eux

Le parcours voyageur s'inscrit pleinement dans la branche relation client, car Ginko accompagne l'utilisateur à chaque étape de son déplacement. Avant le trajet, le client est informé grâce au site internet, à l'application et au service client. Pendant le voyage, des informations sont mises à disposition pour faciliter les déplacements et répondre aux besoins des usagers. Après le trajet, le voyageur peut contacter le service client, répondre à des questionnaires ou faire une réclamation. L'ensemble de ces actions permet à Ginko de maintenir une relation continue avec ses clients et d'améliorer leur expérience.

Alice.  ★★★★★
13/03/2024 à 20:18
Note de : 5 / 5


Je tenais particulièrement à remercier le service ginko access. C'est vraiment bien pensé pour les personnes à mobilité réduite. J'ai une pathologie incurable qui n'ira pas en s'arrangeant et pouvoir bénéficier de ce service est une véritable bouffée d'oxygène. J'avoue que sans ce service, je serais vraiment restreinte dans mes liens sociaux. Cela m'aide à garder le moral. Ne changez rien! Merci. En plus l'application est vraiment bien pensée et je suis étonnée de la flexibilité pour les réservations. Merci à vous.

Christine.i  ★★★★★
26/10/2023 à 19:53
Note de : 5 / 5

Je salue la qualité de l'accueil téléphonique pour une réservation d'un mini-bus. Ce service est impeccable : SMS la veille avec rappel des horaires, un véhicule neuf et confortable de 9 places, un chauffeur formidable et ponctuel qui m'a déposée et récupérée devant le musée des maisons comtoises ... Juste pour une seule passagère ... Bravo et merci !

Grace aux avis clients, on peut voir que les clients sont plutôt satisfaits du service client de Ginko. Ils soulignent un « personnel sympathique », et un service clients toujours disponibles et agréable à utiliser. Enfin, ils soulignent également que l'agence correspond entièrement à leurs attentes.

Cependant, ces avis sont divergents, ici, on peut voir que certains clients ne sont pas satisfaits de leurs services. On souligne le fait que leurs attentes ne sont pas comblées :

Marine.p  ★☆☆☆☆
03/10/2023 à 06:35
Note de : 1 / 5

C'est inadmissible de payer plus de 400€ par an pour un abonnement alors que les bus ont d'énormes retards, sont parfois tout bonnement annulés sans prévenir sur le panneau d'affichage. On doit prendre notre voiture l'été tant les bus sont inexistant. Arriver tous les jours en retard au travail et poireauter 20 minutes à l'arrêt de bus pour finalement voir arriver dans un bus bondé et voir 3 bus d'affilée bondés alors qu'il est bien précisé qu'il y a « un bus toutes les 7 à 10 minutes »... une honte !

malo.e  ★☆☆☆☆
02/10/2023 à 15:48
Note de : 1 / 5

ai-je besoin d'argumenter ? tout ces mauvais commentaires en disent déjà bien assez. quand est-ce que vous prévoyez de changer votre organisation, d'évoluer face à tous ces mauvais commentaires. cela fait 30min que j'attends le l5 qui est censé être passé depuis maintenant 20min. Déjà qu'il n'y en a pas assez en ses heures de pointes, j'espère au moins avoir la place de rentrer car ça ne serait pas la première fois que j'attends le prochain par manque de place.

De plus, Ginko fidélise ses clients notamment en leur offrant des avantages pour leur abonnement longue durée :

Pour les abonnés annuels Ginko :

- **Pack Avantages Ginko** : des réductions et gratuités chez les partenaires Ginko
- **Club Ginko** : des expériences uniques réservées aux abonnés fidèles Ginko

Conclusion :

Le réseau Ginko et son exploitant Keolis Besançon Mobilités ont intégré la fidélisation dans leur stratégie commerciale, notamment pour maintenir et relancer la fréquentation du réseau après la crise sanitaire. Cela inclut le développement de la relation clients et des actions pour inciter les usagers à rester ou revenir utiliser le réseau.

Ginko met l'accent sur l'expérience voyageur à toutes les étapes :

- dès la préparation du trajet,
- lors de l'achat du titre de transport,
- pendant le déplacement,
- même après le voyage grâce au service client et aux outils d'assistance.

Cela montre qu'il ne s'agit pas seulement de transporter, mais d'accompagner les voyageurs pour renforcer leur satisfaction et leur fidélité.

L'application Ginko Mobilités permet aux voyageurs de :

- consulter les horaires et itinéraires en temps réel,
- suivre l'affluence des bus et trams,
- gérer leurs cartes et abonnements préférés,
- personnaliser leurs arrêts favoris.

Ces outils améliorent l'expérience client et encouragent les usagers à revenir utiliser les services du réseau.

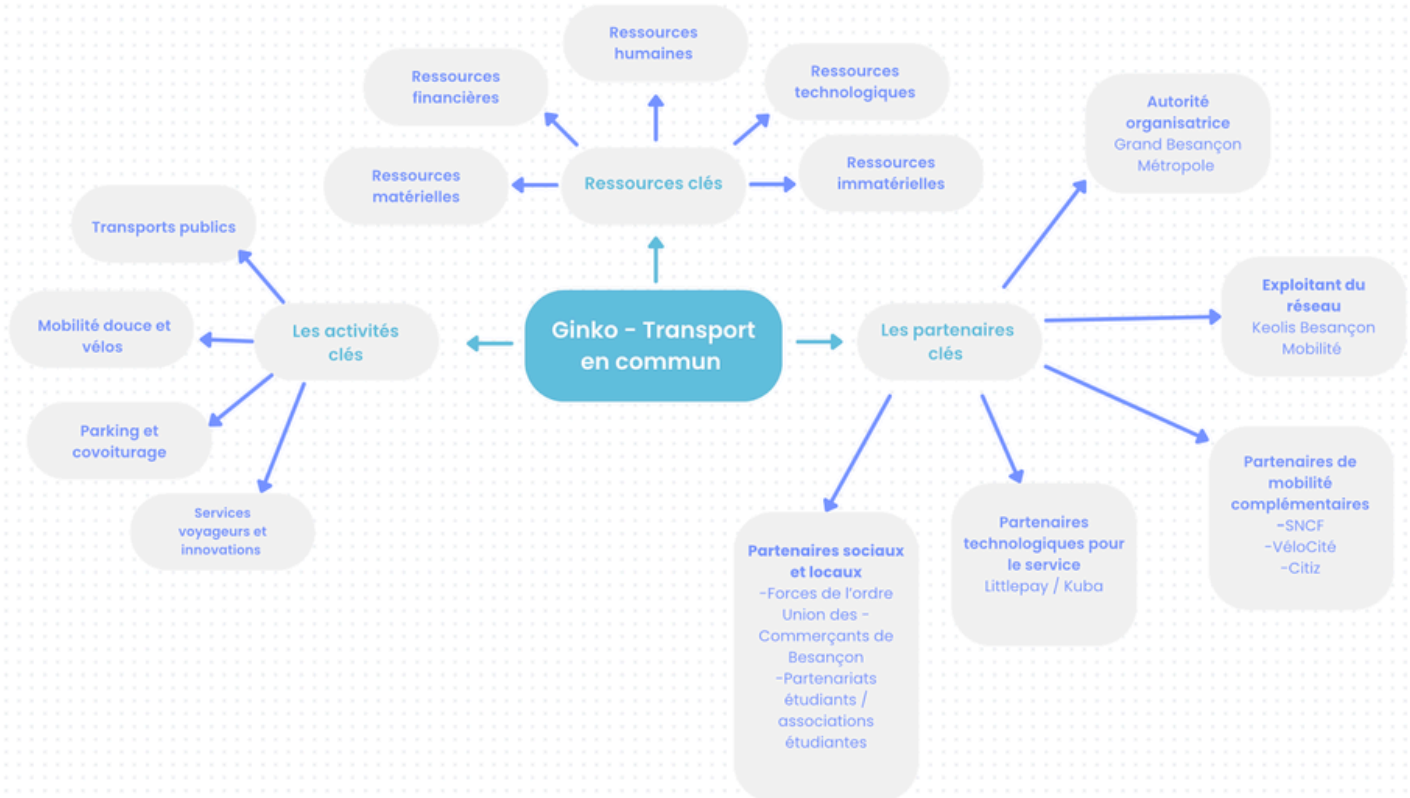
Ginko propose des offres inclusives pour les abonnés :

- votre abonnement Ginko peut inclure d'autres services partenaires (comme TER ou vélos partagés) sans coût supplémentaire, ce qui augmente l'attractivité pour les clients réguliers.

Ginko organise aussi des stands d'information et de vente auprès des habitants (par exemple lors de la rentrée scolaire) pour aider les usagers à mieux connaître les services, acheter un titre, découvrir les nouveautés et poser leurs questions ce qui renforce le lien avec les voyageurs.

Ressources, activités et partenariats clés

Schéma Ginko



Légende :

Ce schéma présente les principaux partenaires, fournisseurs et acteurs locaux du réseau Ginko, impliqués dans son fonctionnement et son développement. Il met en avant les collaborations avec les organisations publiques, les prestataires techniques ainsi que les acteurs sociaux, culturels et économiques du territoire.

Mini commentaire :

Ce schéma permet de mieux comprendre que le fonctionnement du réseau Ginko ne repose pas uniquement sur l'entreprise elle-même, mais sur un ensemble d'acteurs publics, privés et locaux. Les partenariats avec les collectivités, les forces de l'ordre, les fournisseurs et les acteurs culturels ou sportif montrent que le réseau est intégré à la vie du territoire et participe à son dynamisme. Cependant, le schéma présente certaines limites, car il ne montre pas précisément le rôle exact de chaque partenaire ni leur niveau d'implication.

Lien entre les activités et les prestataire :

Keolis Besançon Mobilités :

Préstatore qui exploite le réseau Ginko (bus, tram, transport à la demande, vélos en libre-service, parkings relais, etc.) dans le cadre d'un contrat de service public renouvelé pour 7 ans. En lien avec toutes les activités clés de Ginko.

D'après Keolis Besançon

SNCF / TER

Collaboration pour l'inclusion des trajets en train dans certains abonnements, facilitant les correspondances entre TER et réseau Ginko. En lien avec l'activité service voyageur.

Citiz

Partenariat avec ce service d'autopartage pour une mobilité complémentaire à Besançon. En lien avec l'activité des parkings et covoiturage de Besançon.

VéloCité / Ginko Vélo

Services de vélos en libre-service ou location longue durée intégrés dans l'offre de mobilité. En lien avec l'activité mobilité douce et vélo.

Forces de l'ordre (Police municipale, Police nationale, Gendarmerie).

Collaboration pour la sécurité des voyageurs et la régulation des transports.

Union des Commerçants de Besançon

Ginko collabore avec les commerçants sur des événements, offres et dynamisation locale.

Partenariats étudiants / associations étudiantes

Liens avec universités, lycées, organisations jeunesse pour la mobilité des étudiants.

Partenariats avec la vie culturelle

Collaboration pour favoriser l'accès à la vie culturelle, encourager la fréquentation des événements et promouvoir les déplacements en transports en commun.

Partenariat avec la vie sportive

Partenariats pour accompagner les manifestations sportives, faciliter l'accès aux infrastructures et encourager la mobilité durable des spectateurs et des pratiquants.

Ginko, partenaire de la vie de la cité

Pour être au plus proche de ses voyageurs et de la vie de la cité, Ginko noue des partenariats avec tous les acteurs majeurs de la vie de la cité bisontine.

Ginko, partenaire de votre mobilité



Avec ses partenaires SNCF, Citiz et VéloCitiz, Ginko assure toutes vos mobilités sur le territoire de Grand Besançon Métropole :

- Abonnés Ginko, vos voyages en TER (SNCF) au départ et à destination d'une gare de Grand Besançon Métropole sont inclus dans votre abonnement Ginko, sans surcoût !
[En savoir plus...](#)
- Abonnés Ginko, votre abonnement annuel à VéloCitiz vous est offert !
[En savoir plus...](#)
- Abonnés annuel Ginko, votre abonnement annuel à Citiz vous est offert !
[En savoir plus...](#)

Ginko, partenaire de votre sécurité



Travaillant en étroite collaboration avec la **police municipale**, la **police nationale** et la **gendarmerie**, les équipes Ginko, notamment les **contrôleurs**, assurent votre sécurité :

- contrôles, vérifications d'identité et verbalisations de voyageurs en défaut de titre de transport
- opérations de contrôle, de sécurisation et de verbalisation par les forces de l'ordre
- opérations de contrôles conjointes avec les forces de l'ordre
- sécurisation des bus&trams lors de soirées étudiantes

Ginko, partenaire de la vie commerçante



Ginko partenaire de tous les commerçants, par la voix de l'**Union des Commerçants de Besançon**.

L'Union des Commerçants de Besançon, ce sont des centaines de commerçants partenaires, l'organisation des "Samedis Piétons", des Braderies... et les chèques Bezak Kdo (à dépenser chez les commerçants partenaires) !

- Adaptation de la circulation des lignes et organisation de stands Ginko lors des Samedis Piétons et des Braderies
- Relais des communications de l'Union des Commerçants
- Organisation de jeux concours (en 2020, plus de 6000€ de chèques Bezak Kdo gagnés par les clients Ginko !)

[Visiter le site de l'Union des Commerçants](#)

Ginko, partenaire de la vie étudiante

Ginko, partenaire de la vie étudiante



Ginko se place au plus près des jeunes et des étudiants, grâce à ses partenariats avec les **collèges**, **lycées**, l'**Université de Franche-Comté**, le **CRIJ** et les **salons** (salon de l'Etudiant, salon Studyrama...).

- présence aux Journées Portes Ouvertes des établissements scolaires et aux salons étudiants : conseils en itinéraire, présentation des solutions de mobilité...
- l'Agence Ginko Mobilités, point de vente de la carte Avantages Jeunes (CRIJ)

[Visiter le site de l'Université de Franche-Comté](#)

[Visiter le site Avantages Jeunes](#)

Ginko, partenaire de la vie culturelle



Ginko vous accompagne à tous les rendez-vous culturels !

Abonnés annuel Ginko, grâce au Pack Avantages, bénéficiez :

- de l'**entrée à tarif réduit toute l'année** au **musée des Beaux-Arts et d'Archéologie de Besançon**, au **musée du Temps**, à la **maison Natale de Victor Hugo**...
- de **tarifs réduits** à la **Citadelle** de Besançon, au **musée des Maisons Comtoises** de Nancrav...

Ginko, partenaire de la vie sportive



Ici, ici, c'est Besançon !!! Ginko partenaire de l'**ESBF** (handball féminin) et du **GBDH** (handball masculin) :

- Abonnés annuels Ginko, grâce au Pack Avantages, bénéficiez de tarifs réduits à tous les matchs !
- Organisation de jeux concours : 10 à 20 places à gagner par match !
- Organisation d'événements enérgiaux - invitation à nos clients d'accéder aux entrées VIP

Grand Besançon Métropole :

C'est l'organisation publique qui organise et finance **le réseau de transport public Ginko** sur le territoire de l'agglomération. Il est en lien direct avec toutes les activités clés de Ginko.

D'après Macommu.info

Littlepay / Kuba

Solution technique pour les paiements sans contact directement à bord des bus et trams, en partenariat avec la plateforme de paiement et Ginko (incluant La Banque Postale pour les services d'acquisition).

Les fournisseurs :

Fournissent les tram, bus, vélo mais ne sont pas cités dans les documents ginko.

Le versement mobilité

Le versement mobilité est une taxe locale payée par les entreprises pour financer les transports publics. C'est une ressource majeure du réseau Ginko, qui garantit la continuité et la qualité du service, tout en complétant les autres sources de financement comme la billetterie ou les subventions publiques.

Les recettes commerciales

Les recettes commerciales de ginkgo correspondent à toutes les ventes de titre de transports, abonnements, vélo. Ginkgo tire donc ses recettes des usagers. Ces recettes permettent de diminuer le besoin de financement externe et contribuent à l'équilibre financier du réseau. Ginkgo atteint plusieurs millions d'euros par an environ 11,5M d'euros. Néanmoins ces ces revenus ne couvrent pas tous les coûts de fonctionnement (achat et entretien des véhicules

Les subventions publiques et les contributions des collectivités

Ginko bénéficie également de subventions publiques versées par le Grand Besançon Métropole, l'organisme responsable de l'organisation de la mobilité sur le territoire. Ces financements comblent l'écart entre les dépenses réelles et les recettes propres, soutiennent des services à forte valeur sociale et territoriale, et alimentent des projets d'investissement. Ainsi, ils permettent d'adapter les offres aux besoins locaux tout en maintenant des tarifs abordables pour tous.

Lien entre les activités clés et les ressources

Transports publics:

humaines: conducteur, agents de contrôle, personnel de maintenance, agents commerciaux, personnel administratif et de gestion, responsables d'exploitation.

matérielles: Bus (GPS), tramways, dépôts et garages, Rails, stations de tram, arrêts de bus, bornes, outils de maintenance, écrans horaires.

Mobilité douce et vélos

Principales ressources:

matérielle: les vélos, les stations VéloCité, bornes, abris vélos sécurisés, matériel d'entretien. Parking et covoiturage

matérielle: Parkings relais, infrastructures : places de stationnement, signalisation, bornes d'accès. Technologique: plateforme de covoiturage (application/site), systèmes de gestion et d'information.

Services voyageurs et innovation

Technologique: appli Ginko, site internet, systèmes d'information en temps réel (horaires, affluence, perturbations), systèmes de billettique innovants (validation par carte bancaire, smartphone)

humaine: Personnel du service client (accueil, assistance aux usagers), équipes informatiques et techniques pour développer et maintenir les outils, Responsables innovation pour améliorer les services.

Les ressources clés

1. Ressources matérielles

- **Véhicules:** Les véhicules comportent les bus, tramways, lignes scolaires, lignes plan B tram, lignes Ginko par communes, lignes Ginko Citadelle ainsi que les lignes Ginko + Mobigo.
- **Infrastructures et équipements:** D'abord, il y a les Parkings Relais (P+R) comme ceux de Vesoul, la Mairie, Marché des Beaux-Arts qui ne nécessitent qu'une validation du PASS Ginkgo pour y sortir. De plus, il y a les Ginko VéloParks, Ginko Vélo, Ginko Vélo Famille ainsi que les stations VeloCité.

2. Ressources humaines

- **Collaborateurs:** 480
- **Conducteurs/ conductrices:** /
- **Contrôleurs/contrôleuses:** /
- **Contrôleurs/contrôleuses, chargé(e)s de clientèle et personnel d'agence:** /

3. Ressources immatérielles

- **Outils numériques:** En ce qui concerne les outils numériques, Ginko en possède plusieurs tels que les plans interactifs, le site web, l'application Ginko Mobilités.
- **Marque et image:** Ginko utilise des campagnes inclusives (Angela, programme Tournesol, etc) ainsi que des campagnes concernant les transports comme "Frauder, c'est pas gagner!", "Ensemble, jouons le jeu", etc.
- **Partenariats et contenus:** Ginko possède un panel Ginko pour collecter les avis des voyageurs, packs avantages sur de nombreuses offres culturelles, shopping, Ginko pour les personnes ayant des pass annuels.

4. Ressources technologiques

- **Ginko Mobilités:** Version récente, moderne, rapide ; affluence temps réel (faible/modérée/forte), horaires, itinéraires.
- **Ginko Guide:** Guidage déficients visuels (itinéraires pas à pas, détection portes/sièges libres sur pôles d'échange).
- **Ginko Voit':** Covoiturage gratuit/récompensé, proximité Grand Besançon.
- **Plan interactif:** Horaires/infos sur un seul plan ; Calendrier Voyageurs (horaires colorés) ; Espace Perso (alertes Info Trafic, lignes favoris).

Les ressources clés

- **Boutique en ligne:** Recharge carte 2h max, 24/7 ; Click&Collect agence ; validation bancaire sans contact/smartphone.
- **Autres:** Google Maps intégration (itinéraires/horaires) ; Panel Ginko (avis voyageurs) ; affluence bus/tram temps réel.

5. Ressources financières

- **Budget transports en commun:** 84,4M, subventions d'équilibre GBM: 15,1M en 2024, budget consolidé GBM 2024: 371,9M.
- **Investissements et recettes 2024:** Les investissements sont 111M ce qui inclut les mobilités durables, autofinancement, ratio désendettement sur 2,5 ans. Les recettes incluent les PASS et les partenariats.

Analyse du modèle économique de Ginko et de ses liens avec la communication

Le modèle économique du réseau de transports Ginko repose avant tout sur sa mission de **service public de mobilité** au sein du territoire de Grand Besançon Métropole. La création de valeur ne se limite pas à une logique marchande, mais s'inscrit dans un objectif d'intérêt général : permettre aux habitants de se déplacer facilement, à un coût accessible, tout en favorisant des mobilités plus durables et inclusives.

Création de valeur et fonctionnement global

La valeur créée par Ginko repose sur la **fiabilité du réseau**, la **fréquence des transports**, la **couverture du territoire** et l'accessibilité pour tous les publics (étudiants, actifs, personnes âgées, personnes à mobilité réduite). Cette valeur est rendue possible grâce à une organisation structurée autour d'un exploitant (Keolis Besançon Mobilités) qui assure le fonctionnement opérationnel, sous l'autorité de Grand Besançon Métropole.

La délivrance de cette valeur se fait concrètement par des **services de transport quotidiens** (bus, tramway, services complémentaires), mais aussi par des outils d'information et de relation usagers (site web, application, affichage, réseaux sociaux). Ces éléments montrent le lien direct entre fonctionnement opérationnel et expérience usager.

Financement et impacts sur la communication

Le financement du réseau repose principalement sur le **versement mobilité payé par les entreprises**, complété par les **recettes de billetterie** et des **subventions publiques**. Ce modèle économique a une conséquence directe sur la communication de Ginko.

Étant peu dépendant des recettes commerciales, Ginko n'a pas besoin d'une communication agressive ou purement incitative à l'achat, comme une entreprise privée. Sa communication est donc davantage **institutionnelle, pédagogique et informative**. Les messages mettent en avant :

- l'utilité sociale du réseau,
- les changements de lignes ou de services,
- les valeurs de service public, d'écologie et de solidarité.

Les moyens de communication sont eux aussi conditionnés par ce modèle : les budgets restent maîtrisés, ce qui favorise des **canaux peu coûteux mais efficaces** (réseaux sociaux, affichage dans les transports, site internet) plutôt que de grandes campagnes publicitaires commerciales.

Publics ciblés et choix des messages

Les publics de Ginko sont très variés : usagers quotidiens, étudiants, salariés, personnes non motorisées, touristes. Cette diversité influence fortement les messages et les supports utilisés. La communication doit rester **claire, accessible et neutre**, afin de s'adresser à tous sans exclure certains publics.

Par exemple, les messages privilégient des informations pratiques (horaires, perturbations, nouveautés) plutôt que des discours promotionnels. Cela reflète le positionnement de Ginko comme **service essentiel**, et non comme simple produit à vendre.

Création de valeur et fonctionnement global

Le modèle économique de Ginko présente cependant certaines **contraintes**. Sa forte dépendance aux financements publics et au versement mobilité le rend sensible aux **décisions politiques** et aux évolutions économiques locales. Cette contrainte limite la capacité à investir massivement dans la communication ou à innover rapidement dans certains domaines.

Une tension existe également entre les ambitions de communication (modernité, attractivité, incitation à utiliser les transports) et la réalité du fonctionnement du réseau (retards, perturbations, saturation à certaines heures). Cette fragilité peut affecter la crédibilité des messages si l'expérience usager ne correspond pas à l'image communiquée.

Conclusion

Ainsi, le modèle économique de Ginko influence directement sa manière de communiquer. En tant que service public financé majoritairement par des ressources collectives, sa communication est avant tout **fonctionnelle, pédagogique et orientée usagers**, plutôt que commerciale. Cette cohérence entre modèle économique, fonctionnement et communication constitue une force, mais révèle aussi des limites liées aux contraintes budgétaires et organisationnelles.

Bibliographie

Caractérisation:

<https://www.societe.com/societe/keolis-besancon-mobilites-824500789.html>

<https://www.ginko.voyage/conditions-generales-de-vente>

https://www.ginko.voyage/fileadmin/user_upload/PDF/Journal_Ginko/Journal_Ginko_Numero_2_Janvier_2023.pdf

Proposition de valeur:

Services proposés par Ginko:

<https://www.ginko.voyage/se-deplacer/toutes-les-lignes-ginko>

<https://www.ginko.voyage/plan-b>

Services complémentaires de Ginko:

<https://www.ginko.voyage/les-mobilites-ginko/velo/ginko-velo-location>

<https://www.ginko.voyage/les-mobilites-ginko/velo/ginko-velocite-libre-service>

<https://www.ginko.voyage/les-mobilites-ginko/velo/ginko-veloparks-stationnement>

<https://www.ginko.voyage/les-mobilites-ginko/citiz-autopartage>

<https://www.ginko.voyage/les-mobilites-ginko/parkings-relais-p-r>

Accessibilité, sécurité et accompagnement de Ginko:

<https://www.ginko.voyage/tarifs/titres-et-tarifs/tous-les-titres>

<https://www.ginko.voyage/decouvrir-visiter/bien-voyager-avec-ginko/accessibilite/ginko-guide-guidage-pour-deficients-visuels>

<https://www.ginko.voyage/les-mobilites-ginko/tous-les-services-sur-reservation/ginko-access>

https://www.ginko.voyage/fileadmin/user_upload/PDF/Ginko_Harcelement_guide_web.pdf

Simplicité, confort et digital:

<https://www.ginko.voyage/appli>

Conclusion:

<https://www.ginko.voyage/decouvrir-visiter/ginko-un-reseau-engage/transition-ecologique-du-reseau-ginko>

<https://www.ginko.voyage/tarifs/titres-et-tarifs/tous-les-titres>

Segment de clients :

liens vers les avis : <https://service-des-transport-de-la-ville.autour-de-moi.com/agence-ginko-mobilites-2900379.html>

<https://service-des-transport-de-la-ville.autour-de-moi.com/agence-ginko-mobilites-2900379.html>

Communiqué officiel de : <https://www.keolis-besancon.com/metiers-relation-clients/?2900379.html>

liens vers les tarifs Ginko : <https://www.ginko.voyage/tarifs/titres-et-tarifs/tous-les-titres>

liens vers la publication : <https://www.facebook.com/ginkovoyage/posts/-anticipez-la-retr%C3%A9e-retrouvez-nous-sur-nos-diff%C3%A9rents-stands-de-vente-et-dinfo/1171024901730012/>

lien vers leur engagement RSE : <https://www.keolis-besancon.com/engagements-environnement/>
<https://www.ginko.voyage/tarifs/titres-et-tarifs/tous-les-titres>

Tableaux de comparaison avec Chambery:

https://fr.wikipedia.org/wiki/Transports_en_commun_de_Besan%C3%A7on

<https://www.ginko.voyage/decouvrir-visiter/bien-voyager-avec-ginko/voyager-en-securite/engages-contre-le-harcelement#:~:text=Demandez%20%22Angela%22%20sur%20le%20r%C3%A9seau%20Ginko&text=sont%20identifiables%20gr%C3%A2ce%20%C3%A0%20un,%C3%A0%20l'agence%20Ginko%20Mobilit%C3%A9s.>

Canaux de communication:

<https://www.ginko.voyage/se-deplacer/horaires-affluences>

https://www.facebook.com/ginkovoyage?locale=fr_FR

<https://www.instagram.com/ginko.voyage/>

Canaux de distribution:

<https://www.ginko.voyage/tarifs/points-de-vente/distributeurs-automatiques>

Lien entre les activités et les prestataire :

D'après Keolis Besançon : <https://www.keolis-besancon.com>

D'après le site Ginko : <https://www.ginko.voyage/boutique/accueil>

D'après Macommu.info : <https://www.macommune.info/ginko-grand-besancon-metropole-officialise-le-renouvellement-de-keolis-comme-prestataire/>

<https://www.keolis.com/newsroom/communiqués-de-presse/keolis-refinance-une-partie-de-sa-dette-par-un-nouveau-credit-syndique-indexe-sur/> https://webzine.besancon.fr/2025/08/08/vous-vous-demandez-peut-etre-mobilites/?utm_source=chatgpt.com

Le versement mobilité : qu'est-ce que c'est ?

source : ChatGPT et <https://webzine.besancon.fr/2025/08/08/vous-vous-demandez-peut-etre-mobilites/>

Prompt : “source de revenue de ginko besançon”

Lien entre les activités et les ressources :

<https://www.keolis-besancon.com/equipes/>

<https://www.ginko.voyage/decouvrir-visiter/les-coulisses-du-reseau-ginko/acteurs-missions>

Les ressources clés:

<https://www.ginko.voyage/les-mobilites-ginko/lignes-tram-bus-car>

<https://www.keolis-besancon.com/equipes/>

<https://www.ginko.voyage/se-deplacer/plans-du-reseau/plans-a-telecharger>

<https://www.ginko.voyage/info-traffic>

<https://www.ginko.voyage/tarifs/avantages-abonnes>

<https://www.ginko.voyage/decouvrir-visiter/les-coulisses-du-reseau-ginko/toutes-les-actualites>

<https://www.ginko.voyage/tarifs/avantages/pack-avantages-ginko>

<https://www.ginko.voyage/se-deplacer/calcul-ditineraires>

<https://www.ginko.voyage/boutique/accueil>

<https://www.grandbesancon.fr/la-communaute-urbaine/linstitution/budget/>