



Le métro m2 à Lausanne : quelles nouvelles interfaces avec la ville et le canton?

Christophe Jemelin, Développement de l'Offre

8e rencontre franco-suisse des urbanistes,
Lausanne, le 8 juillet 2011





Réseau d'agglomération



14 communes

240'000 habitants

Desserte : 29 lignes trolley/bus (174 km)

2 lignes métro (14 km)



- **1050 employés**
- **Chiffre d'affaires CHF 223 mios**
- **95,2 mios de voyageurs en 2010**
- **315'000 voyageurs transportés chaque jour**
- **235 vhc route et 32 vhc ferroviaires**
- **81 % des voyageurs en traction électrique**

- **2 sources de revenus**
 - **Produit de transport 35%**
 - **Indemnité d'exploitation 65%**



Un « métro de montagne » ...

Un métro adapté à la topographie lausannoise

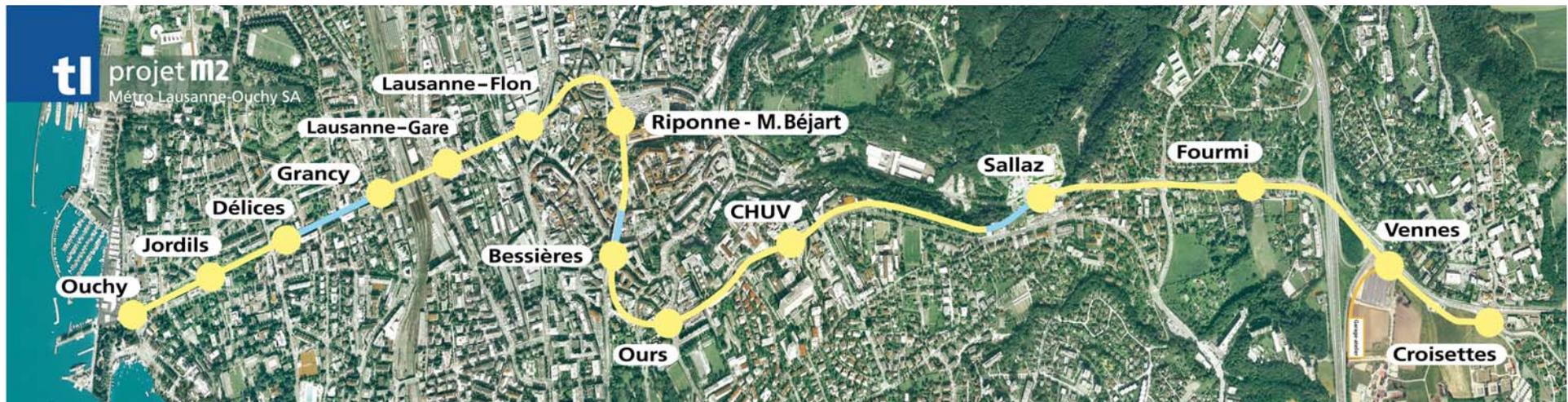
- La forte déclivité ...
 - 340 m de dénivelé
 - 6% de pente moyenne, maximum 12%

... conditionne partiellement les choix techniques



... adapté à la taille de l'agglomération

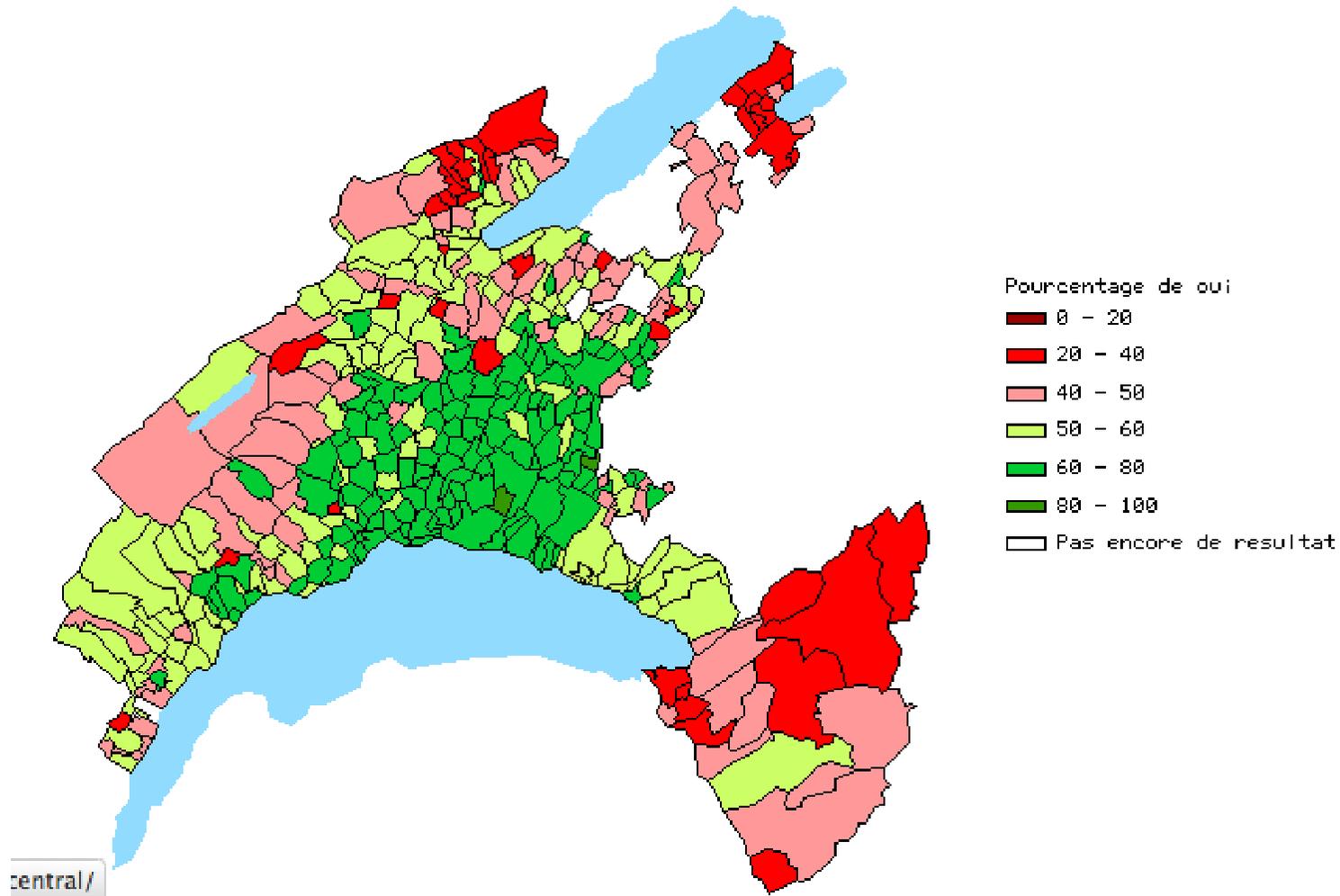
- Une ligne de 6 km
 - En site propre & souterrain (90%)
 - Tracé sinueux
- 14 stations
 - Proches (interstation de 300-750 m)
 - Petites et peu profondes



Un métro pour le canton ?

Métro M2

Dernière mise à jour de la carte: 12/02/02 07:39:36.
[Afficher les derniers résultats](#)





Un budget de 736 millions CHF

Budget	Mios CHF	
Construction	330	45%
Electro-mécanique	310	42%
Autre	96	13%
Total	736	100%

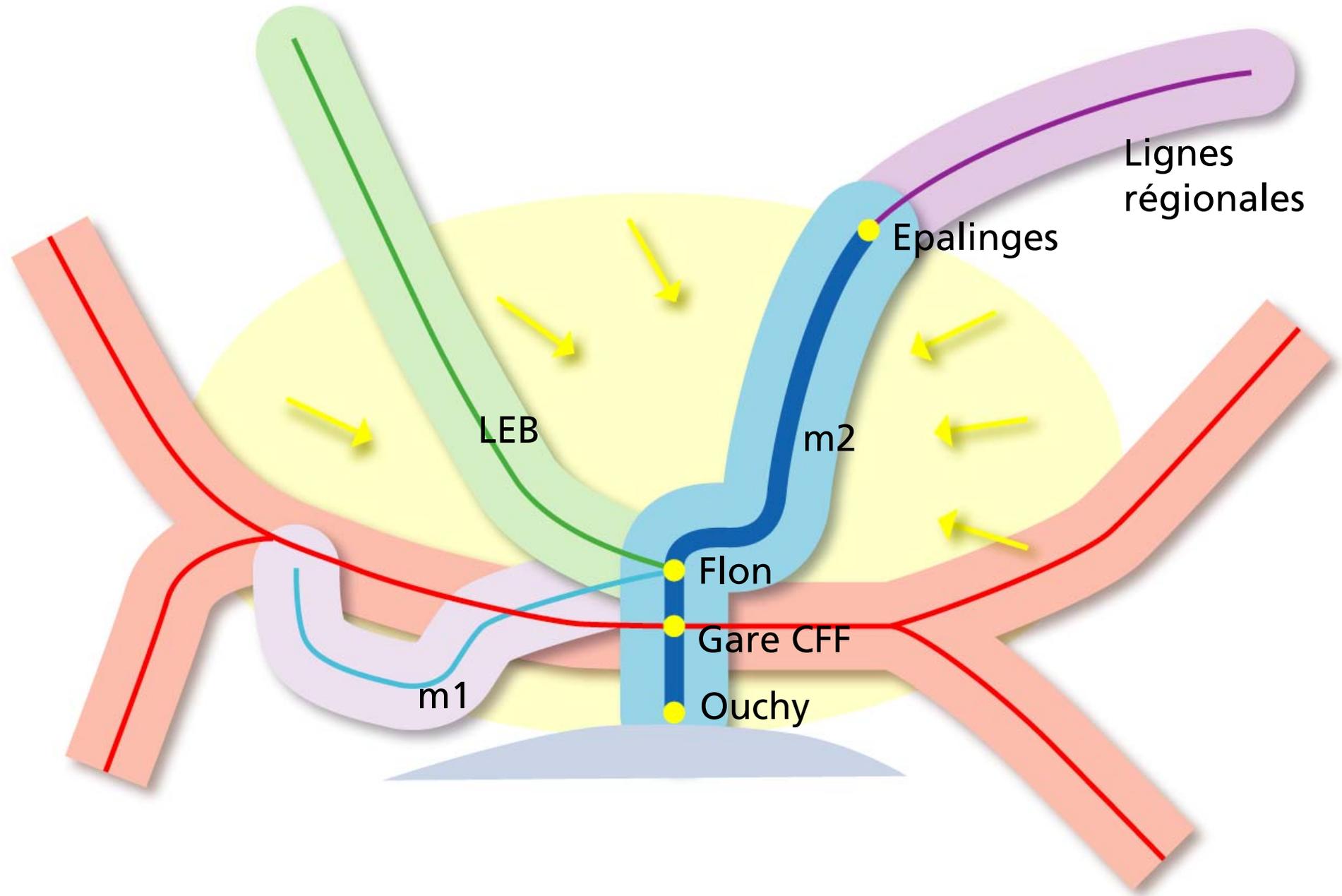
Evolution: Budget de base (2000): 590 mios
Avec indexation (2005): + 116 mios
Avec risques (2008): + 30 mios

Financement	Mios CHF	
Confédération	190	26%
Canton de Vaud	446	60%
Ville de Lausanne	100	14%
Total	736	100%



Chantiers urbains

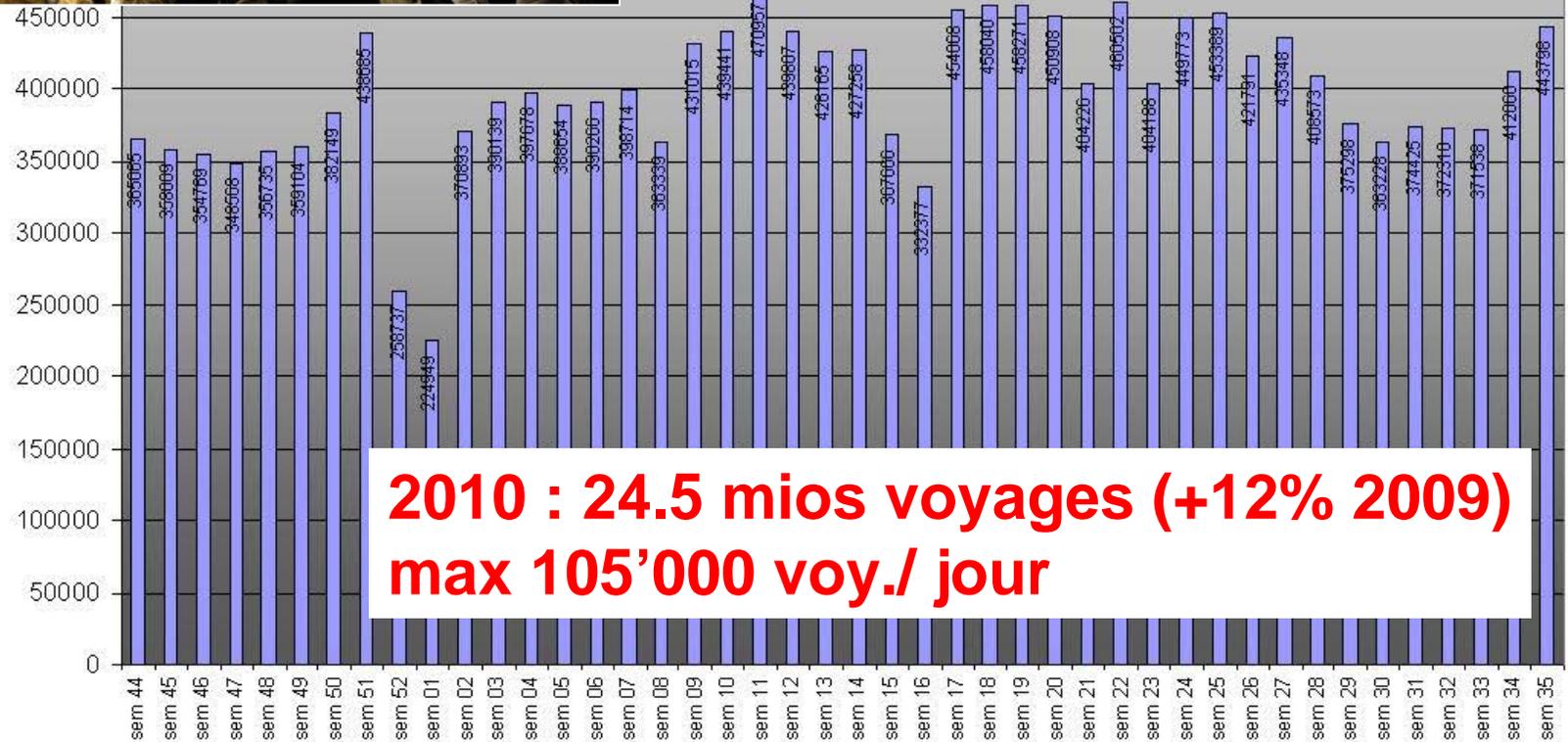
Principes de structuration R08



Beaucoup de passagers



voyageur par semaines



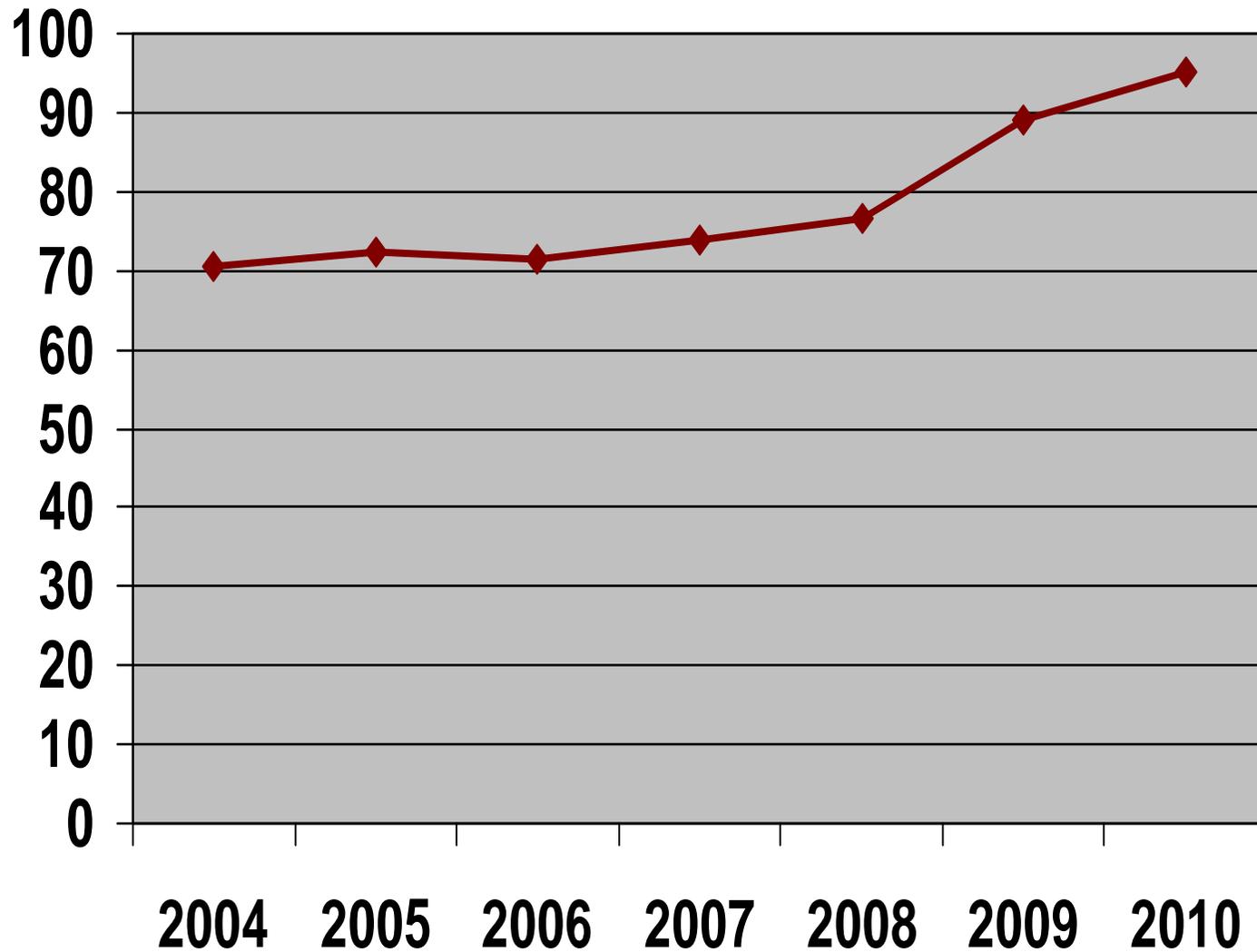
**2010 : 24.5 mios voyages (+12% 2009)
max 105'000 voy./ jour**



Evolution des voyageurs

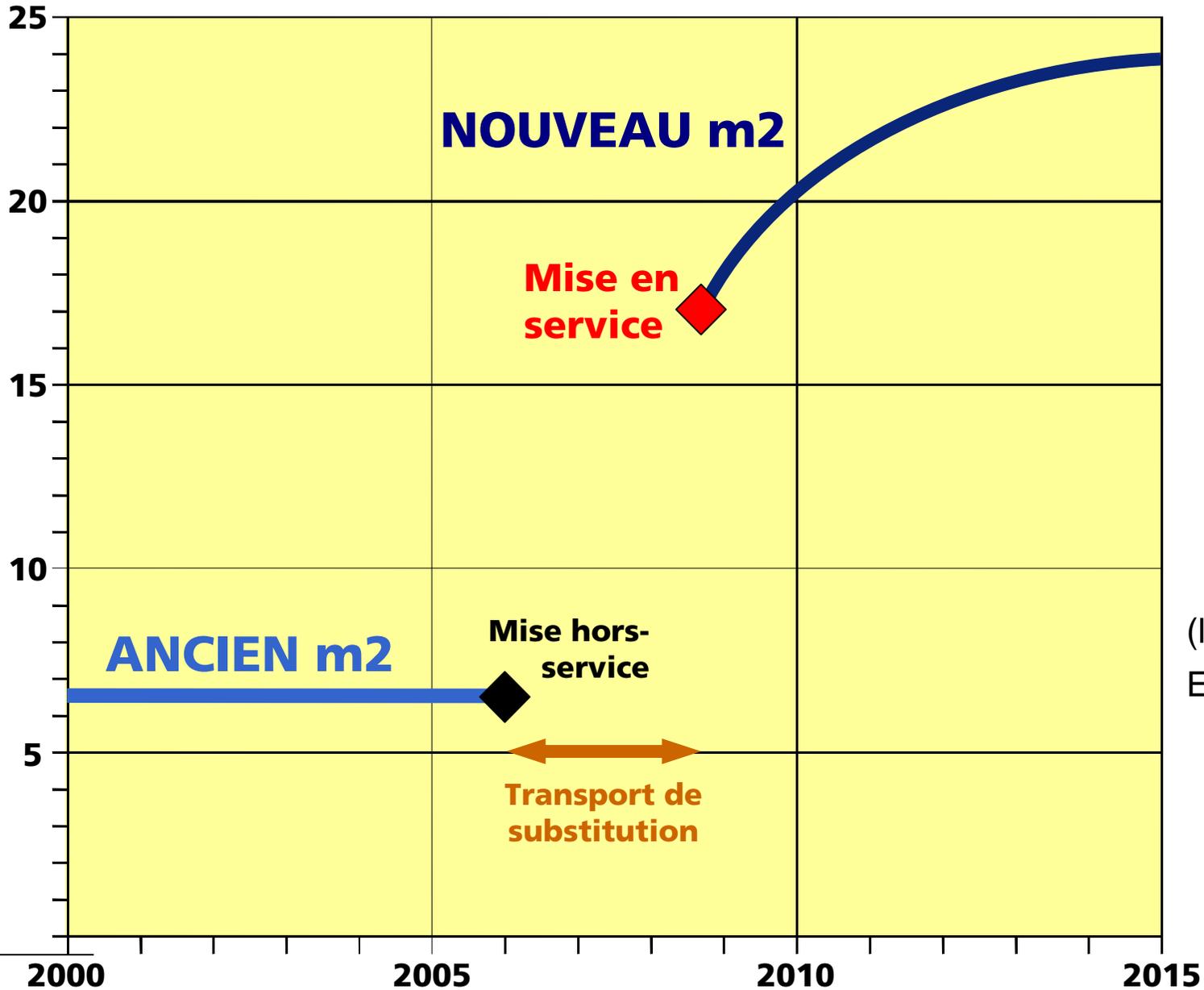
En millions

2010 :
95'170'000





m2 - trafic voyageurs (mios par année)



(ligne 5 2008:
Env. 5 mio)

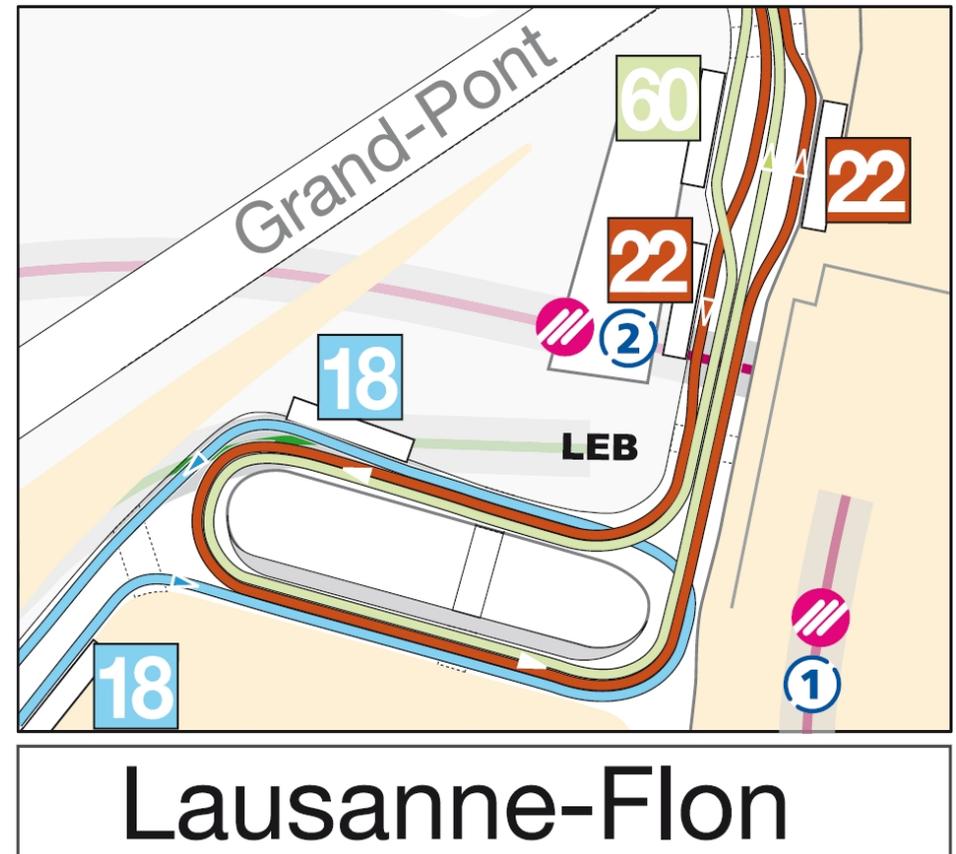
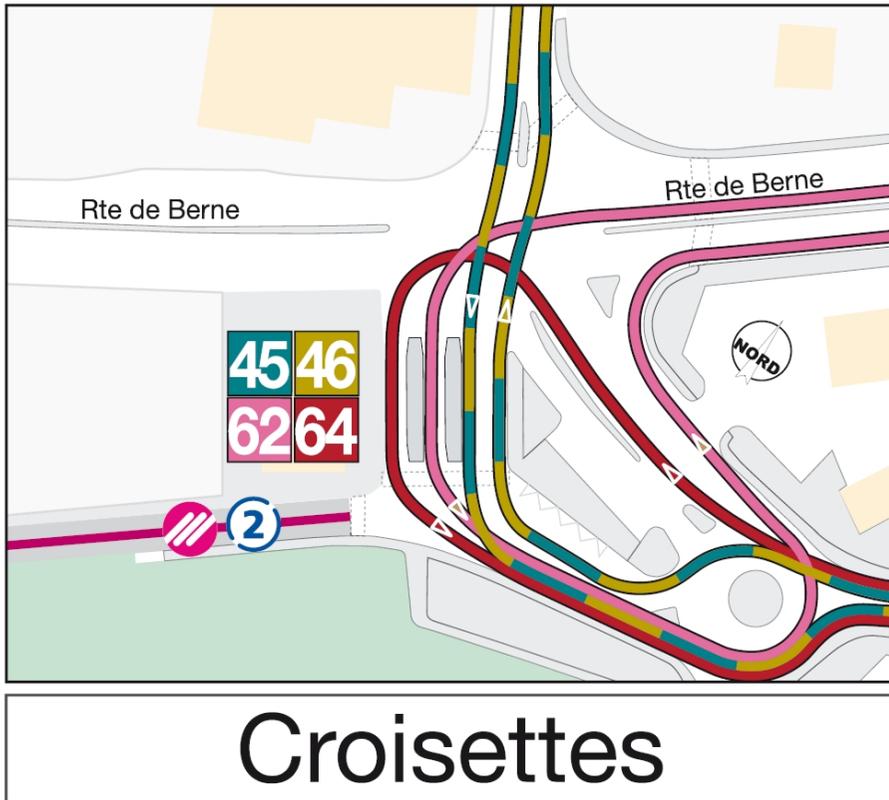


Les opérations immobilières

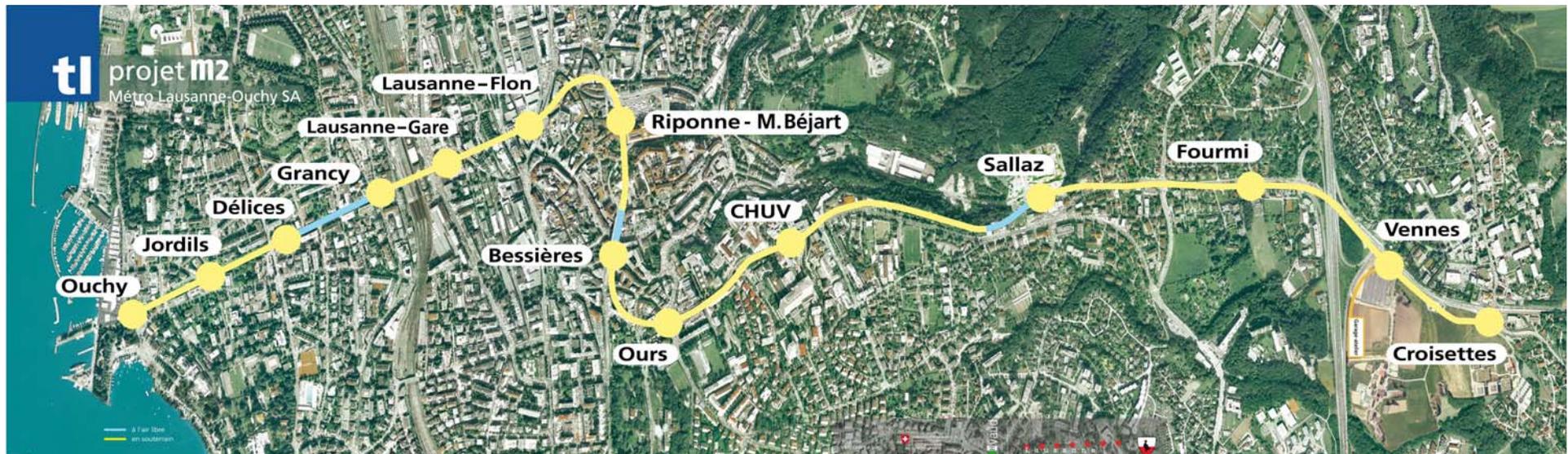




Des interfaces urbaines

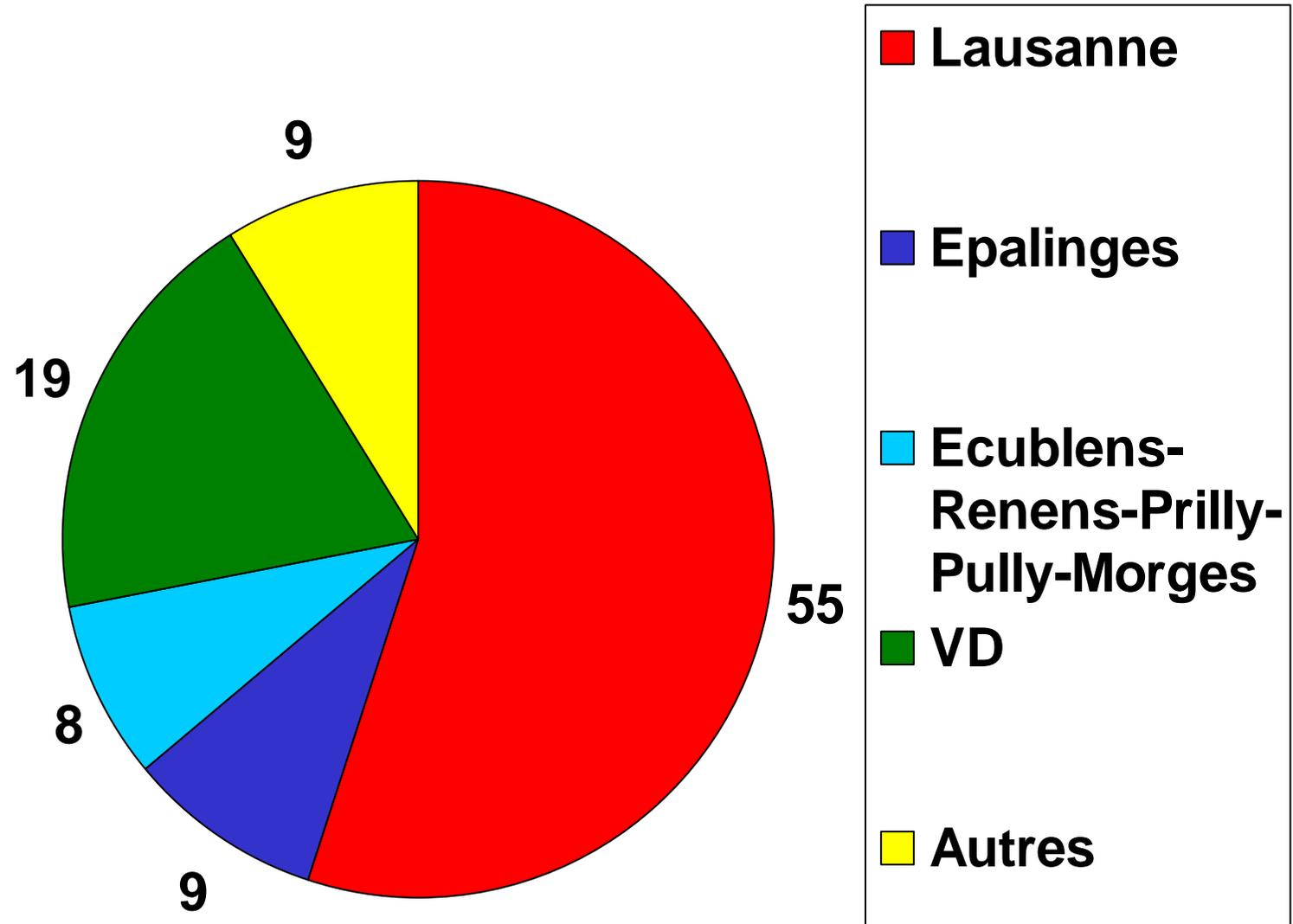


- Ouchy : 84% desserte quartier, 5% CGN
- Lausanne-Gare : 15% quartier, 58% CFF, 9% tl
- Flon : 52% « centre ville », 48% interface
- Croisettes : 55% quartier, 28% Epalinges, 14% régional





Qui sont les clients du m2 ?





Nouveaux utilisateurs

- 15% des clients interrogés n'utilisaient pas le réseau tl avant le m2 (10% de Lausannois, 22% de Vaudois, 53% de Genevois)
 - Avant le m2, pour les Vaudois, 18% effectuaient ce déplacement en voiture, 56% avec l'ancien réseau de bus, et pour 20% ce déplacement n'était pas effectué (de 38% à 50% pour les autres cantons)
 - Davantage d'hommes, davantage d'actifs, davantage de foyers à revenus aisés à supérieur que sur le reste du réseau tl
-

Nouvelle ville...



Denis Maillefer, metteur en scène: "Je suis plutôt un cycliste, mais avec mes enfants j'emprunte le M2 pour revenir des bords du Lac."

"L'idée du métro, c'est l'idée de ville. On peut aller très vite d'un côté à un autre de Lausanne. On peut être même désorienté parfois comme à Paris. Ce métro agrandit et rétrécit la cité à la fois. "



Régina, 15 ans, passe aujourd'hui un entretien de stage sur Lausanne, c'est avec le M2 qu'elle s'y rend. Mais elle le prend aussi dans d'autres circonstances: « Le métro facilite la vie. J'arrive d'Yverdon à la gare et puis en deux minutes, je suis au Flon pour faire du shopping ! »

Bernette et son amie **Dorianne**, 62 ans sont toutes deux Jurassiennes : « On vient de la campagne, de Lucens et Carouge, et pour faire des journées entre amis à Lausanne, finie la circulation en centre-ville ! C'est trop pénible. On laisse notre voiture sur les hauts de Lausanne et on prend le M2. Plus de stress comme ça. Ça change, c'est très direct, agréable. Pour se rendre chez le médecin ou faire du shopping, c'est pratique. »



Développement de l'offre

- 2009 R08 (avec m2) + 12%
- 2010 R10 (trolleybus + bus) + 10%
- 2012 R12 (trolleybus + bus) + 6%
- 2014 R14 (trolleybus + bus) + 12%
- 2017 Axes forts trolleybus & tram
- 2025 155 mio voy.

