

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 2 novembre 2021

Keolis lance « *Nos vies mobiles* », une série de podcasts pour offrir un autre regard sur les enjeux de la mobilité

- Keolis, acteur majeur de la mobilité partagée, présente, en collaboration avec le studio Binge Audio Creative, média audio numérique, « *Nos vies mobiles* », une série de podcast, visant à interroger et décrypter la véritable place des mobilités dans nos modes de vies.
- Animé par le journaliste César Monteyrol, avec la participation d'Eric Chareyron¹, en charge de la prospective pour le Groupe Keolis et notamment de Keoscopie, l'observatoire des mobilités du Groupe, le podcast s'intéresse notamment aux voyageurs et « aux citoyens qui voyagent » et met l'accent sur la dimension sociale des mobilités et ses impacts.
- Décliné en six épisodes d'une vingtaine de minutes, [le podcast est accessible sur l'ensemble des plateformes](#) (dont Spotify, SoundCloud ou encore Apple Podcasts). Les trois premiers épisodes sont disponibles depuis le 2 novembre. La mise en ligne des trois suivants est prévue en décembre.

Depuis 2007, Keolis mène avec [Keoscopie, l'observatoire des mobilités du Groupe](#), des enquêtes dédiées aux impacts sur la mobilité des évolutions socio-démographiques (évolution des rythmes et des modes de travail, augmentation de l'usage du digital, augmentation de la durée de vie notamment), afin d'accompagner les collectivités dans la construction de politiques de mobilité sur mesure, en phase avec les attentes de tous les voyageurs dans leur diversité.

Dans le prolongement de cette démarche, Keolis lance aujourd'hui, en collaboration avec Binge audio, son **podcast dédié à la compréhension des enjeux de la mobilité**. Intitulé « *Nos vies mobiles* », ce podcast est articulé autour de **six épisodes d'une vingtaine de minutes** durant lesquels Éric Chareyron, en charge de la prospective pour le Groupe Keolis, échange avec le journaliste César Monteyrol, un échange rythmé par des témoignages de voyageurs, des mini-reportages et des chiffres-clés.

L'objectif : **proposer aux auditeurs et auditrices des clés pour une meilleure appréhension de leurs déplacements**, en fonction notamment des nouveaux usages et modes de vie, des différents profils de territoires et des enjeux « post covid ».

¹ Fort de plus de trente années passées au sein de Keolis, Eric Chareyron a occupé de nombreuses fonctions dont celles successives de Directeur marketing pour le compte des réseaux de Lyon, de Caen puis de Rennes avant de devenir Directeur marketing Groupe et Directeur prospective, des mobilités et des modes de vie.

La diffusion des podcasts, sur l'ensemble des plateformes dédiées, se déroulera en deux temps : trois premiers épisodes sont disponibles aujourd'hui. Trois autres seront lancés en décembre.

- **Episode 1** : « *Le voyageur plutôt que les voyages* » : fournir une analyse fine des déplacements des citoyens pour en comprendre les motifs et les raisons.
- **Episode 2** : « *La pluralité des voyageurs : révéler les invisibilités* » : s'éloigner d'une analyse de masse pour découvrir les différences, souvent imperceptibles mais importantes dans l'analyse des besoins de transport, qui existent entre les nombreuses personnes qui voyagent.
- **Episode 3** : « *Des voyageurs pas tous égaux* » : s'intéresser aux fragilités potentielles des voyageurs (agoraphobie, illettrisme, handicap et vieillesse par exemple) afin de mieux les prendre en compte et de lever les freins à la mobilité des voyageurs concernés.

Les trois prochains épisodes porteront sur **les évolutions de la mobilité à la suite de la crise sanitaire et au déploiement d'outils permettant de « réinventer » les transports en commun.**

Par ailleurs, début 2022, le podcast se déclinera en deux épisodes hors-série en anglais, avec pour ambition d'analyser l'évolution de la mobilité à l'international, notamment en Amérique du Nord et en Asie.

[A propos de Keolis](#)

Pionnier dans le développement des transports publics, Keolis est le partenaire des décideurs publics qui souhaitent faire de la mobilité partagée un levier d'attractivité et de vitalité pour leur territoire. Numéro 1 de l'exploitation de métro automatique et de tramway dans le monde, Keolis s'appuie sur une politique d'innovation soutenue et ouverte avec l'ensemble de ses partenaires et filiales - Kisio, EFFIA, Keolis Santé, Cykleo – pour renforcer son cœur de métier et développer de nouvelles offres de mobilité partagée innovantes et « sur-mesure » : trains, bus et cars, trolley bus, VTC collectifs, navettes fluviales et maritimes, vélo en libre-service, auto partage, navette autonome 100% électrique, téléphérique urbain... En France, Keolis est le n°2 du stationnement grâce à sa filiale EFFIA et le n°1 du transport sanitaire depuis la création de Keolis Santé en juillet 2017.

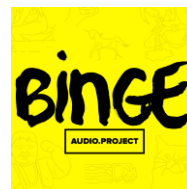
Détenu à 70% par SNCF et à 30% par la Caisse de Dépôt et Placement du Québec (CDPQ), le Groupe compte 68 500 collaborateurs répartis dans 16 pays et a réalisé, en 2020, un chiffre d'affaires de 6,1 milliards d'euros. En 2019, 3,4 milliards de voyageurs ont utilisé un service de mobilité partagée proposé par Keolis.

*Keolis est historiquement présent en France et s'est développé en Allemagne, en Australie, en Belgique, au Canada, en Chine, au Danemark, au Qatar, aux Etats-Unis, aux Emirats arabes unis, en Inde, en Norvège, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni, au Sénégal et en Suède.

CONTACTS

Alexandre Poidevin
Responsable des relations médias
01 71 32 97 03 / 06 18 76 18 69
alexandre.poidevin@keolis.com

Ladislav Dor
Chargé des relations médias
06 47 04 30 91
ladislav.dor-ext@keolis.com



[A propos de Binge audio](#)

Média audio numérique depuis 2015, Binge Audio propose des modes de compréhensions du monde, des récits, des émotions et des choix culturels et artistiques. C'est un média qui revendique la diversité des territoires culturels et des points de vue, adaptés à un public jeune adulte et connecté et le renouvellement des formes (documentaires, fictions, reportages, entretiens) et des générations (nouveaux talents).

Média audio numérique depuis 2015, Binge Audio propose des modes de compréhensions du monde, des récits, des émotions et des choix culturels et artistiques. C'est un média qui revendique la diversité des territoires culturels et des points de vue, adaptés à un public jeune adulte et connecté et le renouvellement des formes (documentaires, fictions, reportages, entretiens) et des générations (nouveaux talents).

Contact presse

presse@binge.audio