

RÉFLEXIONS AUTOUR DE LA SYNTHÈSE DES RÉSULTATS OPTYMO 2 PAR SCP COMMUNICATION

INTRODUCTION

L'étude de SCP communication a été réalisée auprès de deux échantillons :

- **le premier échantillon est constitué de 398 personnes.** Il est représentatif par catégorie de sexe, d'âge, de profession et par commune de l'ensemble de la population de BELFORT et des villes limitrophes ; il est établi grâce aux statistiques des recensements de l'INSEE, résultats pour l'année 2007 ;
- **le second échantillon, constitué également de 398 personnes,** est issu par tirage aléatoire du fichier des abonnés Optymo. Les interviews ont eu lieu par téléphone **du 31 janvier au 4 février 2011.**

1. AVIS ET EXPÉRIENCES

Dans un premier temps, nous avons partagé le questionnaire entre quatre types de questions :

1. Les questions d'identification des enquêtés.
2. Les questions d'identification des pratiques de transport.
3. Les questions qui demandent un avis fondé sur une expérience.
4. Les questions qui demandent un avis fondé sur un jugement.

Pour simplifier, nous avons réparti les réponses en fonction d'un degré de praticité, c'est-à-dire que nous avons cherché à déterminer un déclaratif d'attitude et un déclaratif de comportement. Le choix de notre étude porte essentiellement sur les résultats conséquents à une expérience et c'est pourquoi nous ne tiendrons pas compte des avis des abonnés inactifs, c'est-à-dire des personnes qui sont possesseurs de Pass Optymo mais qui n'ont pas effectué de voyages.

2. LES UTILISATEURS PARTAGÉS ENTRE LES OCCASIONNELS ET LES FRÉQUENTS

L'étude se propose donc d'observer les réponses des utilisateurs (ou pratiquants) **de moins de 10 voyages par mois**, que nous appellerons dans un souci de simplification les **OCCASIONNELS** et ceux de plus de 10 voyages par mois nommés les **FRÉQUENTS**. Ces réponses seront accompagnées des résultats de l'échantillon **PUBLIC** afin de relativiser la signification des résultats par rapport à la structure de l'échantillon « INSEE » (cf. ci-dessus « Introduction »).

3. EXPOSITION DE LA DÉMARCHE ET IDENTIFICATION DES UTILISATEURS (Tableau A.1)

SYNTHÈSE

- Une féminisation importante de la clientèle Optymo.
- Un potentiel de développement sur la classe d'âge 30-49 ans, c'est-à-dire vers les actifs.
- Une présence accrue des classes moyennes : le transport bus n'est plus « réservé » aux précaires et participe au gain du pouvoir d'achat des classes populaires et moyennes en réduisant les coûts de déplacement.
- Le bus devient un mode compétitif et une alternative crédible à la voiture.

QUES-2. En comparant la répartition par genre, nous découvrons une plus forte féminisation des utilisateurs/pratiquants Optymo (par rapport à l'échantillon PUBLIC) avec une particularité de l'échantillon OCCASIONNELS qui laisse apparaître un différentiel de 18 points avec le PUBLIC et de 11 points avec l'échantillon FRÉQUENTS. Nous avons considéré ce résultat comme remarquable en tant que donnée expérimentale et c'est pourquoi nous avons souligné ce point.

QUES-3. En comparant la répartition par classe d'âge, nous découvrons une très forte présence de la classe d'âge « 15-29 ans » dans l'échantillon FRÉQUENTS et, en contrepartie, une faible présence de la classe d'âge « 50 ans et + » dans ce même échantillon. L'échantillon OCCASIONNELS comparé au PUBLIC montre également une importance relative de la classe d'âge « 15-29 ans ».

QUES-8 / QUES-9 / QUES-13 / QUES-14. Cette série de question permet d'assurer les tendances aperçues par les premiers résultats et par une connaissance empirique.

QUES-8. Les résultats concernant la situation de couple confirment, par la forte présence des célibataires, que les utilisateurs/pratiquants sont à forte propension des adolescents et des jeunes adultes.

QUES-9. Les résultats concernant le revenu du foyer — question qui pourrait, néanmoins, poser un problème de connaissance de la part des adolescents sur la réalité du revenu familial — montrent que les UTILISATEURS appartiennent aux classes populaires et moyennes. La perte de 13 points pour les FRÉQUENTS dans la classe « Entre 2500 et 5000 € » semble indiquer qu'il existe une alternative de mobilité, notamment pour les adolescents et les jeunes adultes, soit par une proximité du lieu d'habitation, soit par un autre mode motorisé de transport.

QUES-14. Les résultats concernant l'acquisition du permis de conduire révèlent le degré de captivité de la classe « Sans permis ». Toutefois, pour les OCCASIONNELS avec une répartition 60/40 contre un 80/20 pour le PUBLIC, le transport en commun est une alternative comme mode motorisé.

QUES-15. Les résultats concernant la possession de voitures confirment le fait que les FRÉQUENTS restent tributaires de l'absence de motorisation (absence de permis ou limite économique). Le différentiel de 6 points pour les OCCASIONNELS possesseurs d'une voiture par foyer semble répondre aux résultats de la question 14.

LES UTILISATEURS PARLENT DE LEUR EXPÉRIENCE BUS

- MOINS DE 10 TRAJETS PAR MOIS = OCCASIONNELS
- PLUS DE 10 TRAJETS PAR MOIS = FRÉQUENTS

A.1. LES ÉCHANTILLONS / DONNÉES SOCIOLOGIQUES

		(-) 10 TRAJETS / MOIS	(+) 10 TRAJETS / MOIS	PUBLIC
QUES-2 GENRE	HOMMES	31%	42%	49%
	FEMMES	69%	58%	51%
		(-) 10 TRAJETS / MOIS	(+) 10 TRAJETS / MOIS	PUBLIC
QUES-3 AGE	15-29 ANS	38%	67%	28%
	30-49 ANS	25%	21%	32%
	50 ANS ET +	37%	12%	40%
		(-) 10 TRAJETS / MOIS	(+) 10 TRAJETS / MOIS	PUBLIC
QUES-7 DEPUIS QUAND HABITEZ-VOUS DÉPT 90	MOINS DE 2 ANS	4%	4%	5%
	DE 2 À 4 ANS	9%	9%	9%
	DE 5 À 9 ANS	11%	10%	7%
	DE 10 À 19 ANS	26%	51%	19%
	20 ANS ET (+)	50%	26%	60%
		(-) 10 TRAJETS / MOIS	(+) 10 TRAJETS / MOIS	PUBLIC
QUES-8 SITUATION COUPLE	CELIBATAIRES	43%	70%	32%
	MARIÉS+VIE MARITALE	49%	23%	51%
	DIVORCÉS	3%	7%	8%
	VEUFS OU VEUVES	5%		9%
		(-) 10 TRAJETS / MOIS	(+) 10 TRAJETS / MOIS	PUBLIC
QUES-9 REVENU DU FOYER	MOINS DE 1500 €	38%	37%	35%
	1500€ - 2500 €	31%	46%	34%
	2500 € - 5000 €	29%	14%	27%
	PLUS DE 5000 €	2%	3%	4%
		(-) 10 TRAJETS / MOIS	(+) 10 TRAJETS / MOIS	PUBLIC
QUES-14 A LE PERMIS DE CONDUIRE	OUI	59%	19%	78%
	NON	41%	81%	22%
		(-) 10 TRAJETS / MOIS	(+) 10 TRAJETS / MOIS	PUBLIC
QUES-15 VOITURE PAR FOYER	AUCUNE	15%	28%	17%
	1 VOITURE	48%	30%	42%
	2 VOITURES	26%	35%	33%
	PLUS DE 2 VOITURES	11%	7%	8%

4. EXPOSITION DE LA PRATIQUE DE TRANSPORT (Tableau A.2.)

SYNTHÈSE

- Un taux de notoriété de la marque Optymo exceptionnel sur l'ensemble du territoire.
- Un fort sentiment de proximité du réseau (moyenne de distance temporelle avec un arrêt bus de 4 mn).
- Un impact du réseau Optymo dans la répartition des modes de transports pour des trajets réguliers.

QUES-16. La perception (subjective ou objectivée) du temps moyen pour se rendre à un arrêt bus est partagée par l'ensemble des échantillons. Le public, pratiquant ou non, a une connaissance temporelle du trajet vers les arrêts et propose une durée inférieure à 5 minutes.

QUES-29. Le taux de notoriété d'Optymo atteint les 97% pour l'échantillon PUBLIC : il s'agit d'un taux de notoriété exceptionnel.

QUES-18 / QUES-20. La question 18 montre l'importance des trajets réguliers dans les modes de déplacement quotidien. Le taux de réponse élevé dans la catégorie « TOUS LES JOURS » pour les FRÉQUENTS prouve leur dépendance au réseau de transport Optymo. Cependant, ce résultat associé à la question 20 révèle que le niveau de performance du réseau (temps de trajet des FRÉQUENTS égal au temps de trajet du PUBLIC) offre aux clients/utilisateurs d'Optymo une capacité de déplacement (selon une variable temporelle) identique. En d'autres termes, les utilisateurs d'Optymo ne sont pas pénalisés en temps. Toutefois, il faut relativiser ce résultat avec la variable spatiale car nous n'avons pas de données sur la distance des trajets réguliers.

QUES-19. La dépendance à la mobilité bus par les FRÉQUENTS montre qu'ils n'ont pas d'autres alternatives de déplacement que le réseau Optymo. Là où les OCCASIONNELS peuvent choisir entre la voiture (30%), le bus (53%) et, à un moindre degré, la marche à pied (14%), les FRÉQUENTS répondent à 85% prendre le bus. Le PUBLIC, fortement lié à la mobilité voiture (57%), trouve dans la mobilité bus (25%), une alternative crédible.

A.2. DONNÉES PRATIQUES SUR LE RÉSEAU ET LA MOBILITÉ

		(-) 10 TRAJETS / MOIS	(+) 10 TRAJETS / MOIS	PUBLIC
QUES-16 TEMPS MOYEN POUR SE RENDRE À UN ARRÊT BUS	(EN MINUTES)	4	4	4
		(-) 10 TRAJETS / MOIS	(+) 10 TRAJETS / MOIS	PUBLIC
QUES-29 CONNAISSEZ-VOUS LES BUS OPTYMO ?	OUI	99%	99%	97%
	NON	1%	1%	3%
		(-) 10 TRAJETS / MOIS	(+) 10 TRAJETS / MOIS	PUBLIC
QUES-18 FRÉQUENCE DES TRAJETS RÉGULIERS	TOUS LES JOURS	47%	79%	54%
	2 À 3 FOIS PAR SEMAINE	38%	16%	35%
	WEEK-END	15%	5%	11%
		(-) 10 TRAJETS / MOIS	(+) 10 TRAJETS / MOIS	PUBLIC
QUES-19 MOYEN DE TRANSPORT POUR TRAJET RÉGULIER	A PIED	14%	6%	12%
	LA VOITURE	30%	6%	57%
	LE BUS	53%	85%	25%
	LE VÉLO	2%	2%	4%
	2 ROUES MOTORISÉS	1%	*	2%
	SNCF	*	1%	*
		(-) 10 TRAJETS / MOIS	(+) 10 TRAJETS / MOIS	PUBLIC
QUES-20 TEMPS MOYEN POUR TRAJET RÉGULIER	(EN MINUTES)	15	16	16

5. TAUX DE SATISFACTION (QUES-65 À QUES-79 + QUES-46) (Tableau B.)

SYNTHÈSE

- Un taux de satisfaction qui atteint les 87% pour les clients/pratiquants du réseau Optymo : c'est la confirmation du succès des orientations Optymo.
- Des efforts à conduire sur l'environnement du réseau Optymo : abribus, information aux voyageurs aux arrêts, aménagement intérieur du bus.

Dans cette étude, nous avons voulu valoriser l'expérience des utilisateurs/pratiquants plutôt que l'opinion générale sur les services. Il s'agit donc de questions simples sur des situations concrètes et vécues : c'est pourquoi la question 46 proposée lors de la passation du questionnaire dans les formulations assertives est intégrée à cette analyse comme une réponse à une expérience vécue. Afin de rendre plus lisibles les résultats, nous avons décidé de regrouper les avis de satisfaction en deux pôles. Nous avons extrait les « non-réponses » des tableaux.

Dans l'ensemble, les résultats de la satisfaction client/utilisateur/pratiquant sont très élevés. Sur 16 items, nos 12 meilleurs taux de réponses présentent une moyenne de satisfaction supérieure à 87% pour les OCCASIONNELS et les FRÉQUENTS. Seuls quatre points interrogent les services proposés par Optymo, ce que nous percevons par une rupture nette avec la tendance générale.

QUES-79. Satisfaction des abribus. Les résultats montrent un taux important d'insatisfaction. Les motifs du mécontentement ne sont pas identifiés. En d'autres termes, est-ce l'absence d'abribus ou l'espace abribus lui-même qui crée l'insatisfaction ?

QUES-74. La ponctualité du bus. Un taux élevé pour les OCCASIONNELS mais, c'est le point remarquable, avec un différentiel de +10 points avec les FRÉQUENTS. Il apparaît que les utilisateurs/pratiquants sont très sensibles à la ponctualité selon l'intensité de la pratique/consommation du bus. Il s'agit peut-être ici d'un effet « fréquence » qui implique une exigence de service.

Remarque : il faut noter que ces deux premiers points concernent la période d'attente du bus et non la présence dans le bus.

QUES-46. La praticité des courses. Alors que l'aspect pratique de la mobilité bus (**QUES-77**) est salué par les utilisateurs/pratiquants, l'utilisation du bus pour faire ses courses est une difficulté essentielle. C'est le seul retour d'expérience où le taux d'insatisfaits est supérieur à celui des satisfaits.

QUES-70. L'achat par téléphone mobile. L'achat du ticket par SMS semble ne pas satisfaire 1/3 des OCCASIONNELS. Toutefois, il faut noter ici que le taux de non-réponse est élevé puisqu'il atteint 18%, ce qui peut se traduire par une méconnaissance du système par les OCCASIONNELS et, par conséquent, par une réserve envers ce système. Notons cependant que la pratique d'achat SMS reste marginale : les résultats Voyage mensuel pour février révèlent un taux d'achat SMS de 1,75% (11 388 voyages SMS sur 651 754 voyages sur le réseau) mais c'est une pratique qui gagne du terrain (+180% par rapport aux résultats de février 2010 : 4064 SMS).

B. APPRÉCIATION PRATIQUE : QUESTIONS CONCRETES POUR LES PRATIQUANTS

VENTILATION ENTRE DEUX POLES :

REP (1+2)	REP (3+4)
SATISFAIT	INSATISFAIT

UTILISATEURS D'OPTYMO, ETES-VOUS SATISFAIT DE(S)...

	MOINS DE 10 TRAJETS / MOIS		PLUS DE 10 TRAJETS / MOIS	
	SATISFAIT	INSATISFAIT	SATISFAIT	INSATISFAIT
QUES-65 PRESTATIONS D'OPTYMO	89%	9%	90%	9%
QUES-66 L'IMAGE D'OPTYMO	94%	5%	88%	11%
QUES-67 PRIX D'UN TRAJET	88%	5%	91%	8%
QUES-68 PRIX MAXIMUM MENSUEL	77%	14%	84%	12%
QUES-69 SYSTEME DE CARTE	94%	6%	89%	11%
QUES-70 L'ACHAT PAR TELEPHONE MOBILE	51%	31% ↘	68%	24% ↘
QUES-71 LIEUX DESSERVIS	79%	19%	85%	15%
QUES-72 L'ACCUEIL DANS LES BUS	87%	12%	82%	17%
QUES-73 CONFORT DANS BUS	92%	7%	88%	11%
QUES-74 PONCTUALITE DU BUS	75%	25% ↘	64%	35% ↘
QUES-75 RAPIDITE DU BUS	88%	11%	77%	21%
QUES-76 SECURITE DU BUS	93%	6%	92%	7%
QUES-77 CÔTÉ PRATIQUE (PRATICITE DU BUS)	91%	8%	91%	8%
QUES-78 INFORMATION SUR LIGNES	82%	17%	84%	14%
QUES-79 SATISFACTION ABRIBUS	68%	31% ↘	70%	29% ↘
QUES-46 BIEN POUR FAIRE SES COURSES (PRATICITE)	37%	59% ↘	35%	62% ↘

6. ASSERTIONS ET JUGEMENTS DES PRATIQUANTS ET DU PUBLIC (Tableau C.)

SYNTHÈSE

- Le succès d'Optymo s'accompagne d'un changement radical d'attitude vis-à-vis de l'image du bus : quel que soit l'échantillon (PUBLIC, OCCASIONNELS, FRÉQUENTS), le bus n'est pas considéré comme un mode de mobilité « ringard ».
- La mixité de la clientèle bus est perçue par les utilisateurs et ceux-ci rejettent l'idée que le bus serait exclusivement destiné aux scolaires et aux étudiants.
- La dimension « écologique » de la mobilité bus est une donnée essentielle pour les clients Optymo.

Dans l'ensemble, les résultats entre les OCCASIONNELS et les FRÉQUENTS suivent une même tendance avec peu d'écart entre le taux des réponses affirmatives ou négatives. Cependant, quelques remarques peuvent être énoncées.

QUES-39. La formulation est polysémique et il nous est difficile de comprendre le sens entendu par les enquêtés. En d'autres termes, est-ce que la notion d'habitude est une notion négative, neutre ou positive (selon qu'elle exprime un frein, un constat ou bien qu'elle identifie un « rapport à la vie » serein, tranquille ou, au contraire, subi).

QUES-41 / QUES-42 / QUES-45. Les taux de réponses assez élevés concernant deux idées reçues montrent qu'Optymo bénéficie d'une image très positive (« Prendre le bus, ce n'est pas ringard ») et que le projet n'est pas enfermé dans une image exclusivement « générationnelle » puisque les « 15-29 ans », très fort contingent des FRÉQUENTS, reconnaissent que le bus n'est pas fait que pour les jeunes. Enfin, que ce soit une attitude à l'initiative des conduites ou bien un discours de valorisation de soi, l'approche écologique et développement durable est une dimension fortement présente dans la justification de la pratique du bus.

QUES-44 / QUES-47. L'argument économique n'est pas un argument essentiel pour les utilisateurs. Mais l'acceptation de la formulation n'est-elle pas l'acceptation de sa propre dévalorisation sociale (parce qu'économique) ? Cette question de la dévalorisation se pose également pour la question 47 : si l'identification de la pratique du bus est liée à celle d'une temporalité « distendue », cela peut-être perçu comme une formulation socialement dévalorisante (avoir le temps, c'est n'avoir rien à faire). Cette remarque peut expliquer le différentiel de 9 points entre les OCCASIONNELS et les FRÉQUENTS mais il peut également s'expliquer par un effet « fréquence » : la pratique montre que l'exigence temporelle peut être respectée par le réseau bus.

QUES-43. L'équilibre entre le OUI et le NON est remarquable. La mobilité bus est perçue comme une alternative sérieuse à la voiture. On notera un différentiel de 6 points entre les OCCASIONNELS et les FRÉQUENTS, ce qui révèle que les FRÉQUENTS ont conscience de l'aliénation que représente l'absence de voiture (pour des motifs techniques — pas ou plus de permis — ou bien économiques).

C. ATTITUDES OU AJUSTEMENTS AU COMPORTEMENT : AVIS DES PRATIQUANTS ET AVIS PUBLIC

REP (1+2)	REP (3+4)
OUI	NON

ETES-VOUS D'ACCORD AVEC LES AFFIRMATIONS SUIVANTES : *PRENDRE LE BUS,...*

	MOINS DE 10 TRAJETS / MOIS		PLUS DE 10 TRAJETS / MOIS		PUBLIC	
	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON
QUES-39 LE BUS, C'EST UNE HABITUDE	81%	17%	83%	16%	80%	18%
QUES-40 LE BUS, C'EST PAS PRATIQUE	21%	77%	23%	75%	45%	53%
QUES-41 LE BUS, C'EST POUR LES JEUNES	31%	66%	35%	63%	43%	56%
QUES-42 LE BUS, C'EST RINGARD	4% ➡	92%	3% ➡	95%	5% ➡	91%
QUES-43 LE BUS, C'EST QUAND PAS DE VOITURE	53%	45% ➡	59%	39% ➡	68%	30% ➡
QUES-44 LE BUS, C'EST QUAND PAS D'ARGENT	24%	74%	26%	71%	30%	66%
QUES-45 LE BUS, C'EST RESPECTER PLANETE	84% ➡	10%	81% ➡	12%	76%	21%
QUES-46 LE BUS, POUR FAIRE SES COURSES > RENVOI SUR TRAITEMENT B : DE L'ORDRE DE L'EXPERIENCE						
QUES-47 LE BUS, C'EST AVOIR LE TEMPS	52%	44% ➡	45%	53% ➡	56%	42% ➡

7. COMPARAISONS ENTRE BUS ET VOITURE, AVIS D'EXPÉRIENCE SELON LA DESTINATION (Tableau D.)

SYNTHÈSE

- Les dimensions « écologogique » et « économique » dans une comparaison voiture/bus sont les éléments essentiels du choix Optymo.
- Il existe un effet multiplicateur « Centre-ville » nettement favorable au bus dans la comparaison voiture/bus.

Entre le PUBLIC, les OCCASIONNELS et les FRÉQUENTS, nous avons une uniformité des résultats mais avec un léger différentiel à la faveur du bus pour les pratiquants/consommateurs.

Ce qui est remarquable, c'est le fort taux de réponses favorables à la mobilité bus par rapport à la voiture selon des comparaisons économiques (QUES-35) et écologiques (QUES-36) pour l'ensemble des échantillons (PUBLIC, OCCASIONNELS, FRÉQUENTS).

Le sentiment de sécurité (QUES-34) est plutôt une caractéristique associée au bus mais un taux important de non-réponse laisse supposer qu'il s'agit d'une question qui se pose peu en ces termes pour les pratiquants et les enquêtés.

Lorsque la destination « Centre-ville » devient une variable de comparaison, les comparaisons effectuées sur les dimensions confort, rapidité et praticité (QUES-48/QUES-49/QUES-50) montrent que les taux doublent en faveur de la mobilité bus à la fois pour les OCCASIONNELS et les FRÉQUENTS : il y a ici nettement un avis d'expérience sur des notions subjectivement mesurables car les notions plus « ouvertes » comme les sentiments de « modernité » ou « d'agréable » n'offrent pas de variations dans les taux de réponses.

D. COMPARAISON ENTRE BUS ET VOITURE

BUS	VOITURE
-----	---------

D.1. COMPARAISONS ENTRE BUS ET VOITURE

ENTRE LE BUS ET LA VOITURE, QUEL TRANSPORT EST LE PLUS :

	MOINS DE 10 TRAJETS / MOIS		PLUS DE 10 TRAJETS / MOIS		PUBLIC	
	BUS	VOITURE	BUS	VOITURE	BUS	VOITURE
QUES-31 + CONFORTABLE	28%	67%	24%	74%	14%	82%
QUES-32 + RAPIDE	24%	72%	20%	79%	18%	79%
QUES-33 + PRATIQUE	38%	60%	42%	56%	28%	70%
QUES-34 + SÛR	57%	31%	56%	37%	46%	46%
QUES-35 + ECONOMIQUE	86% ➡	6%	86% ➡	6%	75% ➡	18%
QUES-36 + POLLUANT	11%	82% ➡	11%	83% ➡	15%	79% ➡
QUES-37 + MODERNE	38%	45%	36%	55%	31%	60%
QUES-38 + AGRÉABLE	33%	62%	25%	65%	22%	74%

D.2. COMPARAISONS ENTRE BUS ET VOITURE POUR ALLER AU CENTRE-VILLE

POUR ALLER AU CENTRE-VILLE DE BELFORT, ENTRE LE BUS ET LA VOITURE, QUEL TRANSPORT EST LE PLUS :

	MOINS DE 10 TRAJETS / MOIS		PLUS DE 10 TRAJETS / MOIS		PUBLIC	
	BUS	VOITURE	BUS	VOITURE	BUS	VOITURE
QUES-48 + CONFORTABLE	53%	42%	54%	41%	36%	57%
QUES-49 + RAPIDE	47%	50%	43%	53%	32%	61%
QUES-50 + PRATIQUE	58%	37%	54%	42%	45%	48%
QUES-51 + SÛR	64%	29%	53%	39%	51%	39%
QUES-52 + ECONOMIQUE	86% ➡	8%	86% ➡	11%	73% ➡	18%
QUES-53 + POLLUANT	15%	76% ➡	13%	80% ➡	15%	74% ➡
QUES-54 + MODERNE	44%	44%	38%	52%	35%	53%
QUES-55 + AGRÉABLE	42%	53%	37%	55%	25%	68%

D.3. COMPARAISON GRAND PUBLIC ENTRE BUS ET VOITURE SELON LA DESTINATION

ENTRE LE BUS ET LA VOITURE, QUEL TRANSPORT EST LE PLUS :

	PUBLIC > AUTRE DESTINATION		PUBLIC > VERS CENTRE VILLE	
	BUS	VOITURE	BUS	VOITURE
QUES-31 + CONFORTABLE	14%	82%	36% ➡	57%
QUES-32 + RAPIDE	18%	79%	32% ➡	61%
QUES-33 + PRATIQUE	28%	70%	45% ➡	48%
QUES-34 + SÛR	46%	46%	51%	39%
QUES-35 + ECONOMIQUE	75%	18%	73%	18%
QUES-36 + POLLUANT	15%	79%	15%	74%
QUES-37 + MODERNE	31%	60%	35%	53%
QUES-38 + AGRÉABLE	22%	74%	25%	68%

D.4. COMPARAISON PRATIQUANTS OCCASIONNELS ENTRE BUS ET VOITURE SELON LA DESTINATION

ENTRE LE BUS ET LA VOITURE, QUEL TRANSPORT EST LE PLUS :

	(-) DE 10 TRAJETS / MOIS > AUTRE DESTINATION		(-) DE 10 TRAJETS / MOIS > VERS CENTRE-VILLE	
	BUS	VOITURE	BUS	VOITURE
QUES-31 + CONFORTABLE	28%	67%	53% ➡	42%
QUES-32 + RAPIDE	24%	72%	47% ➡	50%
QUES-33 + PRATIQUE	38%	60%	58% ➡	37%
QUES-34 + SÛR	57%	31%	64%	29%
QUES-35 + ECONOMIQUE	86%	6%	86%	8%
QUES-36 + POLLUANT	11%	82%	15%	76%
QUES-37 + MODERNE	38%	45%	44%	44%
QUES-38 + AGRÉABLE	33%	62%	42%	53%

D.5. COMPARAISON PRATIQUANTS FRÉQUENTS ENTRE BUS ET VOITURE SELON LA DESTINATION

ENTRE LE BUS ET LA VOITURE, QUEL TRANSPORT EST LE PLUS :

	(+) DE 10 TRAJETS / MOIS > AUTRE DESTINATION		(+) DE 10 TRAJETS / MOIS > VERS CENTRE-VILLE	
	BUS	VOITURE	BUS	VOITURE
QUES-31 + CONFORTABLE	24%	74%	54% ➡	41%
QUES-32 + RAPIDE	20%	79%	43% ➡	53%
QUES-33 + PRATIQUE	42%	56%	54% ➡	42%
QUES-34 + SÛR	56%	37%	53%	39%
QUES-35 + ECONOMIQUE	86%	6%	86%	11%
QUES-36 + POLLUANT	11%	83%	13%	80%
QUES-37 + MODERNE	36%	55%	38%	52%
QUES-38 + AGRÉABLE	25%	65%	37%	55%

8. PROPOSITIONS DE SOLUTIONS OPTYMO 2 : AVIS DES PRATIQUANTS ET AVIS DU PUBLIC (Tableau E.)

SYNTHÈSE

- L'ensemble des solutions Optymo 2 est plébiscité par les trois échantillons (PUBLIC, OCCASIONNELS, FRÉQUENTS).
- Les clients Optymo restent sensibles aux préoccupations des automobilistes, ce qui confirme l'adéquation d'un réseau de transport bus performant comme participant à la fluidité du réseau routier.

Quel que soit l'échantillon, les résultats sont favorables aux propositions exceptée la proposition de stationnements payants en ville (**QUES-63**).

Sur ce point, on notera que les pratiquants de la mobilité bus ne stigmatisent pas la voiture en ville et ne justifient pas, par une contrainte économique, la nécessité de réduire la présence automobile dans les villes. Il faut sans doute percevoir dans ce résultat le fait que la grande majorité des pratiquants est, a été ou sera un jour automobiliste...

Deux résultats sont à noter pour leur majorité moins écrasante : les propositions concernant la « piétonnisation » totale du Faubourg de France (**QUES-58**) et, avec plus de force, la location de voiture Optymo (**QUES-60**).

Pour la question 58, il faut noter la cohérence du taux des réponses négatives avec le « succès » de l'arrêt « Faubourg de France », point de correspondance le plus important du réseau situé à l'entrée de la zone piétonnière : la piétonnisation totale supprimerait cet arrêt « stratégique ».

E. PROPOSITIONS OU ANTICIPATIONS : AVIS DES PRATIQUANTS ET AVIS PUBLIC

REP (1+2)	REP (3+4)
FAVORABLE	DÉFAVORABLE

ETES-VOUS FAVORABLE AUX PROPOSITIONS SUIVANTES ?

	MOINS DE 10 TRAJETS / MOIS		PLUS DE 10 TRAJETS / MOIS		PUBLIC	
	FAVORABLE	DÉFAVORABLE	FAVORABLE	DÉFAVORABLE	FAVORABLE	DÉFAVORABLE
QUES-56 CRÉER DES RUES RÉSERVÉES	70%	25%	77%	20%	62%	35%
QUES-57 CRÉER DES ZONES PIETONNES VIEILLE VILLE	74%	20%	81%	13%	71%	28%
QUES-58 RENDRE FBG FRANCE PIÉTON	64% ➡	31%	57% ➡	37%	57% ➡	37%
QUES-59 LOCATIONS VÉLO OPTYMO	73%	25%	70%	26%	74%	23%
QUES-60 LOCATIONS VOITURE OPTYMO	52% ➡	43%	55% ➡	40%	51% ➡	44%
QUES-61 CRÉER PARKING RELAIS HORS VILLE	80%	18%	87%	11%	75%	22%
QUES-62 FRÉQUENCE BUS ENTRE 3 ET 5 MN	70%	28%	79%	18%	71%	26%
QUES-63 + DE STATIONNEMENT PAYANT VILLE	23%	76%	22%	72%	17%	81%