

Étude exploratoire sur les perceptions du temps et les activités dans les transports en commun



Rapport de l'enquête quantitative

Mai 2012

Contacts :

Grand Lyon, direction de la prospective et du dialogue public -
Pôle marketing public : Caroline RICHEMONT

Nova 7, membre du réseau d'experts en marketing public du Grand
Lyon - Responsable de l'étude : Julien CASALS

Résumé...

A quoi le temps passé dans les transports (1h30 par jour en moyenne pour les personnes qui travaillent, 30 minutes pour les autres) est-il occupé ? Comment est-il vécu par les usagers et les habitants **(temps utile ? temps perdu ? temps contraint ?...)** ?

Dans le cas particulier des transports en commun, comment ce temps pourrait-il être davantage valorisé, ou mieux utilisé, dans la perspective d'améliorer le bien-être des habitants, mais aussi de renforcer l'attractivité du transport collectif par rapport au mode voiture ? Comment s'articulent les aspirations individuelles et les opportunités ou contraintes induites par la présence des autres passagers ? Quels services la Collectivité peut-elle offrir ou développer pour aider les usagers à mieux vivre leur temps de trajet ?

C'est pour répondre à ces différentes questions que le Pôle marketing public du Grand Lyon a piloté la réalisation d'une étude exploratoire confiée à Nova7 : elle a consisté en une **première approche qualitative** (organisation et animation de 6 focus group, écriture de récits de voyages, observations in situ), qui a permis de révéler les principales attitudes et attentes des usagers, **complétée par une enquête quantitative** auprès d'un échantillon statistiquement représentatif de 500 clients/usagers des Transport en Commun Lyonnais (TCL)

L'étude fait logiquement apparaître des vécus et des aspirations très diverses, qui s'opposent autour de deux grandes dimensions : la première rend compte du sentiment de confiance vis-à-vis des autres voyageurs, et opposent ceux qui sont dans un rapport d'ouverture, de curiosité et de bienveillance avec les autres passagers, à ceux qui au contraire sont d'abord agacés, incommodés voire se méfient (axe méfiance/confiance) ; la deuxième oppose ceux qui sont le plus souvent actifs à ceux qui ne font rien pendant leur temps de transport. Derrière ces deux grandes tensions, qui rendent compte de la diversité des usagers mais aussi des usages (un même individu peut, selon les heures de la journée, les motifs de son déplacement, le mode qu'il emprunte... passer d'un ressenti à un autre), des tendances se dégagent.

Elles font notamment apparaître que si la demande d'activités ou de distractions complémentaires n'est pas une revendication forte de la part des usagers (qui **vivent globalement une expérience positive dans les Transports en Commun Lyonnais**), il existe un **terrain favorable pour proposer des services susceptibles d'améliorer leurs conditions de déplacements**. Une large majorité d'entre eux apprécieraient par exemple que soient affichées, dans les stations, aux arrêts ou dans les rames, des messages sur les activités de la ville (culture, loisirs, manifestations locales), que soient exposés des tableaux, des photographies, des œuvres d'art..., que soient mis à disposition des paniers pour échanger journaux ou livres avec les autres passagers, que soient diffusées des informations locales ou nationales... D'autres idées, comme la possibilité de se connecter à Internet dans le métro, ont été bien entendu proposées et testées, et les résultats de l'intérêt qu'elles soulèvent sont détaillés dans le rapport.

La réflexion menée par le Grand Lyon sur le « temps des transports en commun » et sur les usages de ce temps constitue une approche originale et complémentaire d'autres approches davantage centrées sur la qualité du service et donc sur les critères d'offre (respect des horaires, propreté, fonctionnement des équipements, sécurité, etc.). L'étude exploratoire menée ici offre des perspectives orientées sur les individus, considérés d'abord comme des habitants (ou des visiteurs) plutôt que comme des usagers ou des clients des TCL, et ouvre le champ à des **services débordant du strict cadre des transports et des infrastructures**.

Elle n'est pas pour autant déconnectée des enjeux de mobilité puisque que, dans un contexte où les conditions de déplacement en voiture sont de plus en plus difficiles, le bien-être éprouvé par les voyageurs constituera un argument complémentaire pour renforcer ou développer la part modale des transports en commun.

Sommaire...

Rappel du contexte et des objectifs	5
Méthodologie	6
1. Les activités pratiquées	8
1.1. Taux de pratique des activités.....	8
1.2. Activités les plus souvent pratiquées	11
2. Attitudes vis-à-vis du temps passé dans les TCL et des activités s’y rapportant.....	12
2.1. Perceptions du temps passé dans les TCL.....	12
2.2. Les sensations et sentiments éprouvés.....	14
3. Typologie des répondants	16
3.1. Identification des composantes en principales	16
Eclairage méthodologique : l’analyse factorielle	16
Résultats de l’analyse	17
3.2. Typologie	18
3.3. Représentation des types sur les axes factoriels	20
4. Intérêt pour de nouveaux services.....	21
4.1. Résultats sur l’ensemble de l’échantillon.....	21
4.2. Résultats selon les caractéristiques des répondants	23
5. Description de l’échantillon.....	24

Présentation de l'étude



RAPPEL DU CONTEXTE ET DES OBJECTIFS

Chaque jour, les personnes utilisant les transports en commun pour aller travailler consacrent en moyenne près d'une heure et demie à leurs déplacements (Etude nationale TNS Sofres pour Keolis – 2007). Même si ces chiffres mériteraient d'être affinés pour connaître plus précisément la situation des Grands Lyonnais et plus globalement les temps consacrés aux déplacements autres que le domicile travail (35 minutes par jour et par personne, selon l'INSEE), ils montrent la place du temps occupé aux déplacements dans notre vie quotidienne.

- A quoi ce temps est-il occupé ?
- Comment est-il vécu par les usagers et les habitants (temps utile ? temps perdu ? temps contraint ?...)? Les perceptions du temps de trajet, et de ce qu'on peut y faire, sont-elles différentes selon les modes de transports utilisés (en particulier, quelles différences entre la voiture et les transports en commun, mais aussi au sein des différents modes de transport collectif (bus, métro, tram) ?
- Dans le cas particulier des transports en commun, comment ce temps pourrait-il être davantage valorisé, ou mieux utilisé, dans la perspective d'améliorer le bien-être des habitants, mais aussi de renforcer l'attractivité du transport collectif par rapport au mode voiture ? Comment s'articulent les aspirations individuelles et les opportunités ou contraintes induites par la présence des autres passagers ? Quels supports ou services la Collectivité peut-elle offrir ou développer pour aider les usagers à mieux vivre leur temps de trajet ?

C'est pour répondre à ces différentes questions que le Pôle marketing public du Grand Lyon a fait appel à Nova7, en lui confiant la réalisation de deux enquêtes exploratoires : une première enquête qualitative, suivie d'une **enquête quantitative auprès d'un échantillon statistiquement représentatif d'usagers des transports en commun**, dont rend compte le présent rapport.

Ainsi, les objectifs de cette étude étaient les suivants :

- Quantifier les pratiques
- Quantifier les attitudes révélées mises au jour lors de la phase qualitative de l'étude
- Tester et mesurer l'intérêt des usagers pour des idées qui pourraient améliorer leur pratique des transports en commun

MÉTHODOLOGIE

L'enquête quantitative a été réalisée auprès d'un échantillon de 529 personnes statistiquement représentatives des usagers des Transports en Commun Lyonnais.

Ils ont été interviewés en face-à-face sur le réseau TCL.

Afin d'assurer la diversité des répondants et la représentation de toutes les catégories d'usagers, les points d'enquête ont été répartis sur l'ensemble du réseau : à l'intérieur de chacune des principales zones de l'agglomération (centre, nord, sud, est, ouest), des lignes ont été tirées au hasard pour définir le point de départ des enquêteurs.

En s'appuyant sur les données issues de précédentes enquêtes TCL, nous avons par ailleurs veillé à respecter des quotas sur les critères d'âge, de sexe et de catégorie socioprofessionnelle des usagers.

Le terrain s'est déroulé du 4 au 16 avril 2012.

Résultats détaillés



1. LES ACTIVITÉS PRATIQUÉES

1.1. Taux de pratique des activités

Voici des choses qu'on peut faire dans les transports en commun lyonnais... Quelles sont celles qu'il vous arrive de faire ?

Base : ensemble échantillon

	Oui %	Une activité davantage pratiquée par...	Non %	Une activité moins pratiquée par...
Lire des journaux	59	Les employés 67% Les 55-69 ans 70 %	41	Les 18-24 ans 49% Les prof. interm. 58 % TC <1 x/mois 58 %
Discuter avec des gens que je connais	57	-	43	-
Observer les gens, imaginer qui ils sont	47	Les femmes 52 % Les prof. interm. 67 % Les retraités 58 % TC 2 à 3x/semaine 57	53	Cadres sup 64% Hommes 59% TC <1 x/mois 79 %
Ecrire ou lire des SMS ou des mails	46	Les 18-24 ans 72% Les autres inactifs 71% Smartphone 62% TC tous les jours 53%	54	Les retraités 94% Les >70 ans 100% 55-69 ans 84 % 40-54 ans 66%
Ecouter de la musique ou la radio	43	Les 18-24 ans 72% Smartphone 60% TC tous les jours 51% Hommes 51% Autres inactifs 72%	57	Les >70 ans 97% 40-54 ans 75% Retraités 95% Femmes 63% TC 2 à 3 x/mois 83%
Rêvasser	40	-	60	-
Lire des livres	38	Femmes 43%	62	Hommes 68% Ouvriers 85%
Téléphoner	25	TC tous les jours 30% 18-24 ans 35% Smartphone 29% Autres inactifs 32%	75	55-65 ans 93% Retraités 92% TC 2 à 3x/semaine 84 % TC 2 à 3x/mois 87 %
Ecouter les conversations	20	Inactifs 23%	80	Cadres sup 87% 40-54 ans 86% Actifs 83%

Base : ensemble échantillon	Oui %	Une activité davantage pratiquée par...		Non %	Une activité moins pratiquée par...	
Dormir ou somnoler	20	TC tous les jours Employés 18-24 ans	24% 27% 26%	80	Retraités 55 - 69 ans TC 2 à 3 x par sem.	90% 89% 87%
Discuter avec quelqu'un qu'on ne connaît pas	17	Retraités Femmes	27 % 20 %	83	18-24 ans Smartphone Cadres sup	89 % 87 % 91 %
Prier ou méditer	14	-	-	86	-	-
Manger ou boire	13	TC tous les jours Autres inactifs	16% 18 %	87	Retraités 55 - 69 ans	98% 96%
Faire des jeux sur papier	13	55-69 ans	20%	87	Cadres sup 40 - 54 ans	94% 93%
Travailler	12	Smartphone TC tous les jours 25-35 ans	18% 16% 16%	88	Retraités 55- 69 ans TC 2 à 3 x par mois. TC 2 à 3 x par sem.	99% 99% 100% 95%
Faire des jeux sur écran	9	18-24 ans Hommes Smartphone TC tous les jours	18% 13% 14% 11%	91	Les employés Les femmes Les retraités Les 55-69 ans 40-54 ans	97% 94% 97% 97% 95%
Regarder des vidéos, des films	4	18-24 ans Smartphone	9% 6%	96	Retraités	100%
Se maquiller	3	Femmes Employés	4% 6%	97	Hommes Cadres sup	100% 100%
Draguer	3	Hommes 18-24 ans TC tous les jours Autres inactifs	8% 9% 5% 8%	97	Femmes Actifs 25-39 ans	100% 98% 99%

(Total >100 : plusieurs réponses possibles)

Ces résultats, qui confirment souvent des intuitions que l'on peut avoir en observant les voyageurs dans les Transports en Commun Lyonnais, permettent de distinguer les activités les plus courantes des plus marginales.

La lecture des croisements réalisés avec les variables signalétiques du questionnaire (âge, sexe, PCS, fréquence d'utilisation des TCL, possession de téléphone portable et smartphone...) permettent de mesurer et mettre au jour plus précisément « qui pratique quoi ». Il ressort ainsi que certaines activités sont plutôt communes à tout le monde : le fait de discuter avec des gens que l'on connaît, de rêvasser, de prier ou méditer... sont des activités pour lesquelles ne ressort aucune différence significative entre les catégories de répondants. A l'inverse, d'autres activités se révèlent beaucoup plus discriminantes. On peut ainsi identifier :

- Les activités plus spécifiquement « jeunes », et souvent plus masculines : la lecture de SMS ou de mails, l'écoute de la musique, les jeux sur écrans ou la vidéo, la « drague »... concernent plus souvent (mais ce n'est bien entendu pas exclusif) des interviewés masculins âgés de 18 à 24 ans.
- Les activités un peu plus spécifiquement « seniors » : les jeux sur papier (mots croisés, sudokus, etc.) et la lecture des journaux.
- Les activités plus spécifiquement féminines : outre le maquillage, qui reste une pratique très anecdotique, on notera la lecture de livres et l'observation des gens qui sont des activités plus souvent pratiquées par des femmes.

1.2. Activités les plus souvent pratiquées

Quelles sont celles que vous faites le plus souvent ? (3 maxi)

Base : ensemble échantillon

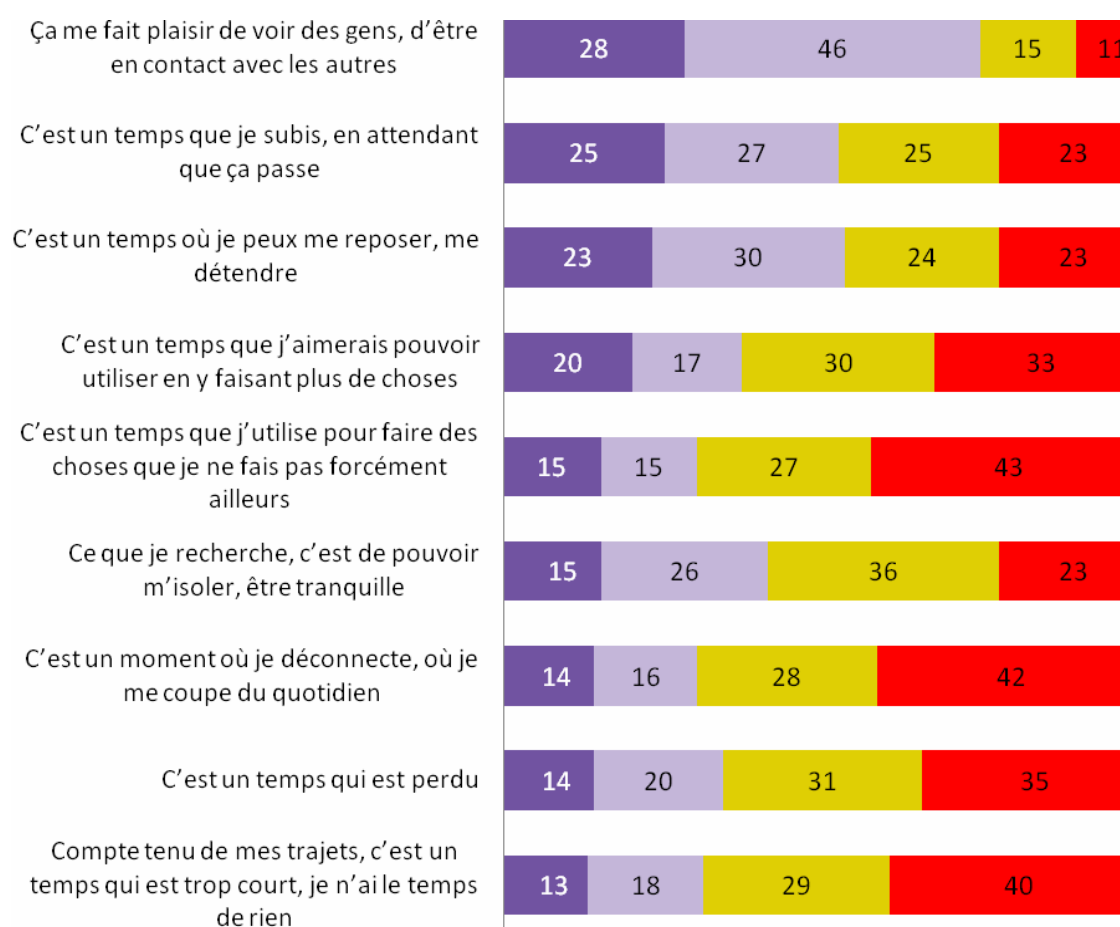
	%
Lire des journaux	29
Ecouter de la musique ou la radio	24
Lire des livres	20
Ecrire ou lire des SMS ou des mails	17
Observer les gens, imaginer qui ils sont	10
Discuter avec des gens que je connais	10
Rêvasser	10
Dormir ou somnoler	4
Travailler	3
Prier ou méditer	3
Téléphoner	2
Manger ou boire	1
Faire des jeux sur papier (mots croisés, fléchés, sudokus)...	1
Faire des jeux sur écran (console ou téléphone)	1
Ecouter les conversations	1
Discuter avec quelqu'un qu'on ne connaît pas	1
Draguer	1
Se maquiller	-
Regarder des vidéos, des films	-

(Total >100 : plusieurs réponses possibles)

2. ATTITUDES VIS-À-VIS DU TEMPS PASSÉ DANS LES TCL ET DES ACTIVITÉS S'Y RAPPORTANT

2.1. Perceptions du temps passé dans les TCL

Voici des phrases qu'on pourrait dire sur les trajets en transports en commun. Dites si vous êtes d'accord ou pas



■ Tout à fait d'accord
 ■ Assez d'accord
 ■ Plutôt pas d'accord
 ■ Pas d'accord du tout

La dimension collective du temps passé dans les transports

Lors des enquêtes sur les transports en commun, les autres sont souvent évoqués pour les nuisances dont ils sont la cause : trop nombreux, trop bruyants, inciviques... Longue est la litanie des griefs que l'on a notamment pu entendre, dans certaines tables rondes, lors de la phase qualitative de l'étude. Cette même étude avait permis de mettre au jour que fort heureusement, les autres peuvent aussi être une source d'enrichissement, d'échanges, de distraction, d'évasion, de rencontres... Le tableau montre que c'est tout de même cette dimension qui prédomine, puisque 74 % des interviewés considèrent qu'ils ont « *plaisir à voir des gens, à être en contact avec les autres* » pendant leurs trajets. Certes, 41 % des interviewés disent vouloir « *chercher à s'isoler, à être tranquille* », mais ce double constat n'est pas contradictoire : même isolé, le spectacle et la présence des autres peuvent être considérés comme distrayants.

La pratique des activités : vers une forme de résignation ?

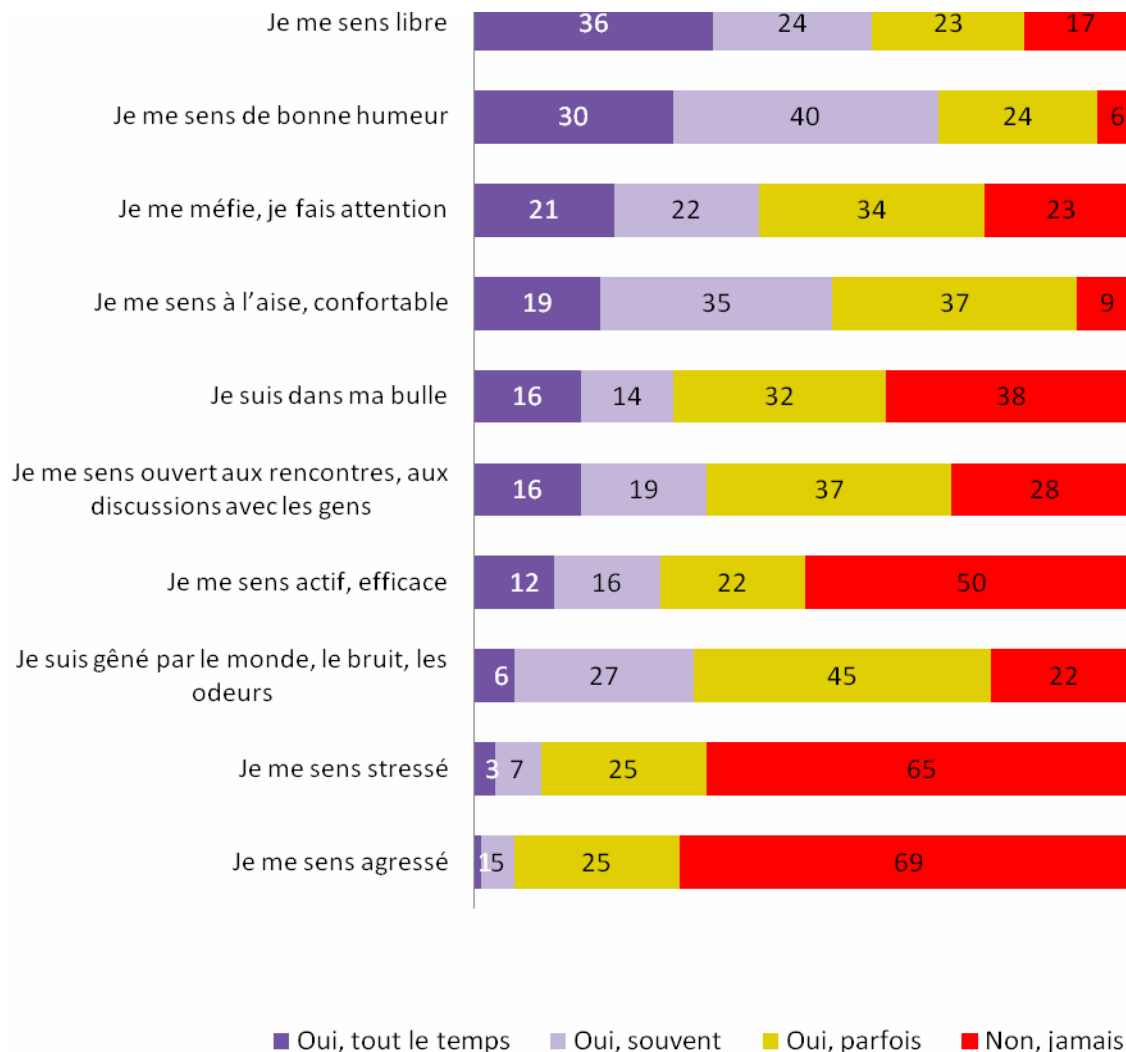
Une conclusion de l'étude qualitative, d'où ressortait l'idée, exprimée dans de nombreux groupes, selon laquelle les trajets en TCL étaient trop courts pour que l'on puisse s'y livrer à des activités, est ici nuancée par les résultats de l'enquête, puisque 31 % seulement des interviewés partagent cette opinion. Mais si 62 % disent subir ce temps « *en attendant que ça passe* », ils ne sont que 34 % à considérer qu'il s'agisse véritablement d'un « temps perdu ». D'ailleurs, 47 % sont d'accord pour dire qu'ils aimeraient profiter de ce temps pour faire plus d'activités : faut-il y voir une forme de résignation, liée au manque d'imagination quant à ce qui pourrait être fait pour faire de ce temps un temps moins contraint ?

La coupure, la déconnexion : une aspiration qui ne correspond pas complètement au vécu des voyageurs

Nous avons identifié, lors des tables rondes de la phase qualitative, une représentation du temps passé dans les transports en commun qui, pour un certain nombre de participants, était associé à un temps de coupure, de déconnexion. On constate ici que, si l'on s'en réfère au vécu des personnes interrogées dans l'enquête, cette perception ne correspond que minoritairement au vécu des usagers TCL : 30 % seulement sont d'accord pour dire que ce temps est un moment de déconnexion, de coupure du quotidien. En revanche, 53 % déclarent pouvoir s'y reposer, se détendre, alors que 62 % y voient un temps qu'ils subissent, « *en attendant que ça passe* ».

2.2. Les sensations et sentiments éprouvés

Dites comment vous vous sentez pendant ces trajets en TCL...



Il se confirme au travers de ces chiffres que les usagers des transports en commun lyonnais ne sont pas malheureux :

- 94 % se sentent de bonne humeur (70 % si l'on retient ceux qui éprouvent souvent ce sentiment)
- 83 % se sentent libres (60 % si l'on ne retient que les « souvent »)
- 91 % se sentent à l'aise, confortables (54 % si l'on ne retient que les « souvent »)

Mais, puisque cette enquête porte sur la question des activités, on notera que 50 % ne se sentent jamais actifs ou efficaces quand ils voyagent avec les TCL. Ce chiffre est à rapprocher du peu de

personnes qui déclarent travailler (12 % de l'échantillon) ou encore des 30 % d'interviewés déclarant « *pouvoir faire des choses qu'ils ne font pas forcément ailleurs* ».

Ce sont là des sensations ou des vécus relativement partagés par la plupart des interviewés. De la même manière, 65 % des répondants ne se sentent jamais stressés, et 69 % ne se sentent jamais agressés, et la part à qui cela arrive souvent est très faible : 10 % pour le stress, et 6 % pour le sentiment d'être agressé.

D'autres items obtiennent des résultats plus partagés :

- la gêne par le monde, le bruit, les odeurs, qui concentre les réponses sur la modalité « parfois », même si l'on ne peut pas se satisfaire de constater que près d'un tiers des usagers (31 %) sont « souvent » ou « tout le temps » gênés par les autres. Ces résultats sont à rapprocher de la part relativement importante - 38 % - des personnes qui n'éprouvent jamais le sentiment d'être dans leur bulle, et de la part plus faible de ceux à qui, à l'inverse, cela arrive souvent (30 %).
- L'ouverture aux discussions, aux rencontres avec les autres est elle aussi une attente ponctuelle (37 %), avec 28 % des usagers qui répondent qu'ils n'éprouvent jamais ce sentiment.

3. TYPOLOGIE DES RÉPONDANTS

3.1. Identification des composantes en principales

Eclairage méthodologique : l'analyse factorielle

L'analyse factorielle est un traitement mathématique qui, appliqué à un ensemble d'individus caractérisés par rapport à des variables, permet de visualiser graphiquement les relations entre ces variables. Elle cherche à représenter, à partir d'axes communs, les nuages des individus et des variables : on peut alors établir les relations de proximité (ou de divergence) entre les individus d'une part et entre les variables d'autre part, mais aussi entre les premiers et les seconds.

L'Analyse en Composantes Principales (ACP), que nous avons utilisée dans cette partie, est une forme d'analyse factorielle, qui consiste à transformer des variables liées entre elles (dites "corrélées" en statistique) en nouvelles variables indépendantes les unes des autres (donc "non corrélées"). Ces nouvelles variables sont nommées "composantes principales", ou axes. L'ACP permet de synthétiser l'information en la réduisant à un nombre de composantes plus limité que le nombre initial de variables.

Appliquée ici aux 529 individus interrogés, une ACP a été réalisée en considérant les données relatives aux variables d'attitudes décrites précédemment :

- Les 9 questions relatives aux perceptions du temps passé
- Les 10 questions relatives aux sensations éprouvées dans les Transports en Commun Lyonnais

Ces variables sont dites actives car, dans le traitement opéré, c'est en fonction des relations existant entre elles qu'ont été déterminés les axes factoriels contribuant à l'information révélée par l'analyse.

Le traitement statistique peut faire apparaître un nombre important d'axes, classés par ordre décroissant de leur contribution à l'inertie totale (la contribution à l'inertie totale d'un axe correspond au pourcentage d'information expliqué par cet axe par rapport à l'information totale contenue dans le jeu initial de données). Afin d'aboutir à une représentation graphique compréhensible et synthétique, on a coutume de n'utiliser que **les deux ou trois axes** contribuant le plus à l'inertie totale (ce qui permet d'aboutir à un ou deux *mappings* en deux dimensions, avec un axe horizontal et un axe vertical).

Il est important de considérer que la signification des facteurs correspondant à ces axes n'est pas connue *a priori*, pas plus qu'elle n'est révélée explicitement par les traitements statistiques opérés par le logiciel utilisé. Cette signification se déduit, au terme de l'analyse, par l'étude des contributions apportées par les variables actives à chacun des axes. De la nature des variables les plus influentes, et de leur position sur les différents axes, on déduit la signification des axes ; signification que l'on peut ensuite expliciter par le choix d'un nom pour désigner cet axe.

D'autres variables, dites passives ou illustratives, ne jouent pas un rôle dans le traitement mais elles sont prises en compte *a posteriori* pour être situées par rapport aux premières dans le champ de la représentation. Ici, nous avons défini comme variables illustratives celles relevant d'informations « signalétiques » : la fréquence d'utilisation des TCL, l'âge, le sexe,...

Résultats de l'analyse

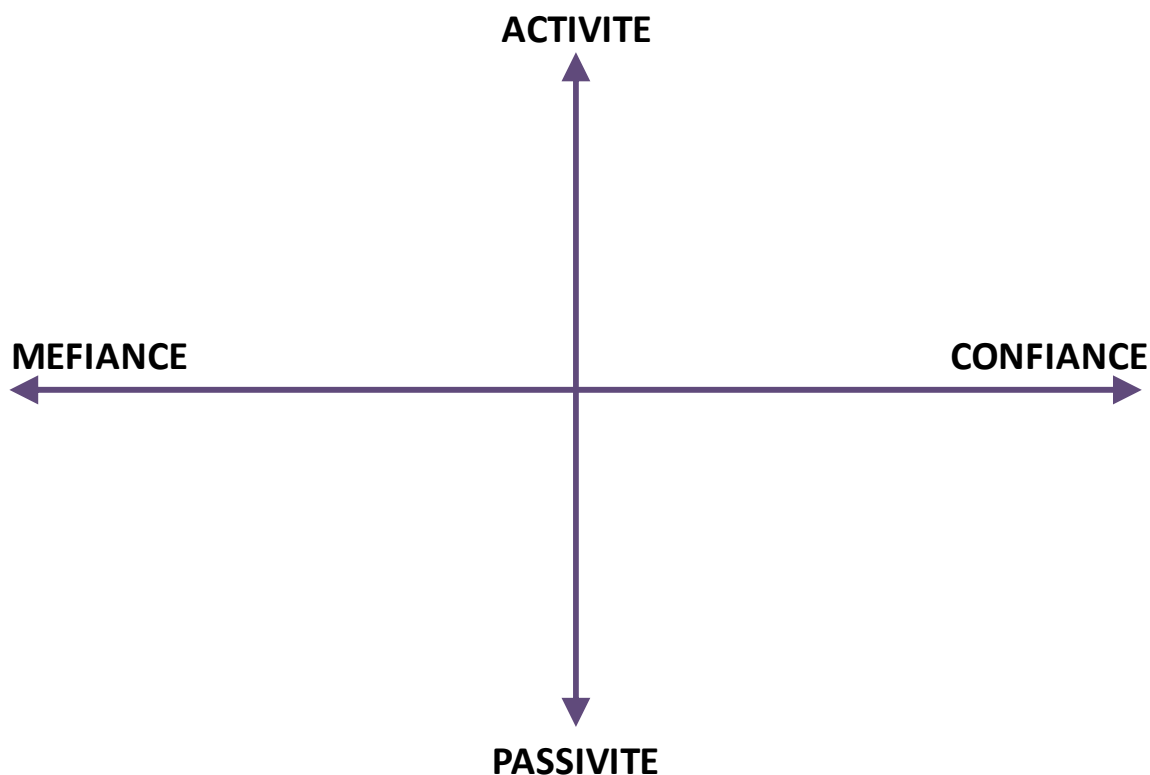
Deux grandes dimensions ressortent de l'Analyse en Composantes Principales réalisée :

- La première rend compte du sentiment de confiance vis-à-vis des autres voyageurs, ressenti par les interviewés d'une manière générale. Elle oppose ceux qui, plus que la moyenne de l'échantillon, déclarent se sentir « libres », « de bonne humeur », « ouverts aux rencontres, aux discussions avec les gens », et qui expriment leur « plaisir à voir des gens, à être en contact avec les autres »... à ceux qui à l'inverse déclarent se sentir, plus souvent que la moyenne de l'échantillon, « agressés », « gênés », ou encore « stressés ».

➔ Nous avons nommé cet axe : **CONFIANCE vs MEFIANCE.**

- La deuxième dimension concerne davantage l'attitude des répondants par rapport au fait d'être actif, de faire des choses pendant ce temps passé dans les transports, indépendamment de la manière dont il est vécu. Elle oppose notamment ceux qui se sentent « actifs », et qui déclarent davantage que les autres qu'il s'agit pour eux d'un temps « pour faire des choses que je ne fais pas forcément ailleurs », « que j'aimerais pouvoir utiliser en y faisant plus de choses »... à ceux pour qui c'est davantage « un temps de repos », « un temps de déconnexion », « où je recherche l'isolement », « où je me sens dans ma bulle ».

➔ Nous avons nommé cet axe : **ACTIVITE vs PASSIVITE.**



3.2. Typologie

L'analyse typologique consiste à classer les individus d'une population en un certain nombre de groupes suffisamment homogènes, de telle sorte que les individus figurant dans un même groupe soient les plus semblables possible, et qu'au contraire les individus appartenant à des groupes différents soient aussi différents que possible au regard d'un certain nombre de variables préalablement définies. Cette analyse typologique fait directement suite à l'analyse factorielle décrite précédemment : elle vise à identifier différents types d'individus, à décrire ces types (qui sont-ils ? combien représentent-ils ?) et à positionner ces types par rapport aux axes identifiés par l'analyse factorielle. Le choix des variables actives et illustratives est donc le même que pour l'analyse factorielle.

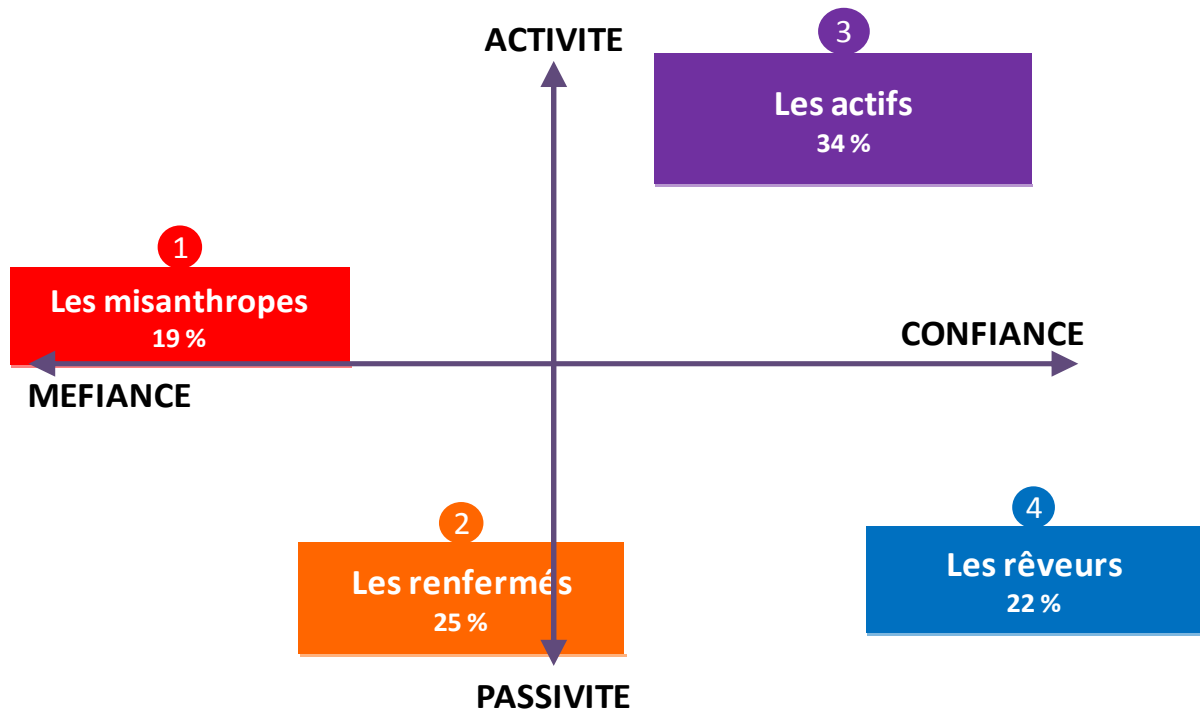
Les traitements réalisés font apparaître un découpage des répondants en 4 groupes suffisamment homogènes et différenciés les uns par rapport aux autres.

- **Le premier regroupe** des individus qui, plus que la moyenne de l'échantillon, éprouvent souvent le sentiment d'être stressés, agressés, se sentent gênés par le monde, le bruit et les odeurs, et se méfient des autres. Dans le même temps, ils vivent le temps de leur trajet comme un temps subi, un temps perdu qu'ils passent en s'isolant dans leur bulle... Ce groupe représente **19 % de la population** interrogée. Nous l'avons nommé « *les misanthropes* ».
- **Le deuxième groupe** ne partage pas la défiance du groupe précédent vis-à-vis des autres, mais lui ressemble quant à sa propension à rechercher l'isolement pendant les trajets. Plus que la moyenne de l'échantillon, ce groupe dit se refermer dans sa bulle, et vit les trajets comme « *un temps de déconnexion* », « *un temps que je subis en attendant que ça passe* », et « *un temps*

pendant lequel je n'ai le temps de ne rien faire ». De fait, ils déclarent moins d'activités pratiquées que le reste de l'échantillon. Ce groupe représente **25 % de la population** interrogée. Nous l'avons nommé « *les renfermés* ».

- **Le troisième groupe** est à l'inverse du précédent composé par des personnes qui sont actives pendant leur trajet (plus d'activités déclarées). Significativement moins que la moyenne de l'échantillon, ces personnes se renferment dans leur bulle ou vivent leur trajet comme un temps de déconnexion. Elles ne recherchent pas l'isolement, et le trajet ne constitue pas pour elles un temps de repos. Pour ces personnes, les autres ne représentent pas une gêne ou un risque. Elles ont plaisir à « *voir des gens, à entrer en contact avec les autres* », elles voyagent de bonne humeur et se sentent libres. Ce groupe représente **34 % de l'échantillon**. Nous l'avons nommé « *les actifs* ».
- A la différence du précédent, **le quatrième groupe** vit ses trajets comme « *un temps de déconnexion* », « *un temps de repos* », mais en aucun cas un temps subi : plus que la moyenne de l'échantillon, les personnes qui appartiennent à ce groupe déclarent se sentir « *libres* », « *à l'aise* », « *tranquille* » et « *de bonne humeur* » pendant leurs trajets. C'est donc, à la différence des groupes 1 et 2, une déconnexion positive, qui n'est pas dictée par le rejet ou la gêne des autres. Les personnes de ce groupe déclarent en effet, plus que la moyenne, avoir plaisir à « *voir des gens, à entrer en contact avec les autres* » à se sentir « *ouverts aux rencontres, aux discussions avec les gens* ». Ce groupe représente **22 % de l'échantillon**. Nous l'avons nommé « *les rêveurs* ».

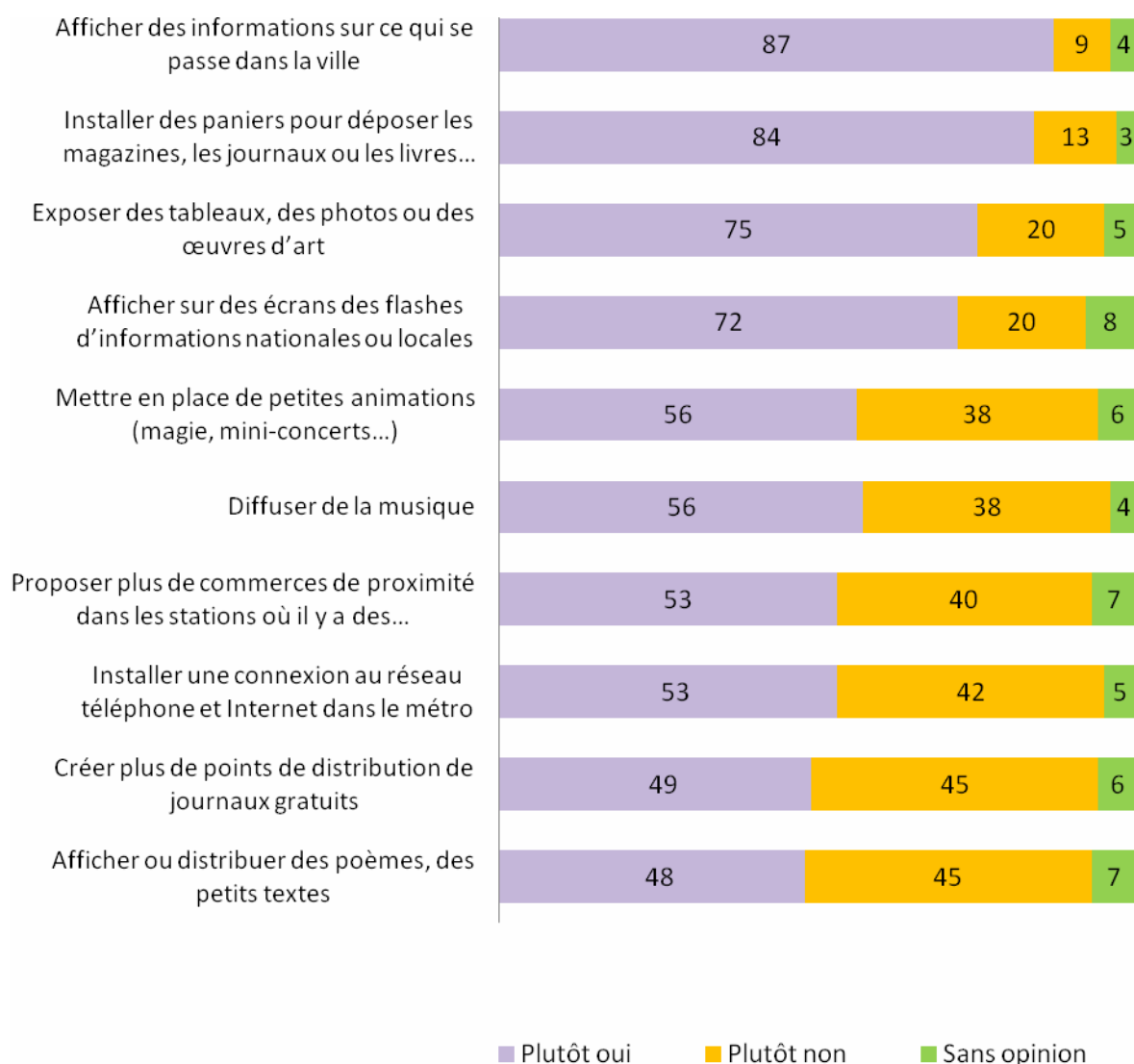
3.3. Représentation des types sur les axes factoriels



4. INTÉRÊT POUR DE NOUVEAUX SERVICES

Voici des idées de ce qu'on pourrait faire dans les stations, les rames ou les véhicules du réseau TCL... Dites si vous pensez qu'il faut le faire, ou au contraire ne pas le faire.

4.1. Résultats sur l'ensemble de l'échantillon



Il est courant dans ce type d'enquête que l'on mesure des proportions importantes sur l'intérêt pour des nouveaux services qui sont proposés ici sans contrepartie.

Mais les résultats relevés ici permettent de mettre au jour un certain nombre de priorités : ainsi, les quatre premiers items intéressent une large majorité de voyageurs, et très peu y seraient opposés, confirmant ce qui avait pu être déduit des tables rondes de la phase qualitative.

Les autres propositions sont plus discutables : si elles emportent toutes une majorité d'avis favorables, elles soulèvent à chaque fois des oppositions de la part d'une partie non négligeable des répondants. On notera par exemple que l'idée d'une connexion téléphone et internet dans le métro ne semble intéressante qu'à 53 % des interviewés, alors que 40 % des voyageurs pensent au contraire qu'il faut plutôt ne pas le faire, confirmant les réticences relevées lors des tables rondes réalisées en amont de l'enquête.

S'il ne fait pas de doute que la mise en œuvre des quatre premières propositions apporterait un confort supplémentaire aux usagers des TCL, et qu'à l'inverse la création de nouveaux points de distribution de journaux gratuits ou l'affichage/distribution de petits textes ne sont pas des priorités à retenir, il y a lieu de s'interroger sur l'opportunité des propositions intermédiaires, en fonction de leur faisabilité et des bénéfices d'image que le réseau - et l'agglomération - pourraient en retirer.

Les idées ou services à développer	Les idées ou services dont la mise en œuvre doit être étudiée au regard de critères complémentaires	Les idées ou services à ne pas développer
<ul style="list-style-type: none"> • Afficher des informations sur ce qui se passe dans la ville (activités, spectacles, loisirs...) • Installer des paniers pour déposer les magazines, les journaux ou les livres qu'on a fini de lire pour que d'autres en profitent • Exposer des tableaux, des photos ou des œuvres d'art • Afficher sur des écrans des flashes d'informations nationales ou locales 	<ul style="list-style-type: none"> • Diffuser de la musique • Mettre en place de petites animations • Installer une connexion au réseau téléphone et Internet dans le métro • Proposer plus de commerces de proximité dans les stations 	<ul style="list-style-type: none"> • Créer plus de points de distribution de journaux gratuits • Afficher ou distribuer des poèmes, des petits textes

4.2. Résultats selon les caractéristiques des répondants

Base : ensemble échantillon

	Oui %	Une activité qui intéresse davantage...		Non %	Une activité qui intéresse moins...	
Afficher des informations sur ce qui se passe dans la ville (activités, spectacles, loisirs...)	87	Les cadres Les 25-39 ans	93% 92%	9	-	
Installer des paniers pour déposer les magazines, les journaux ou les livres qu'on a fini de lire pour que d'autres en profitent	84	Cadres sup Femmes 40 - 54 ans	92% 86% 89%	13	Hommes Ouvriers	16% 27%
Exposer des tableaux, des photos ou des œuvres d'art	75	Les femmes Les prof. Interm Les cadres TC à 3 fois / mois	80% 91% 82% 85%	20	Les ouvriers Les 18-24 ans Les hommes	46% 28% 25%
Afficher sur des écrans des flashes d'informations nationales ou locales	72	-	-	20	Ouvriers	38%
Diffuser de la musique	56	TC tous les jours Les prof. interm. 25- 39 ans	62% 76% 64%	38	> 70 ans Retraités TC 2 à 3 fois / mois Inactifs	66% 51% 52% 42%
Mettre en place de petites animations (magie, mini-concerts...)	56	TC tous les jours Autres inactifs 18-24 ans Prof. Interm.	61% 64% 62% 76%	38	TC 2 à 3 x /mois Retraités Employés	57% 78% 47%
Installer une connexion au réseau téléphone et Internet dans le métro	53	Les 18-24 ans Les 25-39 ans Smartphone Les autres inactifs TC tous les jours Hommes	76% 64% 70% 75% 61% 57%	42	Les >70 ans 55-69 ans Les retraités TC 2 à 3x/mois Les 40-54 ans Les femmes	69% 80% 78% 67% 54% 47%
Proposer plus de commerces de proximité dans les stations où il y a des correspondances (presse, pressing...)	53	TC tous les jours 18-24 ans	58% 60%	40	Les retraités	50%
Créer plus de points de distribution de journaux gratuits	49	Employés Actifs	56% 52%	45	Les > 70 ans	62%
Afficher ou distribuer des poèmes, des petits textes	48	Femmes Les prof. interm. Les > 70 ans Actifs	55% 70% 61% 51%	45	Les 18-24 ans Les hommes Les autres inactifs	53% 53% 52%

5. DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLON

Équipement téléphone portable

	Ensemble échantillon %
Oui	92
Non	8

Équipement smartphone

	Ensemble échantillon %
Oui	53
Non	47

Sexe

	Ensemble échantillon %
Hommes	44
Femmes	56

Age

	Ensemble échantillon %
18-24 ans	30
25 – 39 ans	30
40 – 54 ans	21
55 – 69 ans	13
70 ans et +	6

Catégories socioprofessionnelles

	Ensemble échantillon
	%
Artisans, commerçants, chefs entreprise	2
Cadres et profession intellectuelles supérieures	19
Professions intermédiaires	6
Employés	24
Ouvriers	5
Retraités	14
Autres inactifs	30

Fréquence

	Ensemble échantillon
	%
Tous les jours ou presque	65
2 à 3 fois par semaine	21
2 à 3 fois par mois	10
Moins souvent	4