

Enquête de satisfaction AGIR 2014

*Réseau STGA
- Mars 2014 -*



Société de Transport du **Grand Angoulême**

LORIENT

4 rue Georges Gaigneux
56100 Lorient
Tél : 02 97 84 70 00
Fax : 02 97 84 19 09
Mail : contact@tryom.com

LILLE

72 Rue Gustave Delory
59800 Lille
Tél : 03 20 60 66 21
Fax : 09 72 99 43 33
Mail : contact@tryom.com

www.tryom.com



Sommaire



<i>Cadre de l'étude</i>	<i>Page 3</i>
<i>Synthèse</i>	<i>Page 5</i>
<i>Profil des répondants</i>	<i>Page 8</i>
<i>Satisfaction globale</i>	<i>Page 12</i>
<i>Satisfaction par thème</i>	<i>Page 22</i>
<i>Les titres de transport</i>	<i>Page 46</i>
<i>Image du réseau</i>	<i>Page 49</i>
<i>Questions spécifiques</i>	<i>Page 53</i>
<i>Commentaires spontanés</i>	<i>Page 56</i>

Cadre de l'étude





Contexte et méthodologie

L'association AGIR qui représente les réseaux indépendants de transports urbains, pilote depuis de nombreuses années un baromètre annuel de satisfaction de la clientèle. Le réseau STGA d'Angoulême s'inscrit dans cette démarche.

Pour cette nouvelle vague d'enquête, le questionnaire a été modifié afin de le rendre plus dynamique et modifier la façon d'interroger les clients (qui peuvent être les mêmes d'une année sur l'autre). Le nouveau questionnaire est ainsi articulé non plus selon la logique du cheminement du client (du point d'arrêt au voyage dans le bus), mais selon des grands thèmes (diffusion et accès à l'information, propreté, accueil du personnel, confort du voyage, sécurité et déplacement). Afin de pouvoir toujours comparer les résultats d'une année sur l'autre, les questions sont identiques mais positionnées selon ces grands thèmes.

Le questionnaire demeure toujours similaire d'un réseau à un autre, avec des questions spécifiques pour chacun des réseaux enquêtés.

L'enquête sur le réseau STGA a été faite selon 2 méthodologies complémentaires :

- interrogation téléphonique : le délégataire a fourni son propre fichier d'abonnés. 705 abonnés ont été interrogés du 9 au 14 février 2014.
- interrogation en face-à-face du 10 au 18 février 2014. Deux enquêtrices présentes sur le réseau ont récolté 296 questionnaires dans le respect de quotas par ligne.

Au total, l'enquête porte donc sur un échantillon de 1001 répondants.

■ Lignes enquêtées (face-à-face) :

	Effectifs	%
Ligne 1	81	27,4%
Ligne 2	36	12,2%
Ligne 3	27	9,1%
Ligne 4	67	22,6%
Ligne 6	63	21,3%
Ligne 7	22	7,4%
Total	296	100,0%

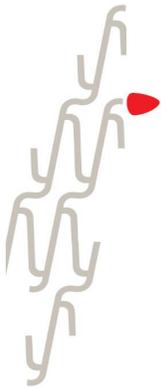
■ Titres enquêtés (téléphone) :

	Effectifs	%
Ticket unité	107	10,7%
Ticket 3 voyages	78	7,8%
Ticket 10 voyages	115	11,5%
Ticket 7 jours	1	0,1%
Ticket groupe (10 voyageurs)	1	0,1%
Abonnement scolaire	382	38,2%
Abonnement 18-25 ans	67	6,7%
Abonnement Liberté solidarité	75	7,5%
Abonnement Liberté	119	11,9%
Abonnement Age Or (plus de 65 ans)	54	5,4%
Total	999	100,0%

Cette répartition étant représentative de la structure réelle du réseau, aucun redressement d'échantillon n'a été nécessaire.

Synthèse





Synthèse

Profil

• Les clients du réseau sont des clients fidèles puisque 68% utilisent le réseau de manière quotidienne. Ce taux est bien sûr plus important chez les abonnés (81%) mais nous retrouvons tout de même 36% de non abonnés utilisant le réseau « tous les jours ou presque ». Les clients utilisent le réseau principalement pour des motifs contraints (aller sur le lieu d'étude), mais également pour aller faire des achats/courses ou pour effectuer des démarches administratives. Le profil type du client STGA est le suivant : une femme, de moins de 18 ans, collégienne ou lycéenne.

Satisfaction globale

• La satisfaction globale est excellente : 97.4%, meilleur taux atteint depuis la mise en place des enquêtes de satisfaction en 2007. Ce résultat est identique entre les abonnés et les non abonnés. Les principaux motifs d'insatisfaction proviennent d'un manque de ponctualité et d'un manque de fréquence. 97% des clients interrogés recommanderaient le réseau à des proches et 80% continueraient à prendre le réseau même s'ils disposaient d'un autre mode de transport. Enfin, seuls 12% des personnes interrogées pensent prendre moins souvent le réseau. L'indice de fidélité (qui reprend les taux de satisfaction, de recommandation et de préférence) est lui aussi excellent avec une moyenne de 91.5%

Satisfaction par thème

• La satisfaction par thème est là aussi très bonne, toutes les questions de satisfaction déclarée sont au dessus de 90%. Le thème le mieux noté est l'accueil du personnel (98% de satisfaction déclarée) et le moins bien noté est la sécurité (93.5%).

Image

• 98.6% des clients interrogés ont une bonne image du réseau, la compétence de STGA est reconnue par 98% des répondants et 96% estiment que le réseau fait des efforts pour le respect de l'environnement.

Les items les mieux notés :

- L'accueil en général sur le réseau : 98.3%
- La diffusion et l'accès à l'information : 97.7%
- L'état général de la carrosserie des bus : 97.2%

Les items les moins bien notés :

- La place disponible dans le bus : 71.9%
- Le confort et de l'attente aux points d'arrêts : 77.0%
- La fréquence de passage des bus : 77.5%



Synthèse



		Satisfaction	Très satisfait	Satisfait	Peu satisfait	Pas satisfait du tout	Effectif
La diffusion et l'accès à l'information	Satisfaction globale	97,4% ↗	32,0%	65,4%	2,1%	0,5%	1 000
	Les informations à votre principal arrêt	92,6%	27,1%	65,5%	5,2%	2,2%	997
	L'information à bord du bus	92,7%	19,4%	73,3%	6,7%	0,6%	985
	L'affichage des tarifs à bord du bus	94,5%	23,2%	71,3%	4,4%	1,1%	908
	L'information obtenue sur le site internet	94,4%	36,1%	58,4%	4,8%	0,8%	502
	L'information obtenue à l'agence commerciale	96,9%	35,9%	61,0%	3,1%		195
	L'information obtenue auprès du service d'information par téléphone	95,0%	38,3%	56,7%	5,0%		120
	La lisibilité du guide	95,9%	34,1%	61,7%	4,1%		750
	La réponse donnée par le réseau à votre mail	100,0%	58,3%	41,7%			12
En conclusion sur la diffusion et l'accès à l'information		97,7%	21,3%	76,4%	2,2%	0,1%	991
La propreté	La propreté à votre principal arrêt de bus	81,6%	19,5%	62,2%	14,2%	4,1%	997
	L'état général de la carrosserie des bus	97,2%	24,0%	73,2%	2,4%	0,4%	973
	La propreté intérieure des bus	86,5%	15,4%	71,1%	12,3%	1,2%	994
	La propreté de l'agence	99,5%	31,4%	68,1%	0,5%		207
	En conclusion de la propreté générale du réseau	96,2%	18,0%	78,2%	3,3%	0,5%	997
L'accueil du personnel	L'accueil du conducteur lors de votre montée dans le bus	92,1%	35,0%	57,0%	7,3%	0,6%	996
	La conduite du bus par le conducteur	88,0%	19,4%	68,5%	10,8%	1,2%	998
	L'accueil des contrôleurs	95,7%	29,3%	66,3%	3,6%	0,7%	829
	L'accueil du personnel de l'agence commerciale	98,0%	39,6%	58,4%	1,5%	0,5%	197
	L'accueil du personnel du service d'information par téléphone	99,2%	44,6%	54,5%	0,8%		121
	En conclusion de l'accueil en général sur le réseau	98,3%	25,8%	72,5%	1,6%	0,1%	997
Le confort	L'emplacement de l'arrêt le plus proche de votre domicile	86,2% ↘	33,2%	53,0%	10,1%	3,7%	991
	Le confort et de l'attente aux points d'arrêts	77,0% ↘	11,1%	65,9%	19,4%	3,6%	1 000
	Le positionnement du bus vis-à-vis du trottoir	91,7% ↘	19,9%	71,8%	7,3%	1,0%	991
	L'ambiance générale dans le bus	86,7%	13,2%	73,5%	11,9%	1,4%	1 000
	La place disponible dans le bus	71,9%	7,3%	64,6%	25,6%	2,5%	999
	La décoration intérieure des bus	91,5%	10,2%	81,3%	6,9%	1,5%	980
	En conclusion du confort en général sur le réseau	96,5%	13,3%	83,1%	3,3%	0,2%	997
La sécurité	Le sentiment de sécurité aux points d'arrêt	89,4%	17,4%	72,0%	8,9%	1,7%	997
	Le sentiment de sécurité à bord des bus	91,5%	16,6%	74,9%	7,8%	0,7%	1 000
	En conclusion du sentiment de sécurité en général sur le réseau	93,5%	16,2%	77,3%	5,7%	0,8%	999
Le déplacement	Les horaires de passage à votre principal arrêt	82,5% ↘	19,0%	63,5%	14,1%	3,4%	994
	Facilité à changer de bus pour un même déplacement	81,7%	14,1%	67,6%	15,4%	2,9%	377
	La ponctualité en général de votre bus	78,3% ↘	13,9%	64,4%	18,7%	3,0%	1 000
	La fréquence de passage des bus	77,5% ↘	12,7%	64,8%	18,4%	4,1%	1 000
	La rapidité du transport	93,5%	14,9%	78,6%	5,8%	0,7%	1 001

Légende : ↗ Evolution significativement à la hausse par rapport à 2013
 ↘ Evolution significativement à la baisse par rapport à 2013

	Si le taux est supérieur à 90%
	Si le taux est compris entre 80 et 90%
	Si le taux est inférieur à 80%

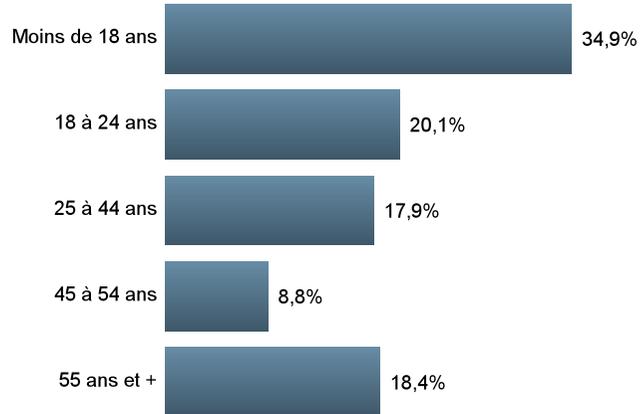
Profil des répondants



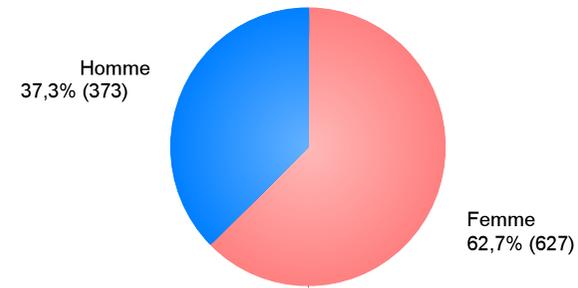


Profil des répondants

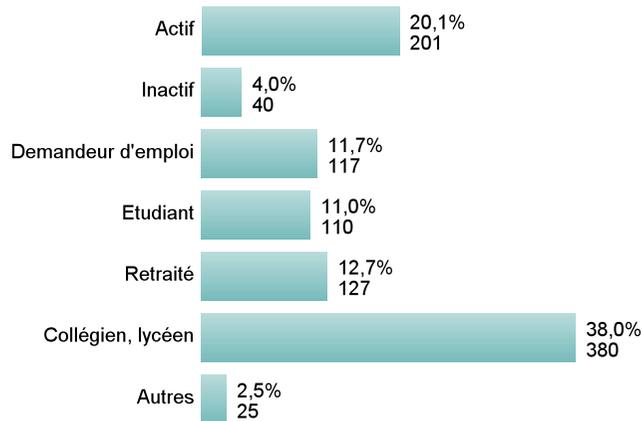
Age :



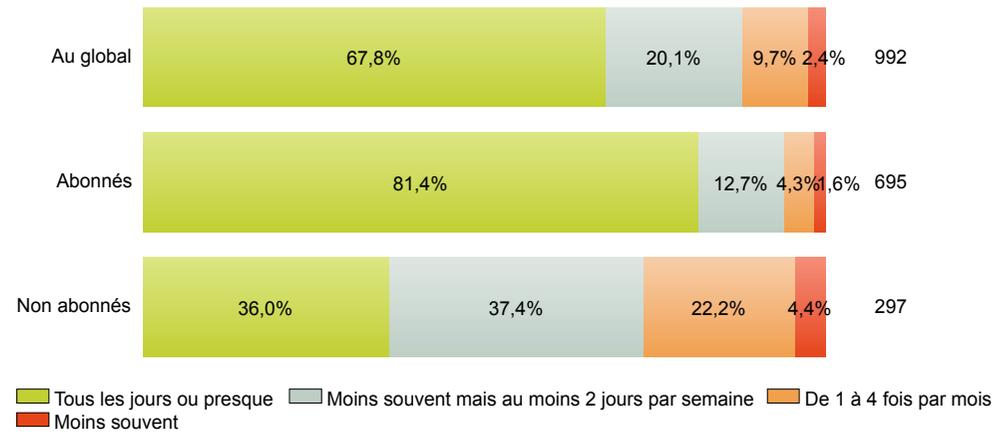
Sexe :

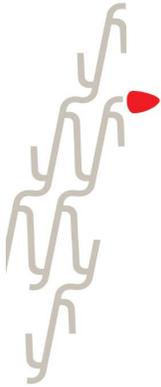


Activité :



Fréquence d'utilisation :

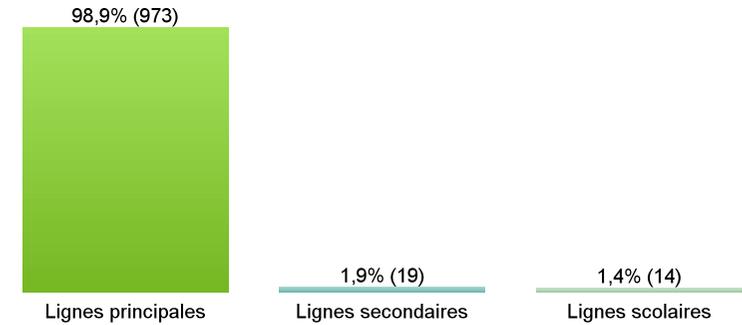




Profil des répondants

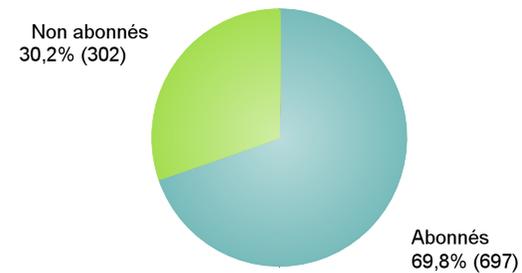
Principales lignes utilisées :

	Effectifs	%
Ligne 1	261	21,8%
Ligne 2	157	13,1%
Ligne 3	106	8,9%
Ligne 4	222	18,6%
Ligne 5	38	3,2%
Ligne 6	217	18,1%
Ligne 7	94	7,9%
Ligne 8	44	3,7%
Ligne 9	24	2,0%
Ligne 20	2	0,2%
Ligne 22	9	0,8%
Ligne 23	4	0,3%
Ligne 26	1	0,1%
Ligne 27	3	0,3%
Lignes scolaires	14	1,2%
Total	1 196	100,0%



Titre de transport :

	Effectifs	%
Abonnement scolaire	382	38,2%
Abonnement Liberté	119	11,9%
Ticket 10 voyages	115	11,5%
Ticket unité	107	10,7%
Ticket 3 voyages	78	7,8%
Abonnement Liberté solidarité	75	7,5%
Abonnement 18-25 ans	67	6,7%
Abonnement Age Or (plus de 65 ans)	54	5,4%
Ticket 7 jours	1	0,1%
Ticket groupe (10 voyageurs)	1	0,1%
Total	999	100,0%

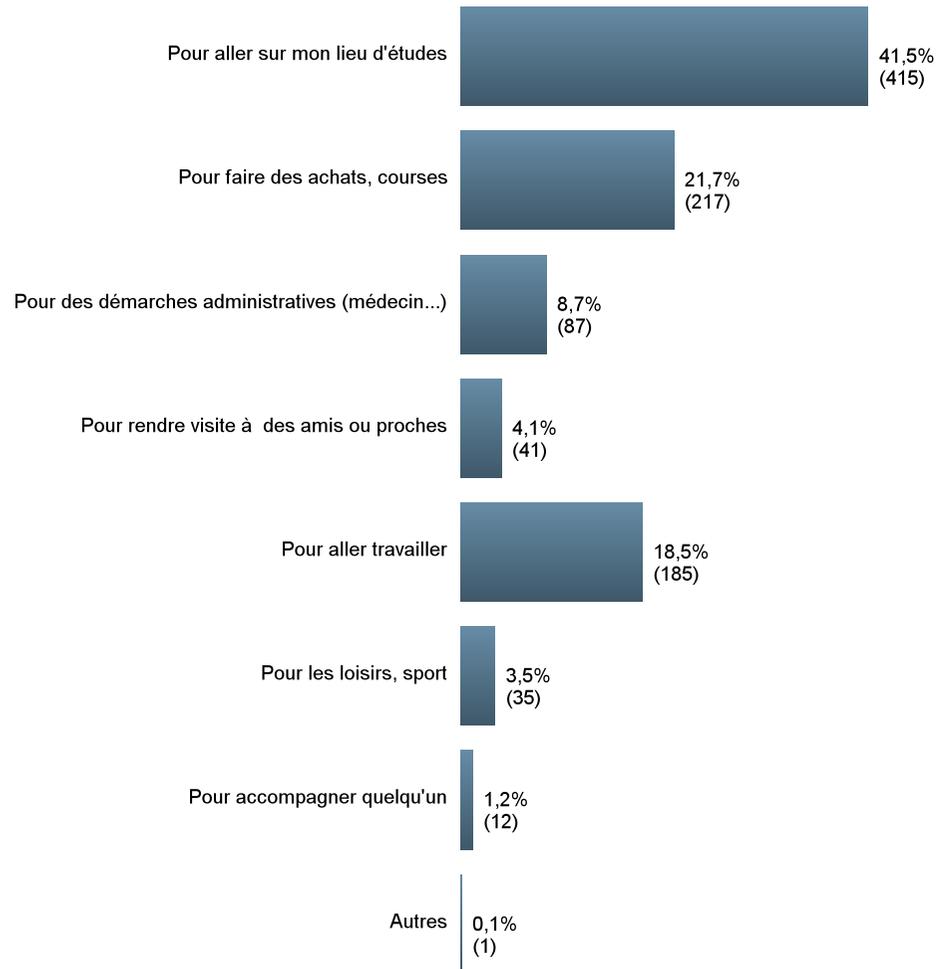




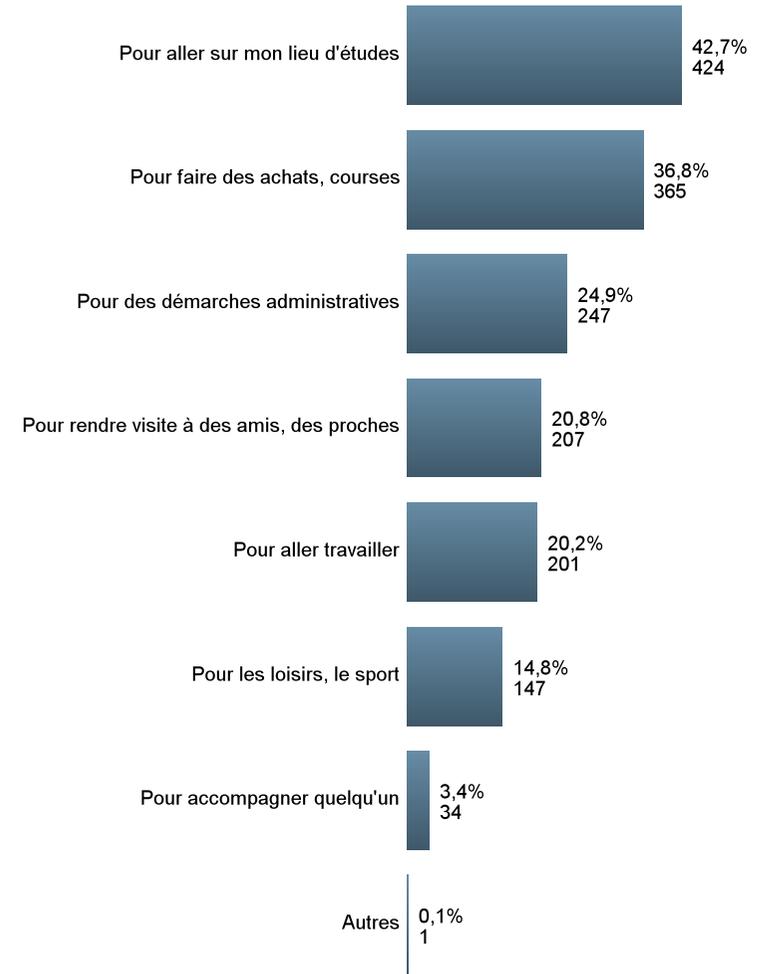
Profil des répondants :

« Pour quelles raisons vous déplacez-vous le plus souvent avec STGA? » (plusieurs réponses possibles et hiérarchisées)

■ Motifs de déplacements cités en 1^{ère} position :



■ Motifs de déplacements toutes positions :



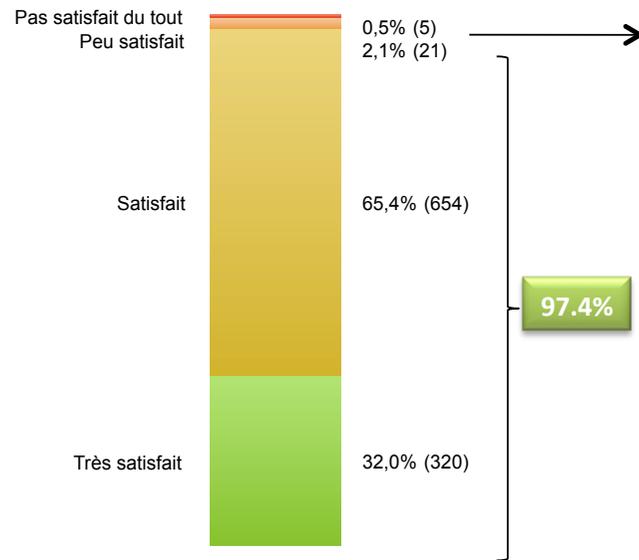
La satisfaction globale





La satisfaction globale

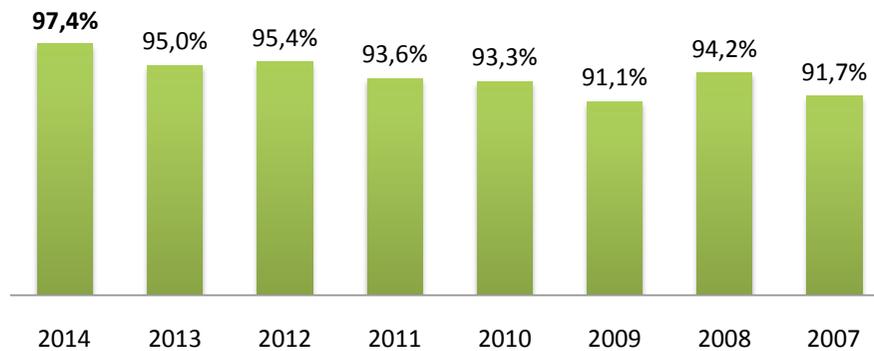
Satisfaction Globale Spontanée :



Motifs d'insatisfaction :

	Effectifs	%
Non respect des horaires	7	31,8%
Pas assez de fréquence	3	13,6%
Manque d'amabilité des chauffeurs	4	18,2%
Les bus sont pleins aux heures de pointe	2	9,1%
Pas de réduction pendant les vacances scolaires	1	4,5%
Conduite brusque des conducteurs	1	4,5%
Manque de confort aux arrêts	1	4,5%
Manque de sécurité	1	4,5%
Manque de civisme des autres usagers	1	4,5%
Arrêts pas assez proches	1	4,5%
Total réponses	22	100,0%

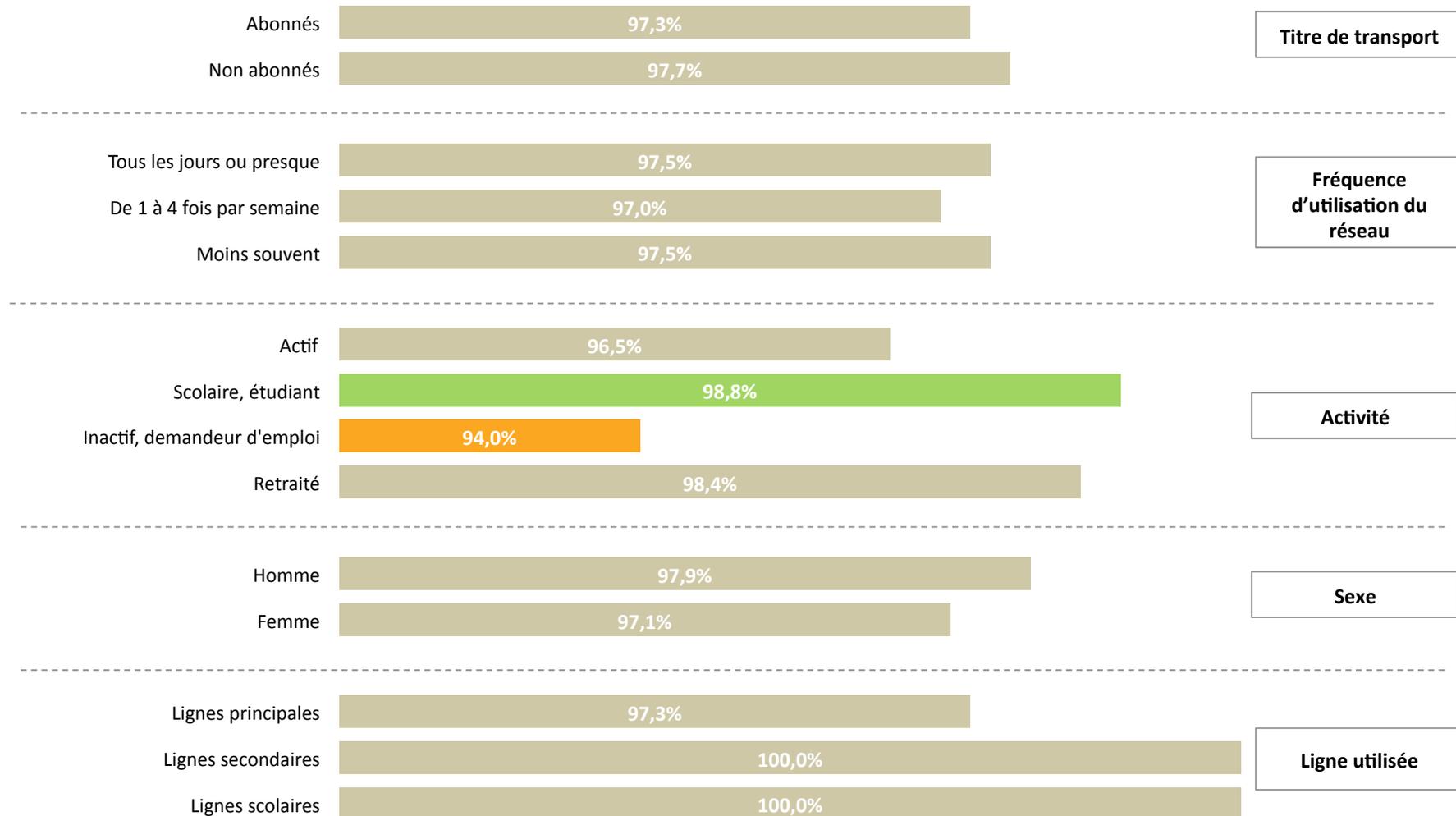
Evolution de la satisfaction globale :





La satisfaction globale

Satisfaction Globale en fonction du profil du client :

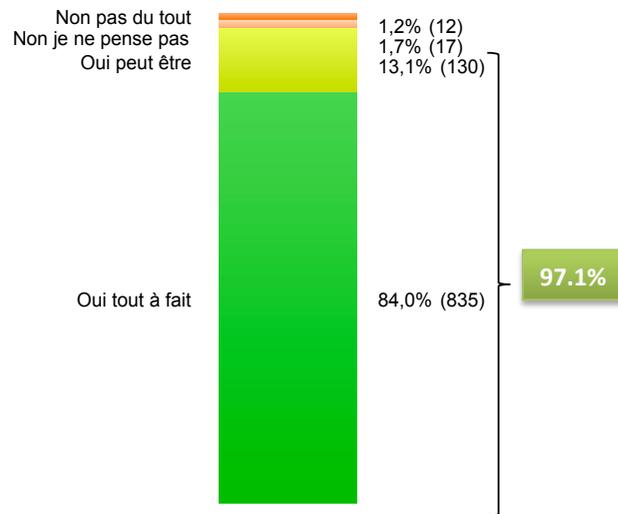


 % de personnes satisfaites significativement supérieure à la moyenne
 % de personnes satisfaites significativement inférieure à la moyenne

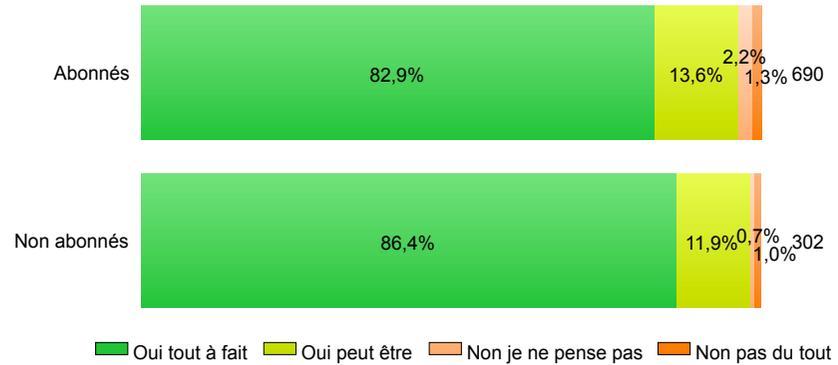


Les indices de fidélité

■ Indice de recommandation : « Recommanderiez-vous le réseau STGA à des amis ou à des proches ? »

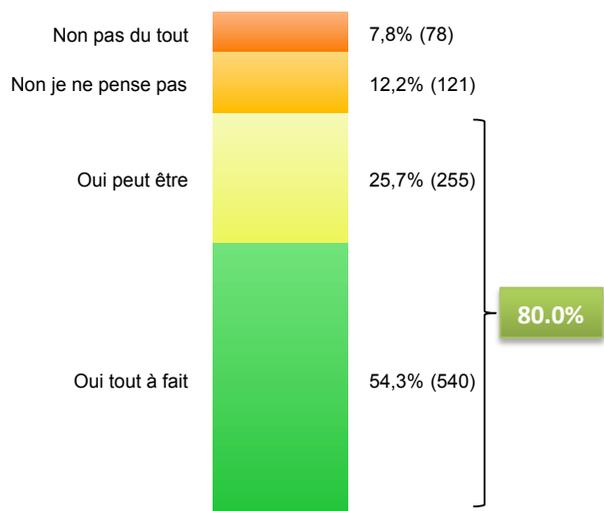


■ En fonction du titre :

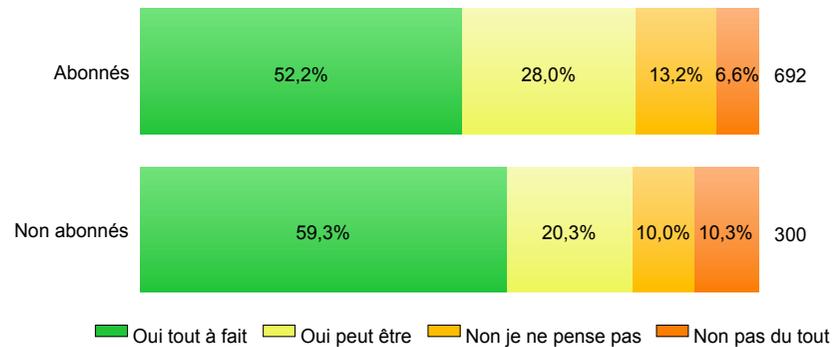


Indice de recommandation
96.5%
98.3%

■ Indice de préférence : « Et si vous aviez la possibilité d'avoir un autre mode de déplacement, continueriez-vous à prendre STGA ? »



■ En fonction du titre :

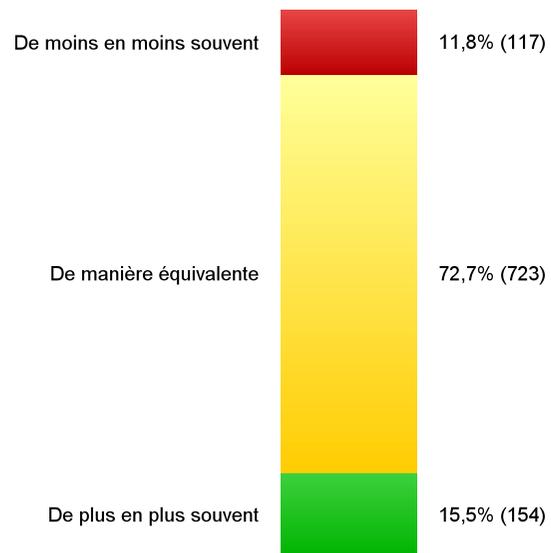


Indice de préférence
80.2%
79.6%

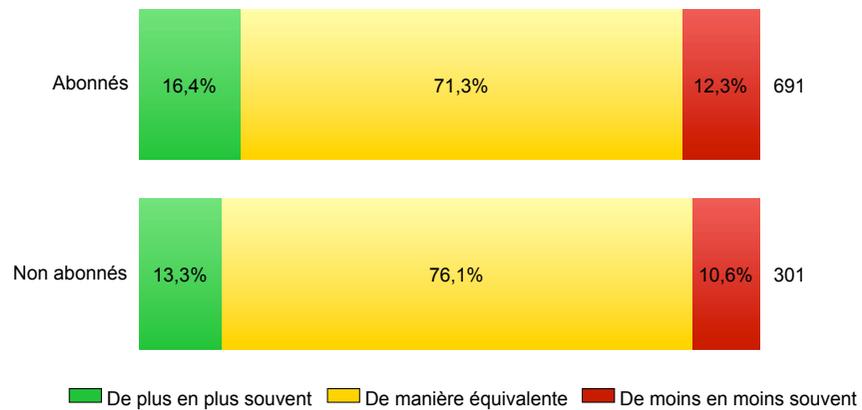


Les indices de fidélité

Et envisagez-vous de prendre le réseau ... :



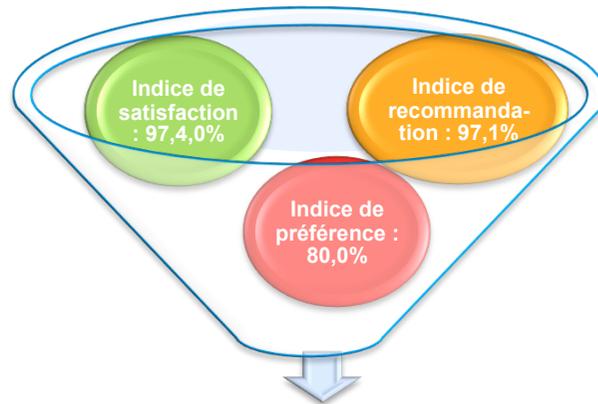
En fonction du titre :





Les indices de fidélité

■ Indice de fidélité :



Indice de fidélité : 91,5%

Indice de fidélité Abonnés : 91.3%

Indice de fidélité Non abonnés : 91.8%

L'indice de fidélité est calculé comme étant la MOYENNE du :

- % des « oui tout à fait » et « oui plutôt » de la préférence
- % des « oui tout à fait » et « oui plutôt » de la recommandation
- % des « très satisfaits » et des « Satisfaits » de la satisfaction



Mapping

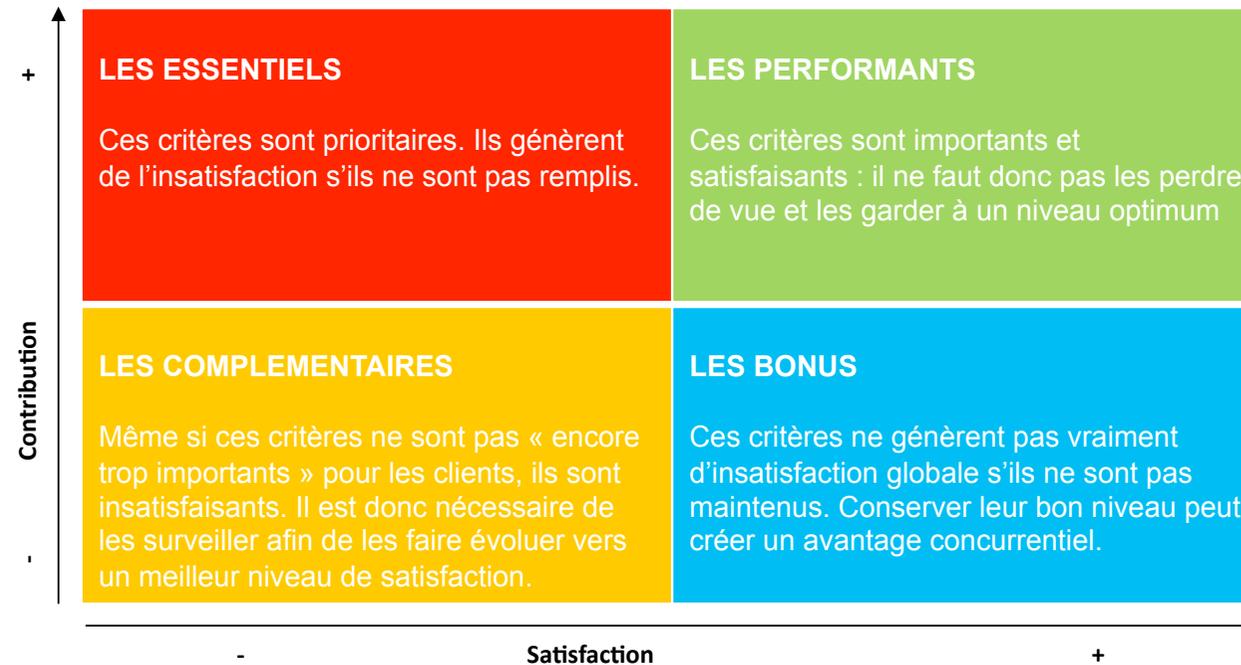


La matrice qui suit a pour objectif de hiérarchiser les « attentes » des clients en tenant compte de leur impact dans la satisfaction globale. Le but de cette analyse est donc de découvrir quelles sont les variables explicatives de la satisfaction globale.

En plus d'interroger les clients sur les thèmes qu'ils jugent importants à leurs yeux, nous utilisons donc une méthode statistique qui nous permet d'appréhender le poids des différents items dans la satisfaction globale : en résumé qu'est-ce qui influence le plus son niveau de satisfaction globale ?

Des outils statistiques comme l'analyse des correspondances multiples nous permettent de dégager ces informations et de les positionner sur un mapping.

Nous obtenons ainsi les moyens d'actions pour faire passer les clients insatisfaits à satisfaits.



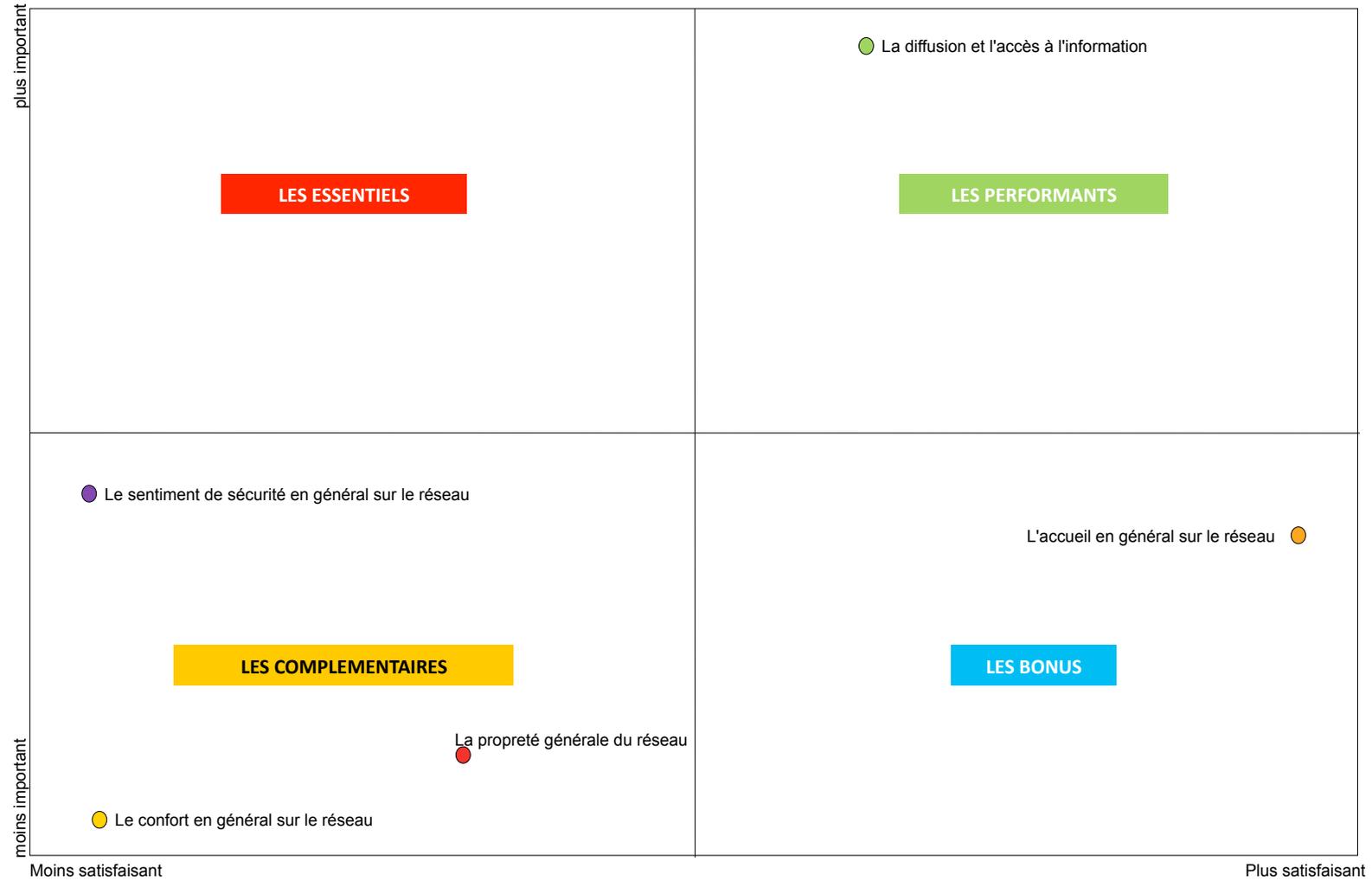
Concrètement, chaque item est positionné sur le mapping :

- Sur l'axe des abscisses : en fonction des résultats de satisfaction de l'item
- Sur l'axe des ordonnées : en fonction de l'impact de la satisfaction de l'item sur la satisfaction globale (défini par individu)



Mapping

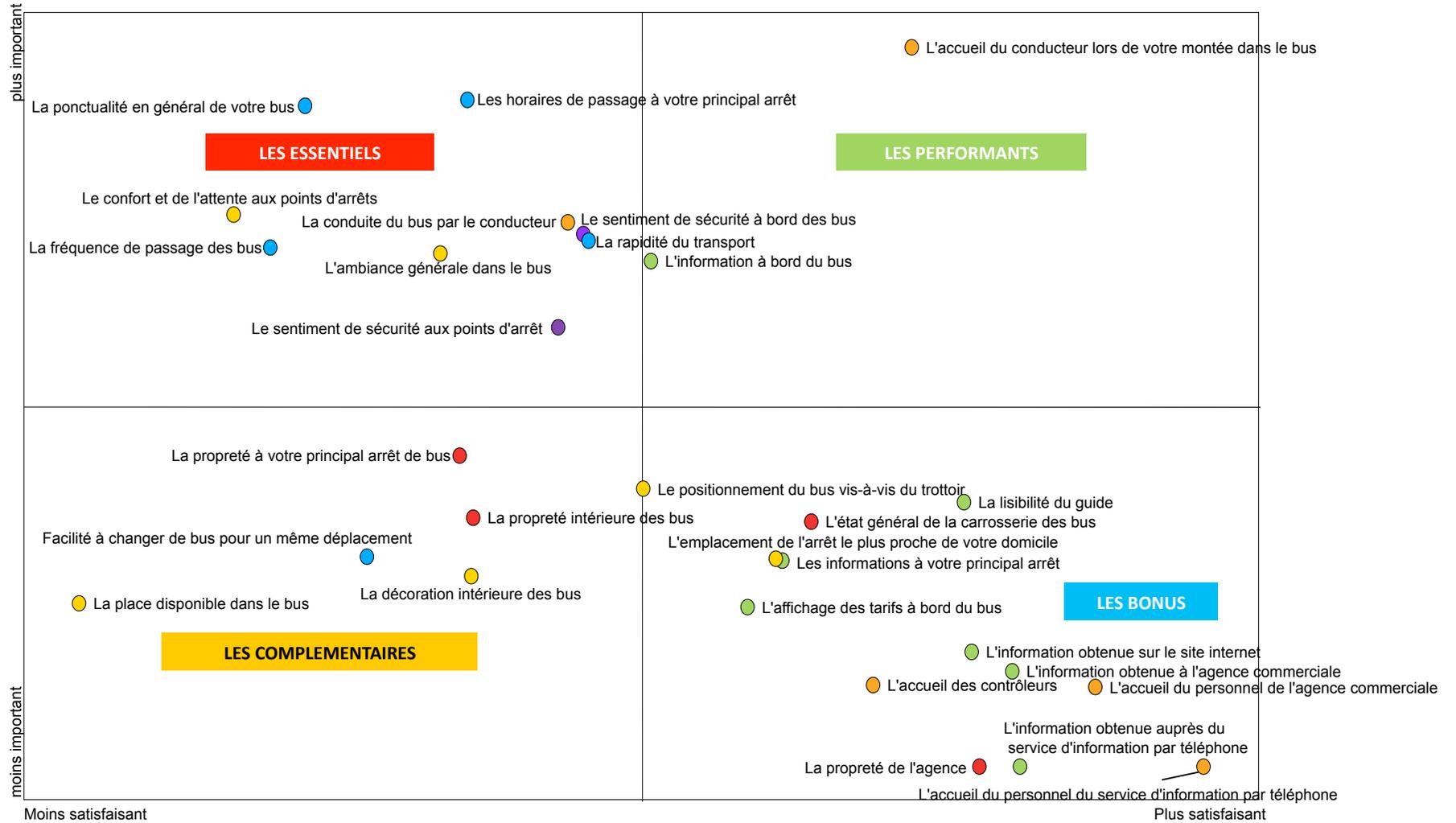
■ Mapping par thème :





Mapping

■ Mapping par item :





► Mapping

■ Positionnement des items en fonction du titre :



	AMELIORER EN PRIORITE	SOUTENIR L'EFFORT / CAPITALISER
<u>Abonnés</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Les horaires de passage à votre principal arrêt - La ponctualité en général de votre bus - La fréquence de passage des bus 	<ul style="list-style-type: none"> - La rapidité du transport - Le confort et de l'attente aux points d'arrêts - La propreté à votre principal arrêt de bus
<u>Non abonnés</u>	<ul style="list-style-type: none"> - L'ambiance générale dans le bus - La conduite du bus par le conducteur 	<ul style="list-style-type: none"> - L'accueil du conducteur lors de votre montée dans le bus - Le sentiment de sécurité à bord des bus - L'information à bord du bus - Le sentiment de sécurité aux points d'arrêt

	SURVEILLER	CONSERVER
<u>Abonnés</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Facilité à changer de bus pour un même déplacement - La propreté intérieure des bus - La décoration intérieure des bus 	<ul style="list-style-type: none"> - Le sentiment de sécurité à bord des bus - Le sentiment de sécurité aux points d'arrêt
<u>Non abonnés</u>	<ul style="list-style-type: none"> - La place disponible dans le bus 	<ul style="list-style-type: none"> - Les informations à votre principal arrêt - L'affichage des tarifs à bord du bus - L'information obtenue à l'agence commerciale - L'accueil du personnel du service d'information par téléphone - L'accueil du personnel de l'agence commerciale - L'information obtenue sur le site internet - L'accueil des contrôleurs

Satisfaction par thème



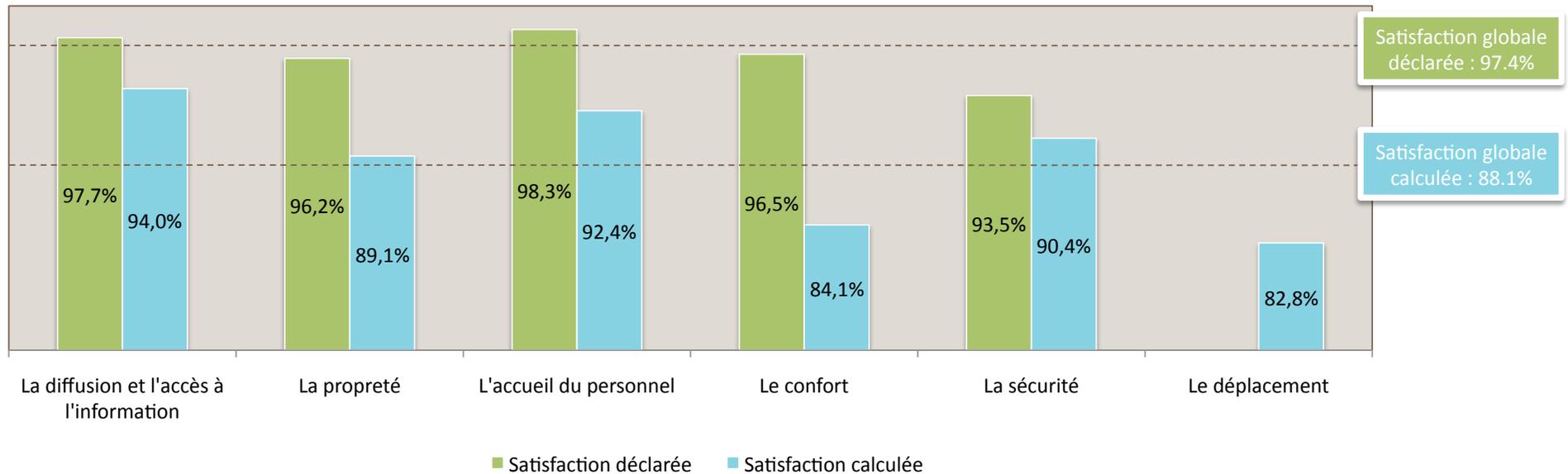


La satisfaction par thème

A la fin de chaque thème, une question de satisfaction globale sur le thème était posée, ces résultats sont comparés à la satisfaction calculée, qui est la moyenne pondérée de chacun des critères composant le thème.

Cette page a pour objectif :

- de présenter les taux de satisfaction déclarée et calculée par thème, et obtenir un classement
- de calculer une satisfaction globale, et la comparer à la satisfaction globale déclarée.

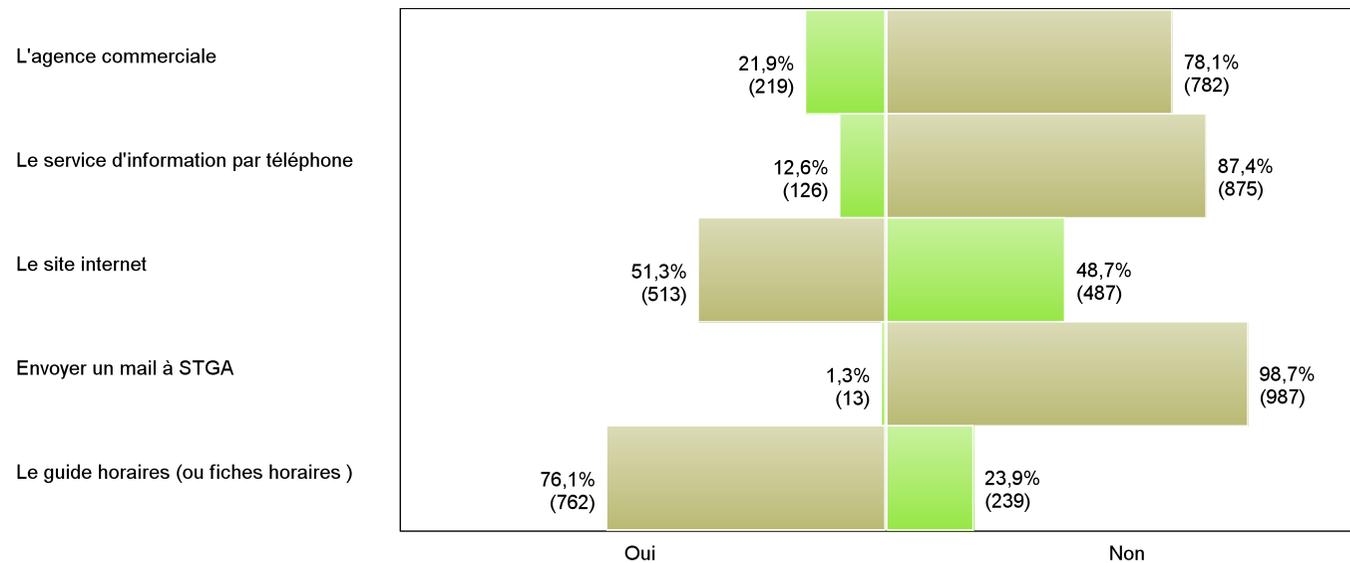


La note de satisfaction déclarée est toujours supérieure à la note de satisfaction calculée. On peut donc supposer :

- que les critères d'insatisfaction donnés par les usagers n'ont pas d'impact important sur la satisfaction déclarée (qui aurait fait baisser le taux)
- et/ou que les critères satisfaisants pour les usagers sont mis en avant dans la satisfaction déclarée.

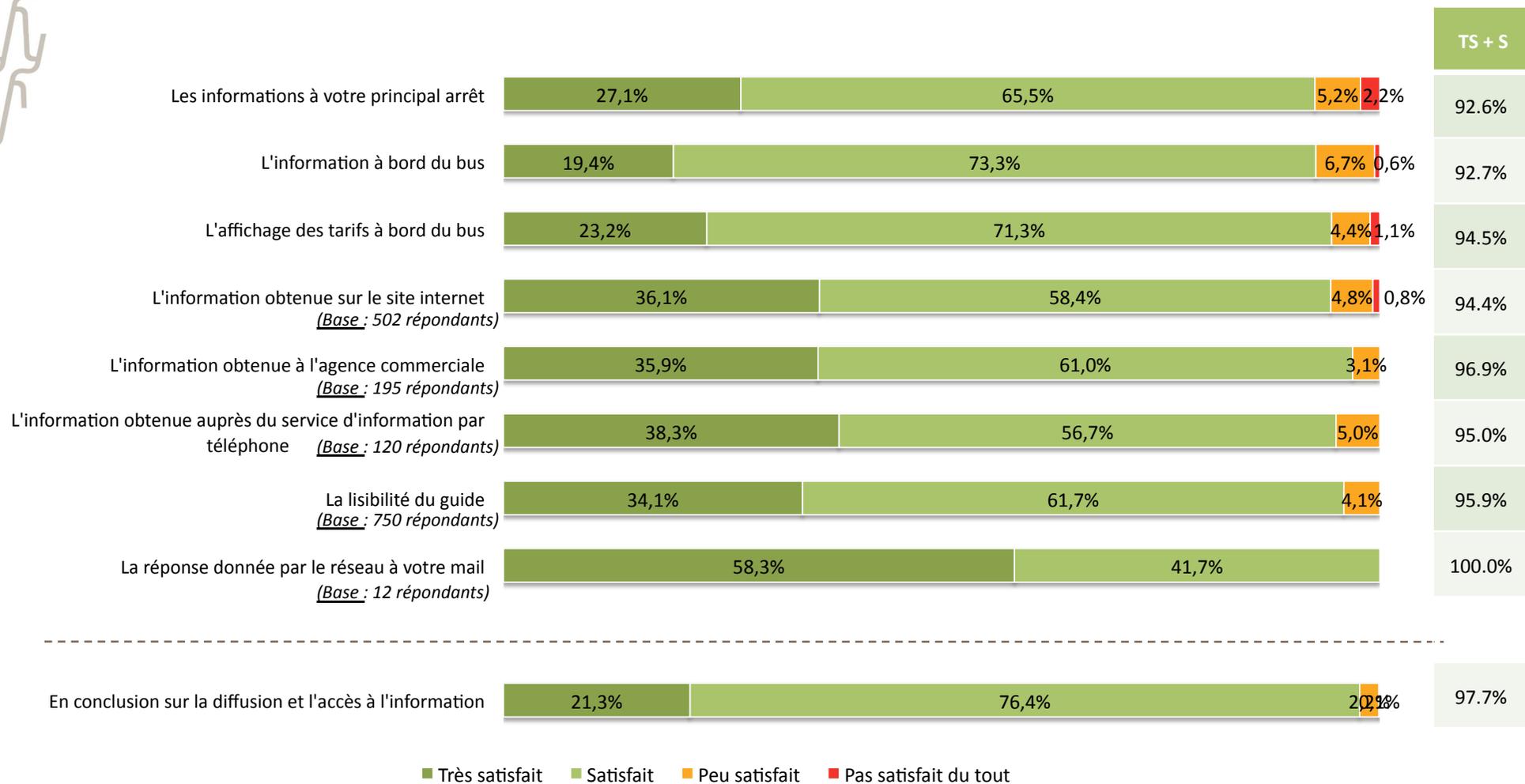
La diffusion & l'accès à l'information

■ Au cours de l'année dernière, c'est-à-dire en 2013, avez-vous contacté ou utilisé les services suivants :





La diffusion & l'accès à l'information





► La diffusion & l'accès à l'information

■ Différences significatives en fonction du profil :

ITEMS	Global	Significativement > au global	Significativement < au global
Les informations à votre principal arrêt	92.6%	<ul style="list-style-type: none">Abonnés (93.5%)Scolaires, étudiants (95.1%)Moins de 25 ans (94.5%)	<ul style="list-style-type: none">Non abonnés (90.3%)Actifs (89.6%)Inactifs, demandeurs d'emploi (88.4%)25-39 ans (88%)40-54 ans (87.9%)
L'information à bord du bus	92.7%	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs très réguliers (93.7%)Abonnés (94.2%)Scolaires, étudiants (95.7%)Moins de 25 ans (95.1%)	<ul style="list-style-type: none">Non abonnés (89.5%)Actifs (88.3%)Inactifs (87.6%)25-39 ans (84.7%)40-54 ans (86.7%)
L'affichage des tarifs à bord du bus	94.5%	<ul style="list-style-type: none">Femmes (95.8%)	<ul style="list-style-type: none">Inactifs, demandeurs d'emploi (90.1%)Hommes (92.4%)
L'information obtenue sur le site internet	94.4%	<ul style="list-style-type: none">Scolaires, étudiants (95.9%)	<ul style="list-style-type: none">Inactifs, demandeurs d'emploi (88.9%)
L'information obtenue à l'agence commerciale	96.9%	<ul style="list-style-type: none">Femmes (98.4%)	<ul style="list-style-type: none">Inactifs, demandeurs d'emploi (88.9%)
L'information obtenue auprès du service d'information par téléphone	95.0%		<ul style="list-style-type: none">25-39 ans (84.2%)
La lisibilité du guide	95.9%	<ul style="list-style-type: none">Hommes (97.6%)	<ul style="list-style-type: none">Femmes (94.9%)
La réponse donnée par le réseau à votre mail	100.0%		
En conclusion sur la diffusion et l'accès à l'information	97.7%		<ul style="list-style-type: none">Actifs (96.0%)25-39 ans (95.2%)40-54 ans (95.0%)

Utilisateurs très réguliers = fréquence d'utilisation « tous les jours ou presque »

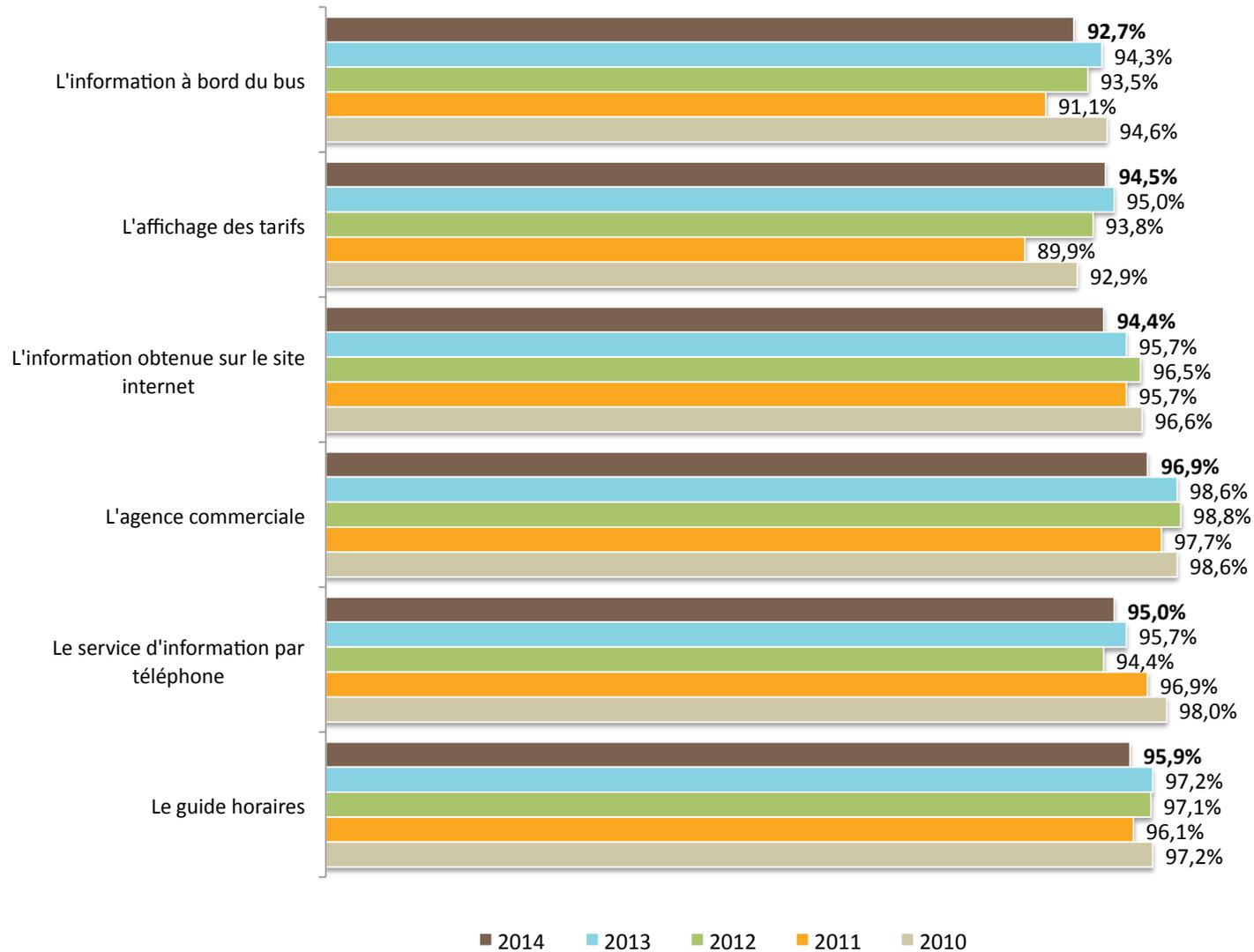
Utilisateurs réguliers = fréquence d'utilisation « 2 à 4 fois par semaine »

Utilisateurs occasionnels = fréquence d'utilisation « moins d'1 fois par semaine »



La diffusion & l'accès à l'information

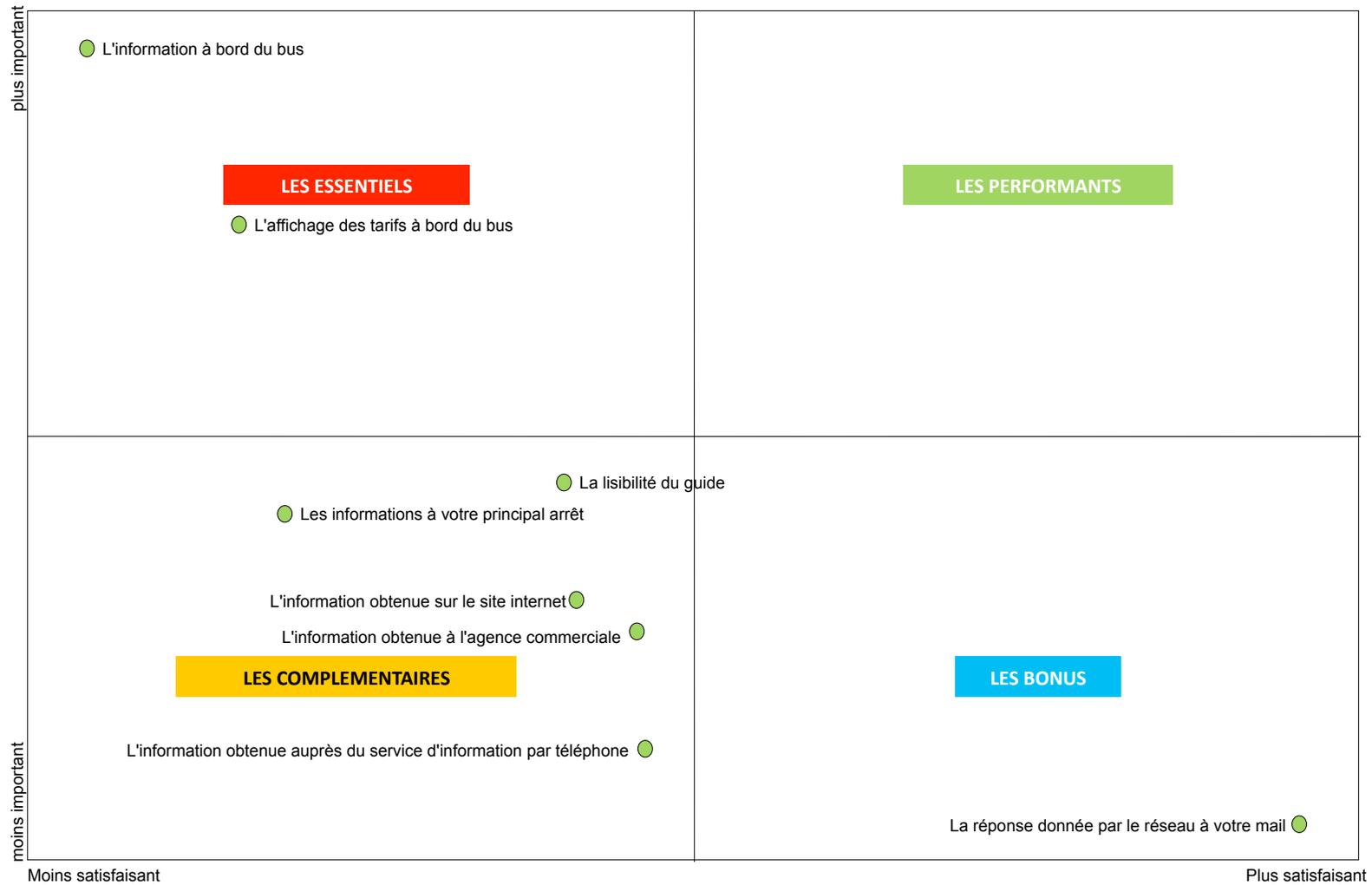
Evolution :



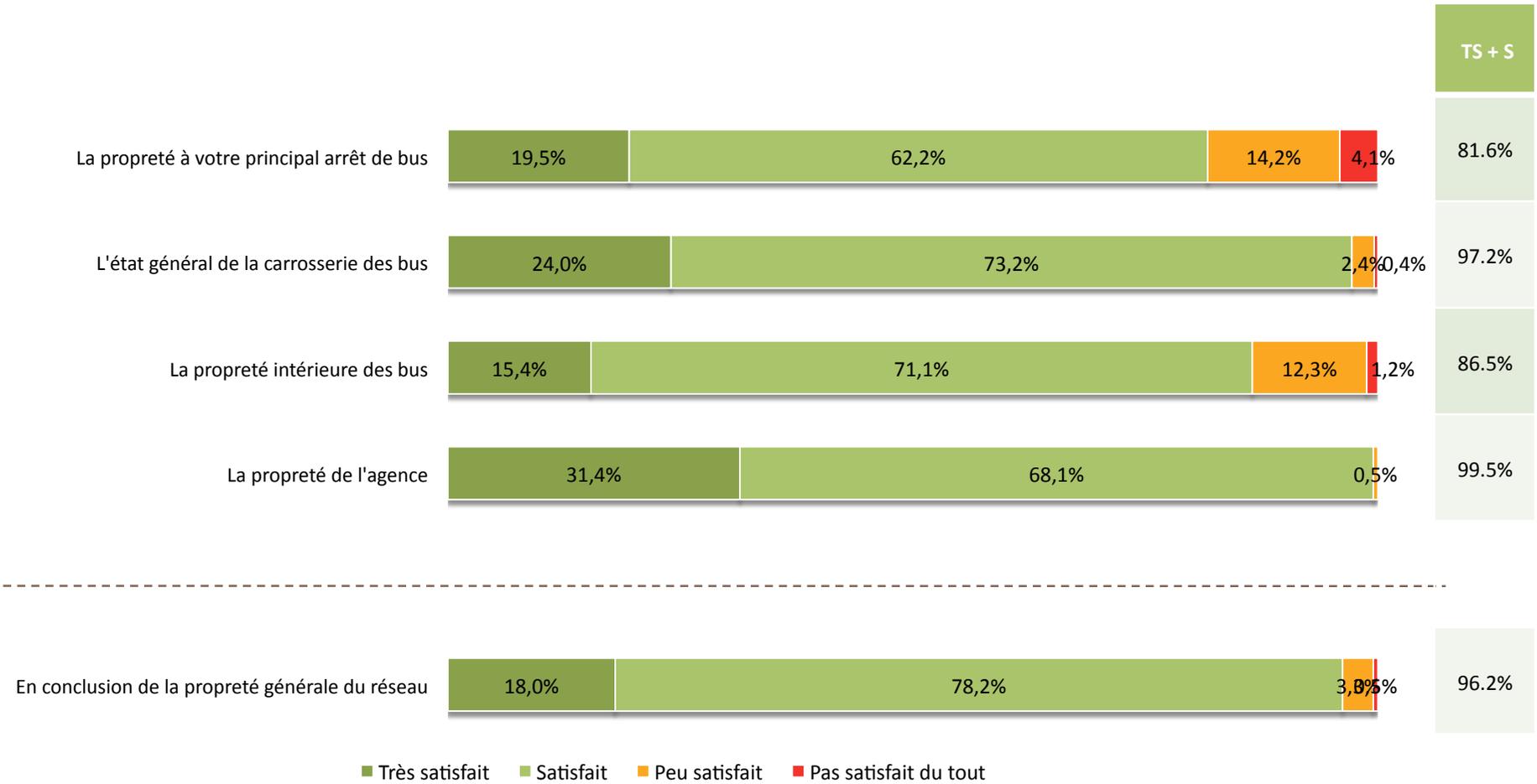


La diffusion & l'accès à l'information

■ Mapping :



La propreté





La propreté

■ Différences significatives en fonction du profil :

ITEMS	Global	Significativement > au global	Significativement < au global
La propreté à votre principal arrêt de bus	81.6%	<ul style="list-style-type: none">Scolaires, étudiants (84.4%)Moins de 25 ans (84.1%)	<ul style="list-style-type: none">Inactifs, demandeurs d'emploi (77.3%)Retraités (75.6%)
L'état général de la carrosserie des bus	97.2%	<ul style="list-style-type: none">Non abonnés (98.6%)	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs très réguliers (96.5%)Abonnés (96.6%)
La propreté intérieure des bus	86.5%	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs réguliers (93.5%)Utilisateurs occasionnels (93.3%)Non abonnés (90.3%)Retraités (94.4%)55 ans et + (93.4%)	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs très réguliers (83.4%)Abonnés (84.9%)Moins de 25 ans (84.9%)
La propreté de l'agence	99.5%		
En conclusion de la propreté générale du réseau	96.2%	<ul style="list-style-type: none">55 ans et + (98.4%)	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs très réguliers (95.4%)

Utilisateurs très réguliers = fréquence d'utilisation « tous les jours ou presque »

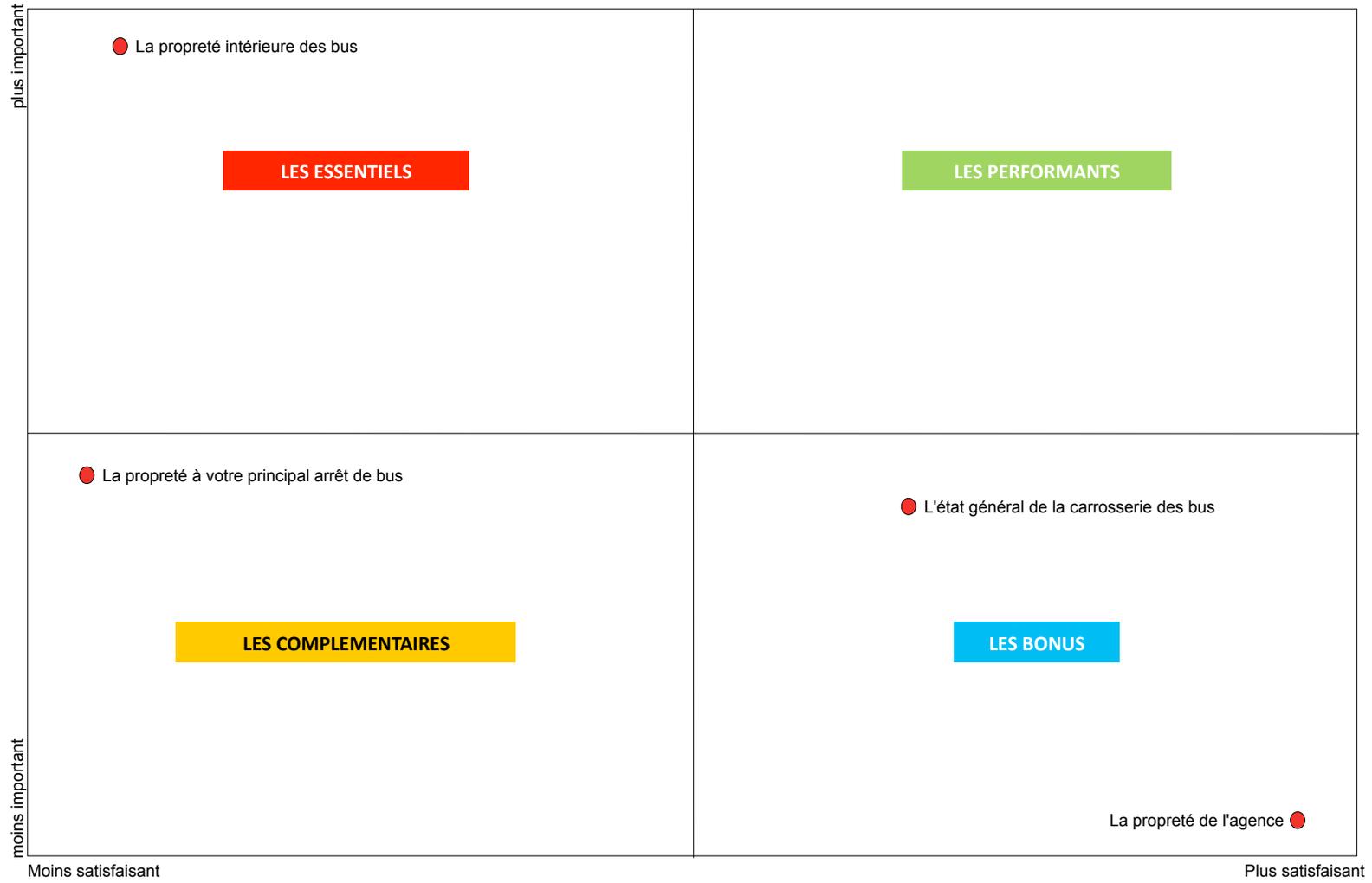
Utilisateurs réguliers = fréquence d'utilisation « 2 à 4 fois par semaine »

Utilisateurs occasionnels = fréquence d'utilisation « moins d'1 fois par semaine »

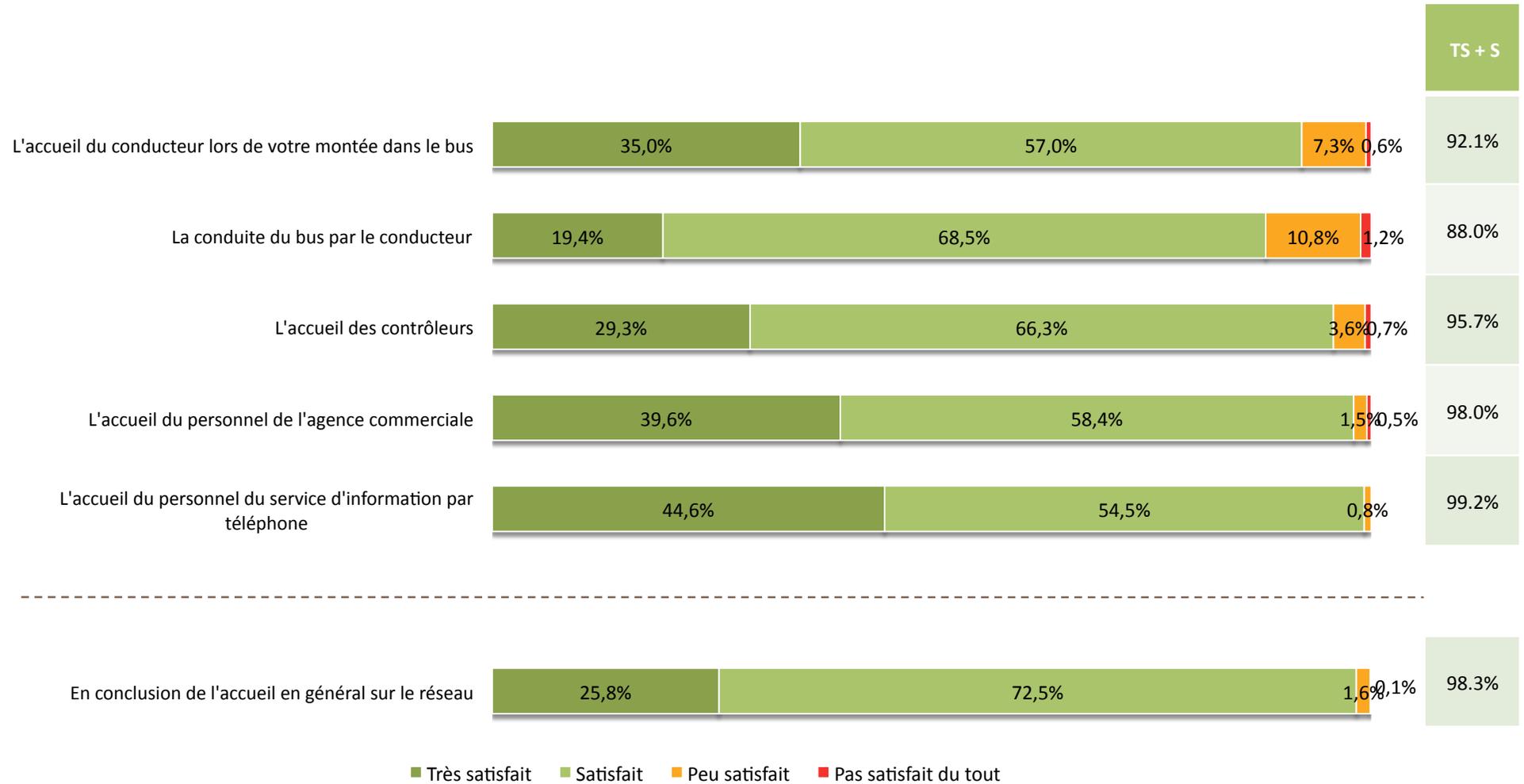


La propreté

■ Mapping :



L'accueil du personnel





L'accueil du personnel

■ Différences significatives en fonction du profil :

ITEMS	Global	Significativement > au global	Significativement < au global
L'accueil du conducteur lors de votre montée dans le bus	92.1%	<ul style="list-style-type: none">Scolaires, étudiants (94.9%)Retraités (96.1%)Moins de 25 ans (94.2%)	<ul style="list-style-type: none">Inactifs, demandeurs d'emploi (84.4%)25-39 ans (87.0%)40-54 ans (85.8%)
La conduite du bus par le conducteur	88.0%	<ul style="list-style-type: none">Scolaires, étudiants (92.4%)Hommes (90.3%)Moins de 25 ans (91.6%)	<ul style="list-style-type: none">Actifs (84.6%)Inactifs, demandeurs d'emploi (78.9%)Femmes (86.6%)40-54 ans (76.8%)
L'accueil des contrôleurs	95.7%	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs réguliers (98.6%)	<ul style="list-style-type: none">Moins de 25 ans (94.1%)
L'accueil du personnel de l'agence commerciale	98.0%		<ul style="list-style-type: none">25-39 ans (93.1%)
L'accueil du personnel du service d'information par téléphone	99.2%		
En conclusion de l'accueil en général sur le réseau	98.3%		<ul style="list-style-type: none">25-39 ans (95.9%)

Utilisateurs très réguliers = fréquence d'utilisation « tous les jours ou presque »

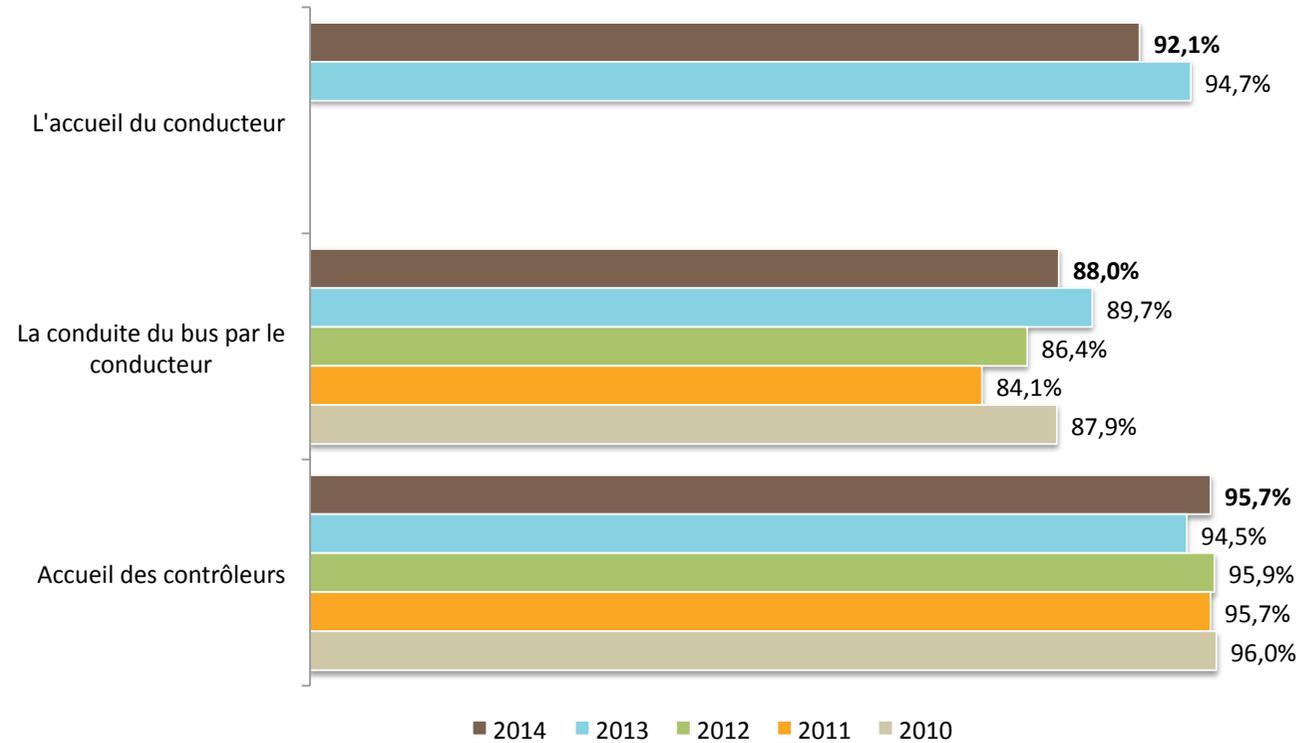
Utilisateurs réguliers = fréquence d'utilisation « 2 à 4 fois par semaine »

Utilisateurs occasionnels = fréquence d'utilisation « moins d'1 fois par semaine »

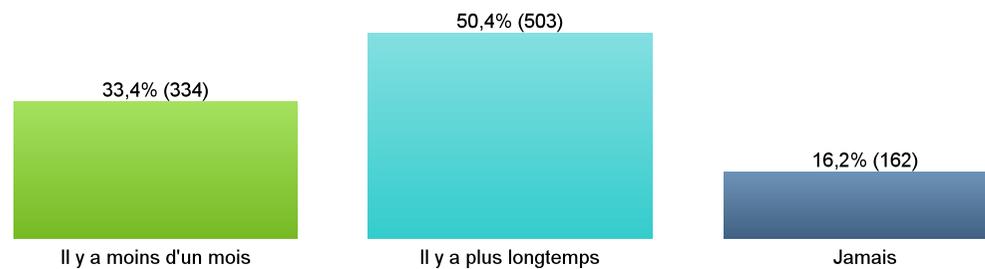


L'accueil du personnel

■ Evolution :



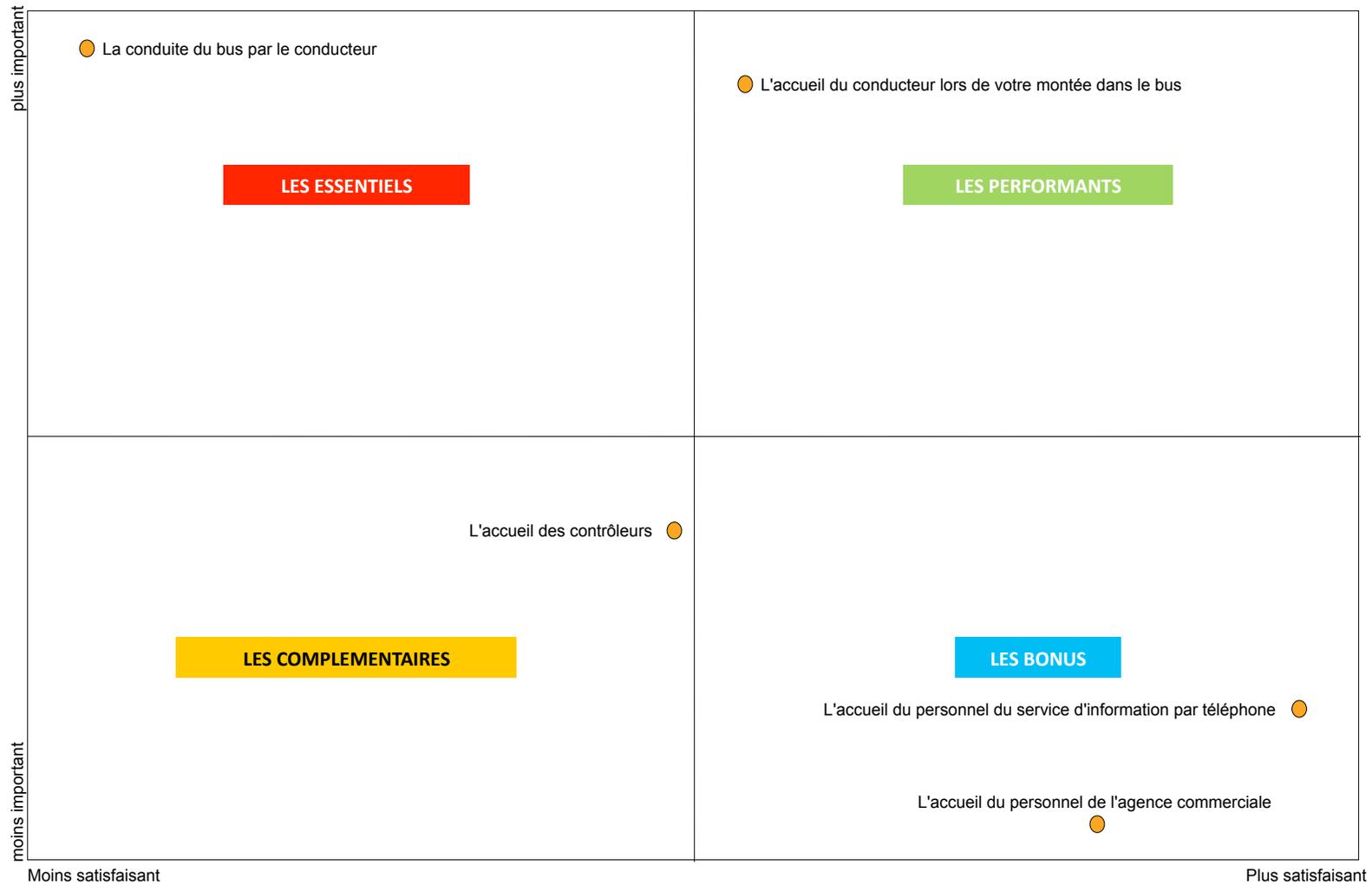
■ **Fréquence des contrôles :** « Avez-vous déjà été contrôlé dans le bus ? »



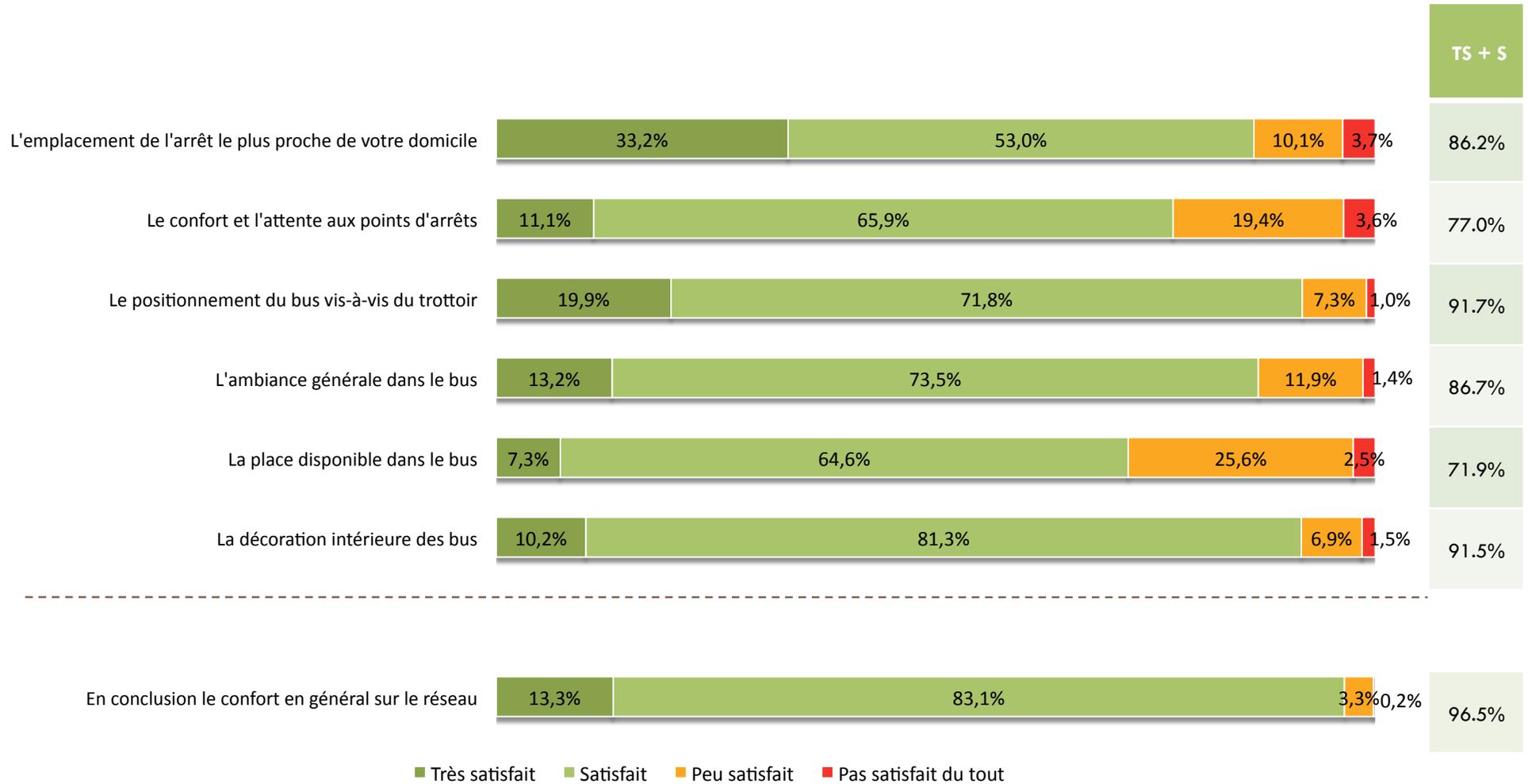


L'accueil du personnel

■ Mapping :



Le confort du voyage





Le confort du voyage

■ Différences significatives en fonction du profil :

ITEMS	Global	Significativement > au global	Significativement < au global
L'emplacement de l'arrêt le plus proche de votre domicile	86.2%	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs occasionnels (94.2%)Non abonnés (90.1%)Retraités (94.5%)Hommes (90.0%)55 ans et + (92.4%)	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs très réguliers (85.1%)Abonnés (84.4%)Scolaires, étudiants (82.9%)Femmes (83.9%)Moins de 25 ans (83.3%)
Le confort et l'attente aux points d'arrêts	77.0%	<ul style="list-style-type: none">Retraités (89.0%)Femmes (78.8%)55 ans et + (87.5%)	<ul style="list-style-type: none">Inactifs, demandeurs d'emploi (69.1%)Hommes (73.9%)25-39 ans (65.6%)40-54 ans (71.1%)
Le positionnement du bus vis-à-vis du trottoir	91.7%	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs très réguliers (92.8%)Scolaires, étudiants (96.7%)Hommes (96.7%)Moins de 25 ans (96.5%)	<ul style="list-style-type: none">Inactifs, demandeurs d'emploi (87.8%)Retraités (77.8%)Femmes (88.7%)40-54 ans (87.1%)55 ans et + (80.8%)
L'ambiance générale dans le bus	86.7%	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs très réguliers (88.4%)Scolaires, étudiants (90.4%)Moins de 25 ans (89.4%)	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs occasionnels (81.0%)Inactifs, demandeurs d'emploi (78.0%)40-54 ans (78.2%)
La place disponible dans le bus	71.9%	<ul style="list-style-type: none">Actifs (79.1%)Retraités (78.7%)25-39 ans (82.4%)55 ans et + (79.9%)	<ul style="list-style-type: none">Scolaires, étudiants (65.8%)Moins de 25 ans (65.9%)
La décoration intérieure des bus	91.5%	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs réguliers (95.3%)Retraités (96.0%)55 ans et + (96.6%)	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs occasionnels (83.6%)
En conclusion le confort en général sur le réseau	96.5%		

Utilisateurs très réguliers = fréquence d'utilisation « tous les jours ou presque »

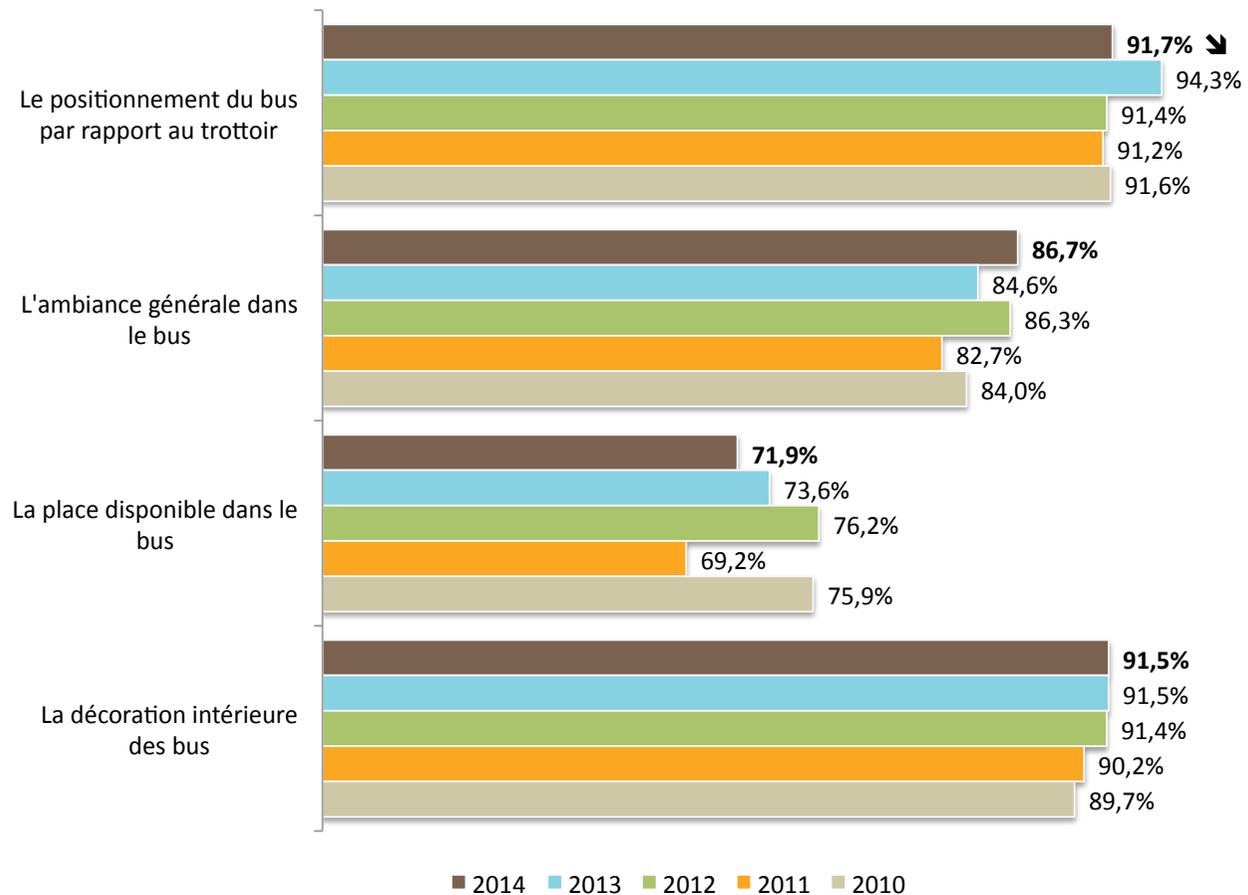
Utilisateurs réguliers = fréquence d'utilisation « 2 à 4 fois par semaine »

Utilisateurs occasionnels = fréquence d'utilisation « moins d'1 fois par semaine »



Le confort du voyage

Evolution :



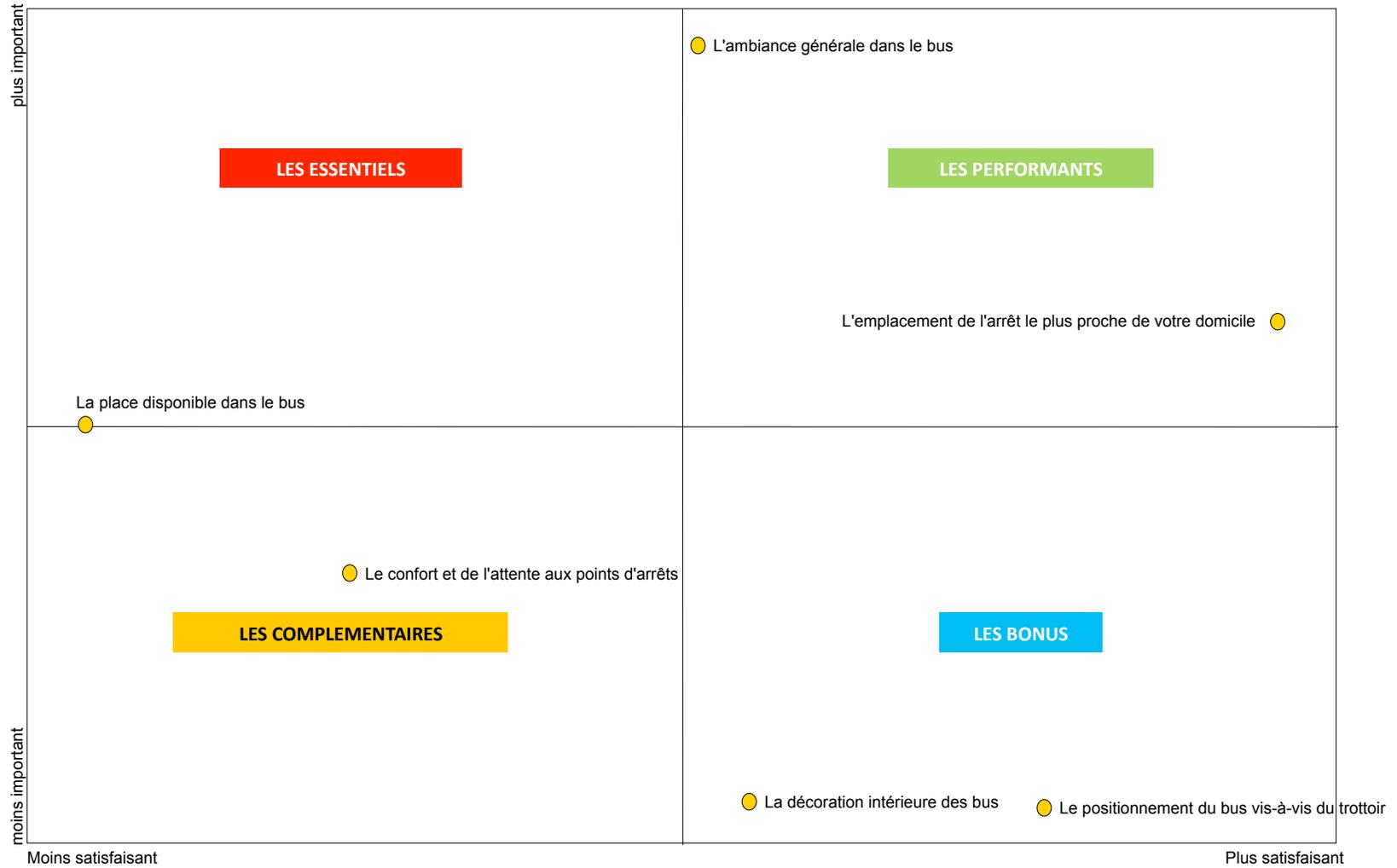
↗ Evolution significativement à la hausse par rapport à 2013

↘ Evolution significativement à la baisse par rapport à 2013

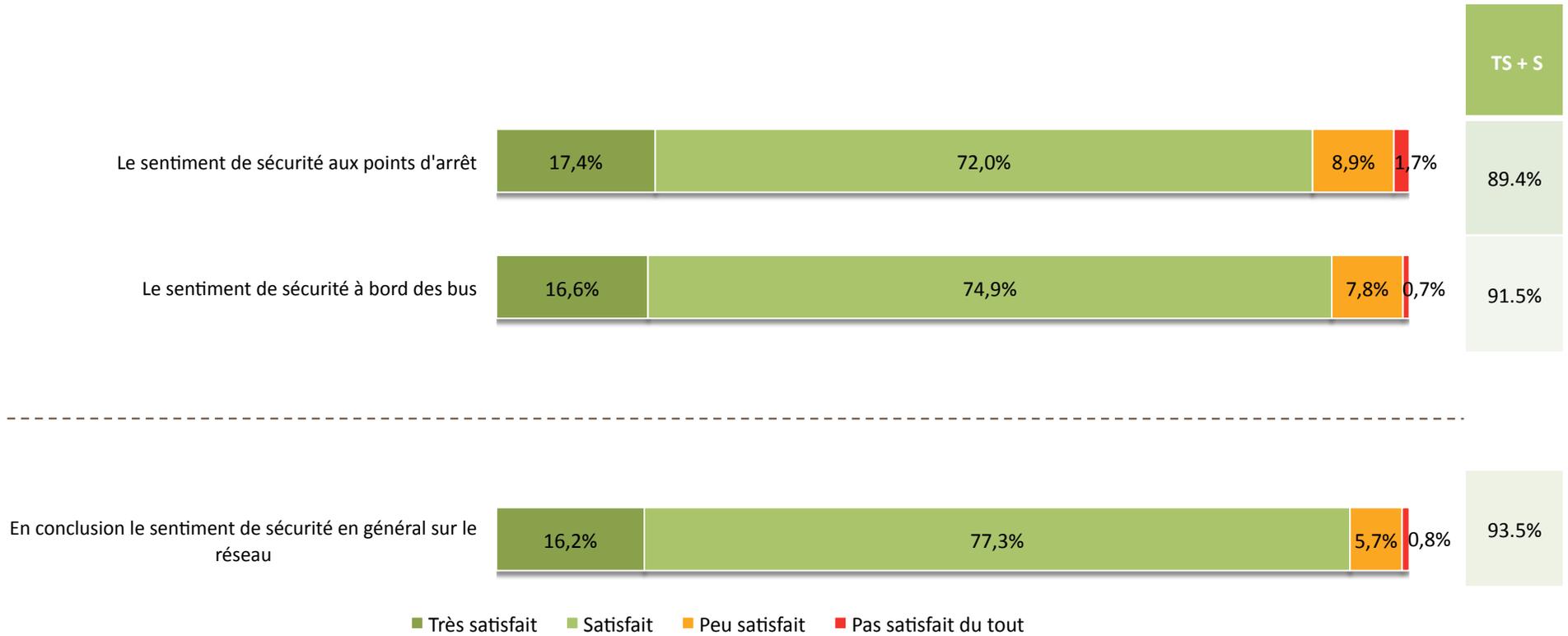


Le confort du voyage

■ Mapping :



La sécurité



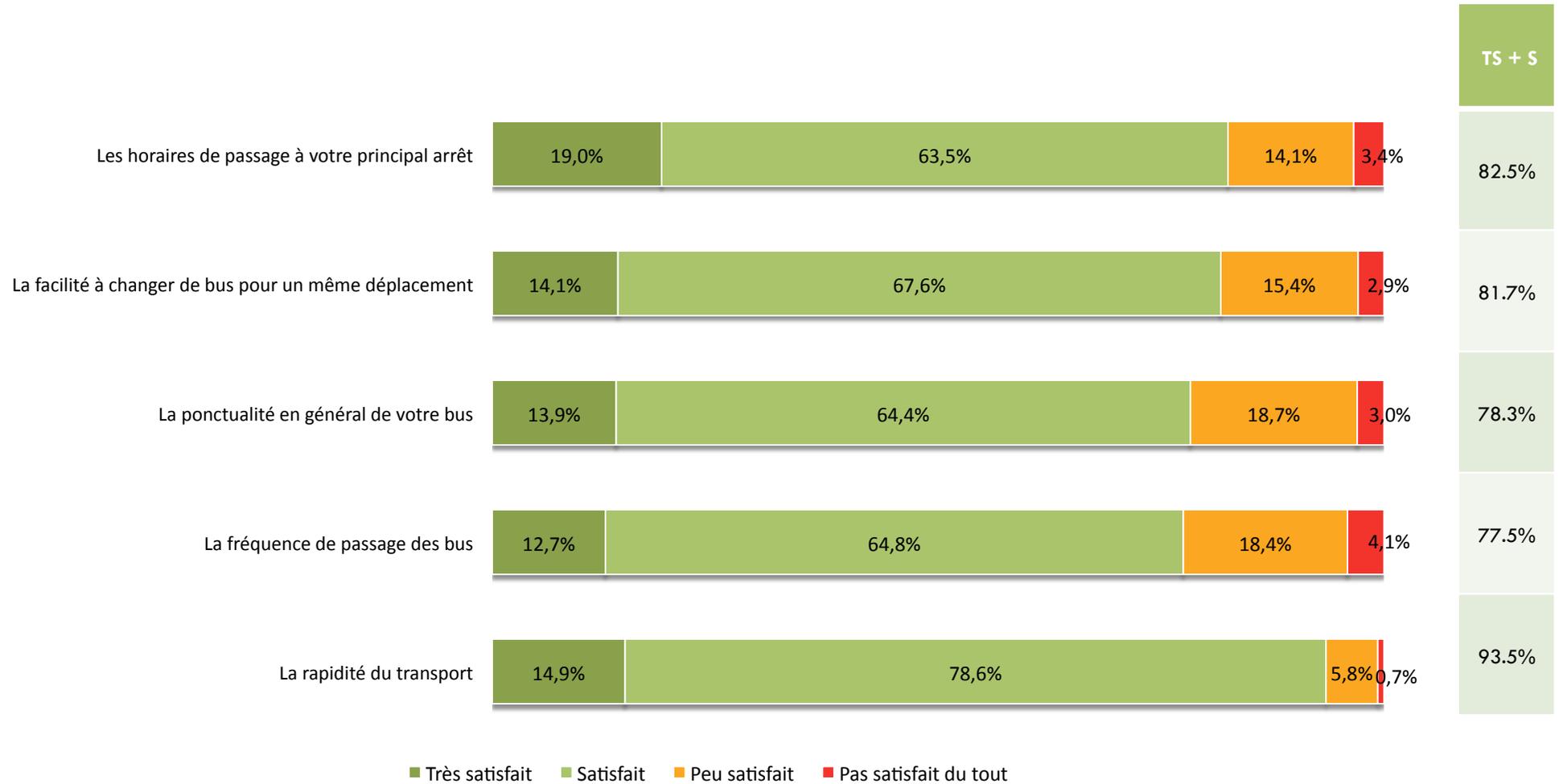


La sécurité

■ Différences significatives en fonction du profil :

ITEMS	Global	Significativement > au global	Significativement < au global
Le sentiment de sécurité aux points d'arrêt	89.4%	<ul style="list-style-type: none">• Retraités (95.3%)• Hommes (92.2%)• 55 ans et + (93.5%)	<ul style="list-style-type: none">• Femmes (87.7%)
Le sentiment de sécurité à bord des bus	91.5%	<ul style="list-style-type: none">• Scolaires, étudiants (93.3%)• Hommes (93.8%)	<ul style="list-style-type: none">• Inactifs, demandeurs d'emploi (86.3%)• Femmes (90.1%)• 40-54 ans (85.8%)
En conclusion le sentiment de sécurité en général sur le réseau	93.5%		<ul style="list-style-type: none">• Inactifs, demandeurs d'emploi (90.7%)

Le déplacement





Le déplacement

■ Différences significatives en fonction du profil :

ITEMS	Global	Significativement > au global	Significativement < au global
Les horaires de passage à votre principal arrêt	82.5%	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs réguliers (87.4%)Utilisateurs occasionnels (89.3%)Non abonnés (91.1%)Retraités (95.2%)55 ans et + (93.4%)	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs très réguliers (79.8%)Abonnés (78.7%)Scolaires, étudiants (79.8%)40-54 ans (75.9%)
La facilité à changer de bus pour un même déplacement	81.7%	<ul style="list-style-type: none">Non abonnés (88.2%)55 ans et + (91.9%)	<ul style="list-style-type: none">Abonnés (79.3%)40-54 ans (71.2%)
La ponctualité en général de votre bus	78.3%	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs réguliers (83.4%)Utilisateurs occasionnels (85.1%)Retraités (96.1%)55 ans et + (93.5%)	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs très réguliers (75.5%)Inactifs, demandeurs d'emploi (73.1%)Moins de 25 ans (75.2%)
La fréquence de passage des bus	77.5%	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs réguliers (83.4%)Non abonnés (84.4%)Retraités (94.5%)55 ans et + (89.1%)	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs très réguliers (74.7%)Abonnés (74.4%)Scolaires, étudiants (72.9%)Moins de 25 ans (73.6%)
La rapidité du transport	93.5%	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs occasionnels (97.5%)Retraités (98.4%)55 ans et + (98.4%)	<ul style="list-style-type: none">Utilisateurs très réguliers (92.4%)Scolaires, étudiants (92.0%)Moins de 25 ans (92.2%)

Utilisateurs très réguliers = fréquence d'utilisation « tous les jours ou presque »

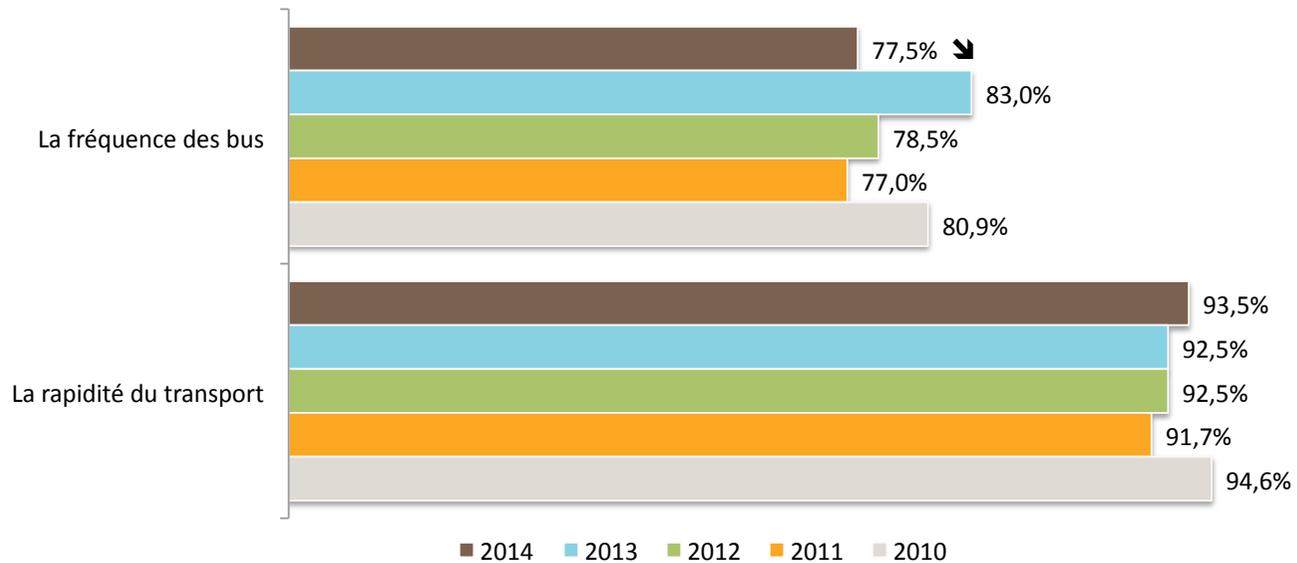
Utilisateurs réguliers = fréquence d'utilisation « 2 à 4 fois par semaine »

Utilisateurs occasionnels = fréquence d'utilisation « moins d'1 fois par semaine »



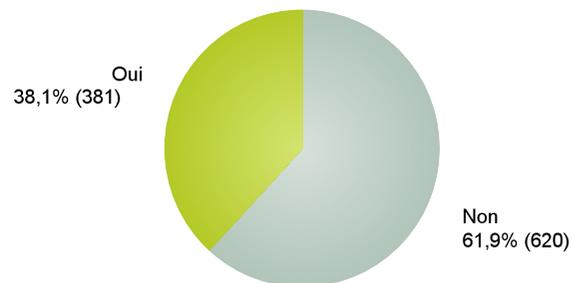
Le déplacement

■ Evolution :



↗ Evolution significativement à la hausse par rapport à 2013
↘ Evolution significativement à la baisse par rapport à 2013

■ Les correspondances : « Habituellement, pour faire votre trajet avez-vous une correspondance ? »





Le déplacement

■ Mapping :



Les titres de transport

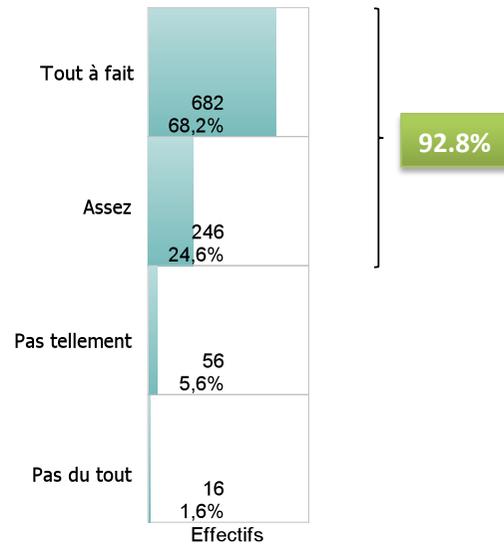




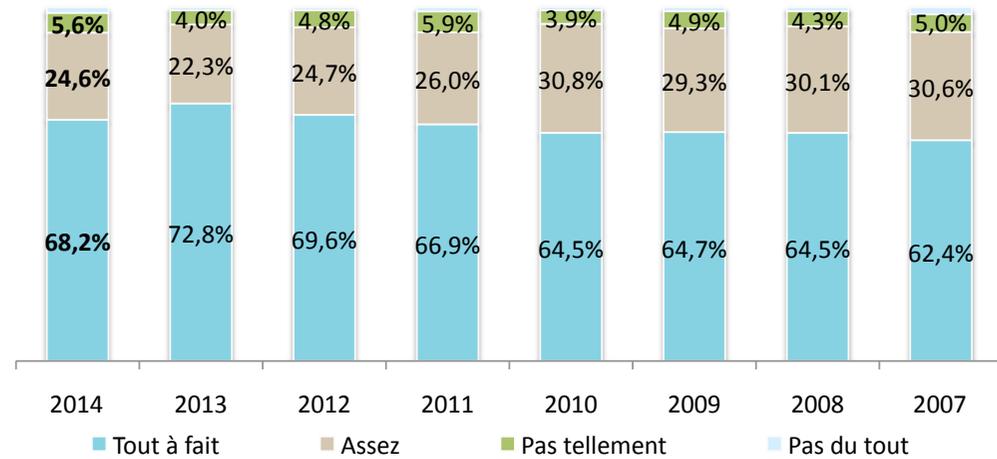
Les titres de transports

« Jugez-vous que le titre que vous utilisez est adapté à vos besoins ? »

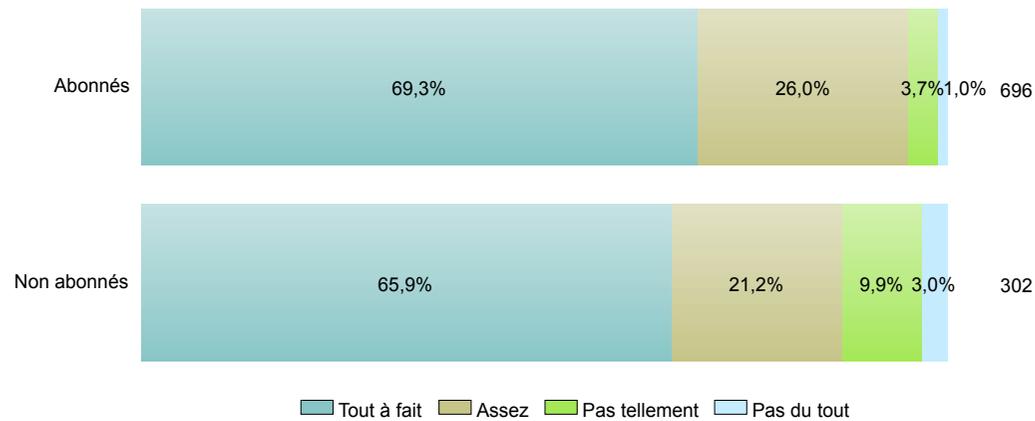
Adaptation du titre aux besoins :



Evolution :



Selon le titre :

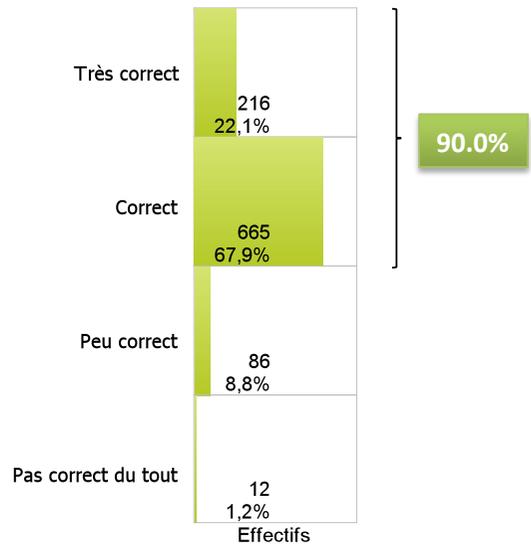




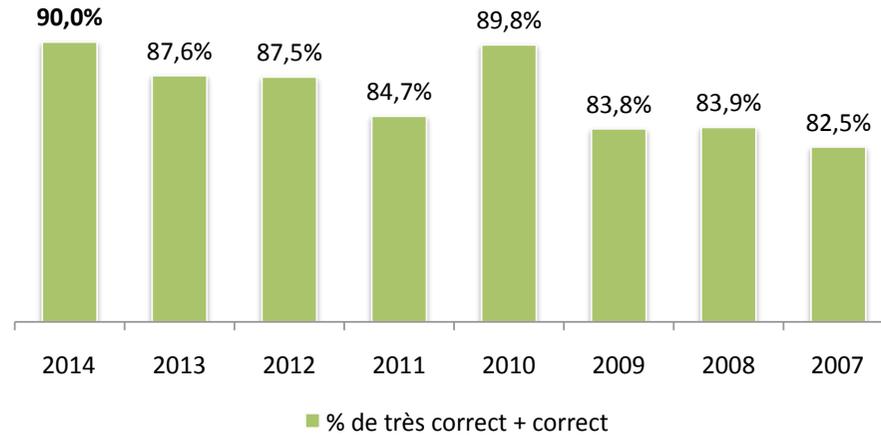
Les titres de transports

« Comment jugez-vous le rapport qualité/prix de votre titre de transport ? »

Rapport qualité/prix :



Evolution :



Selon le titre :

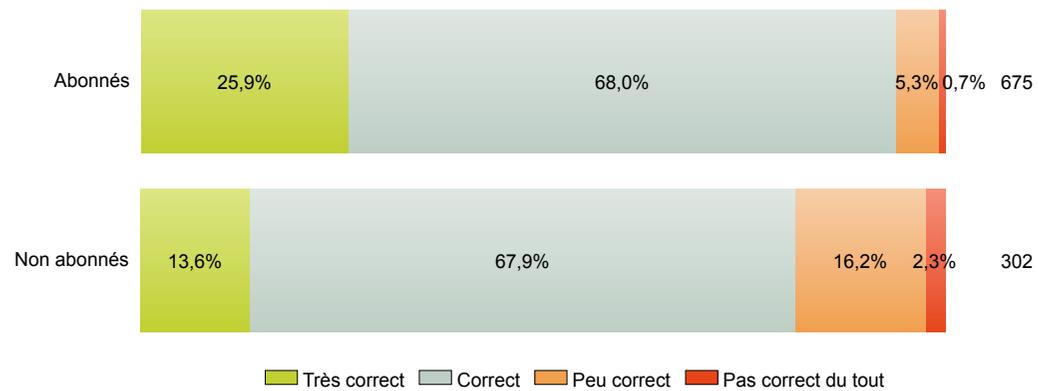


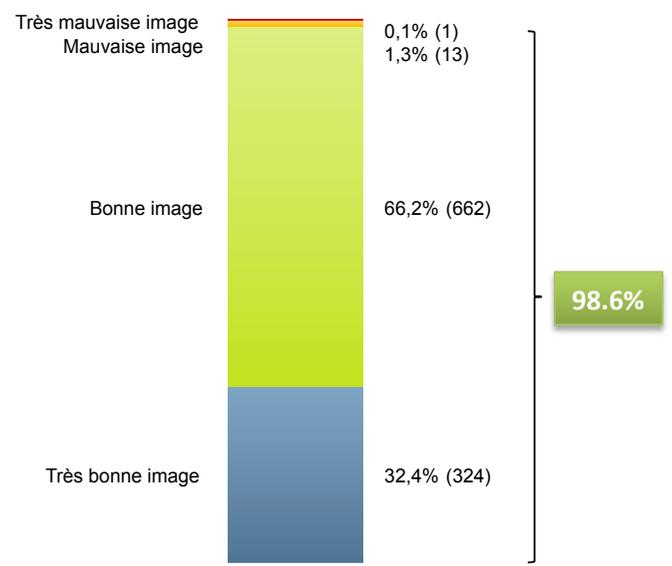
Image du réseau



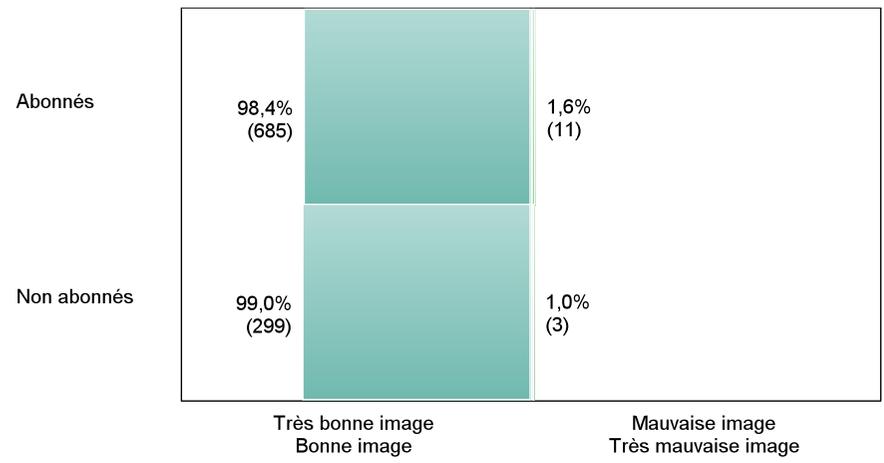


Image du réseau

Quelle image avez-vous du réseau :



Selon le titre :



Selon l'activité :

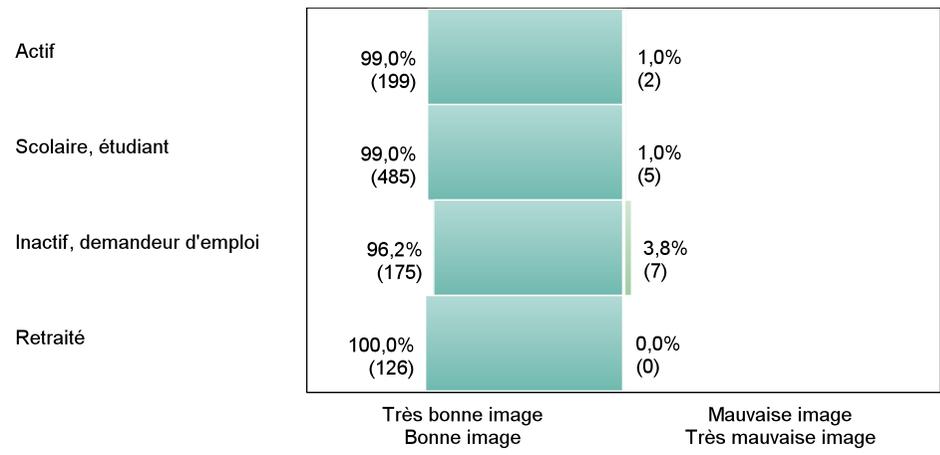
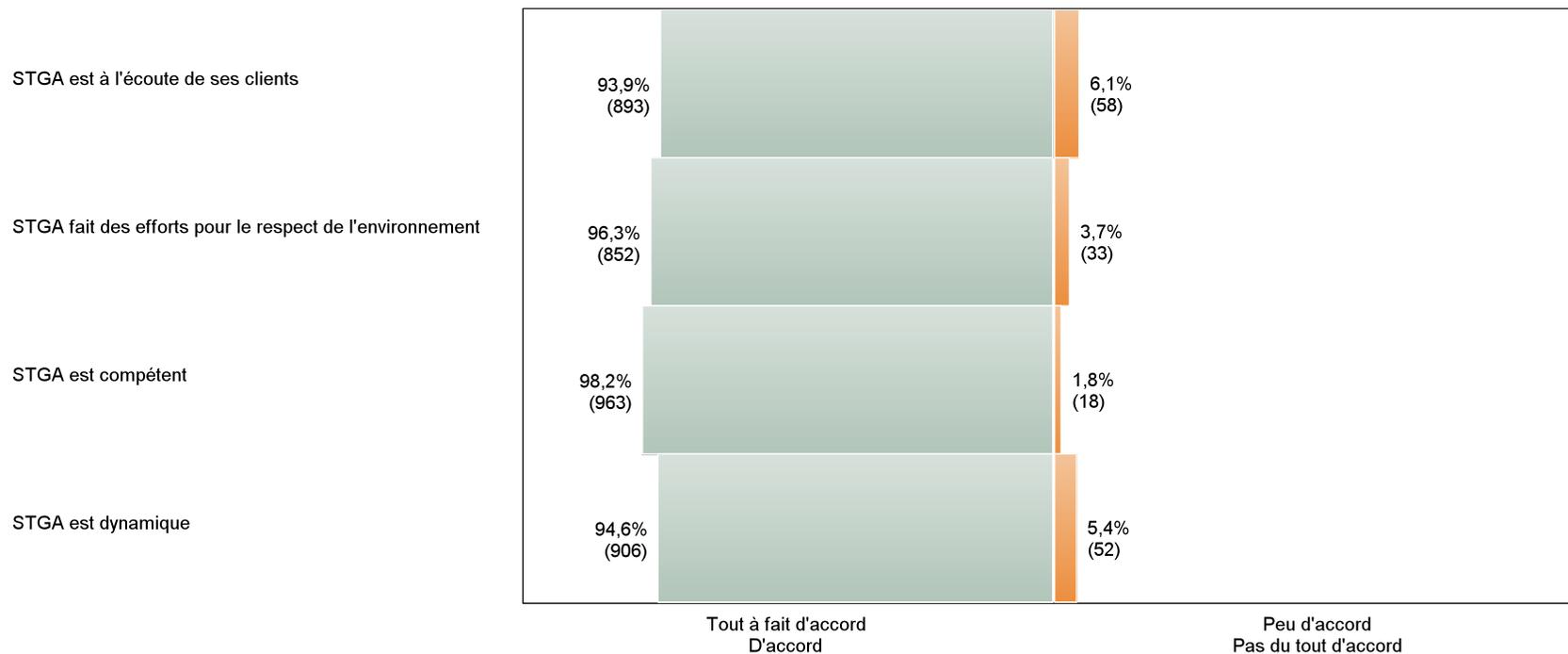




Image du réseau

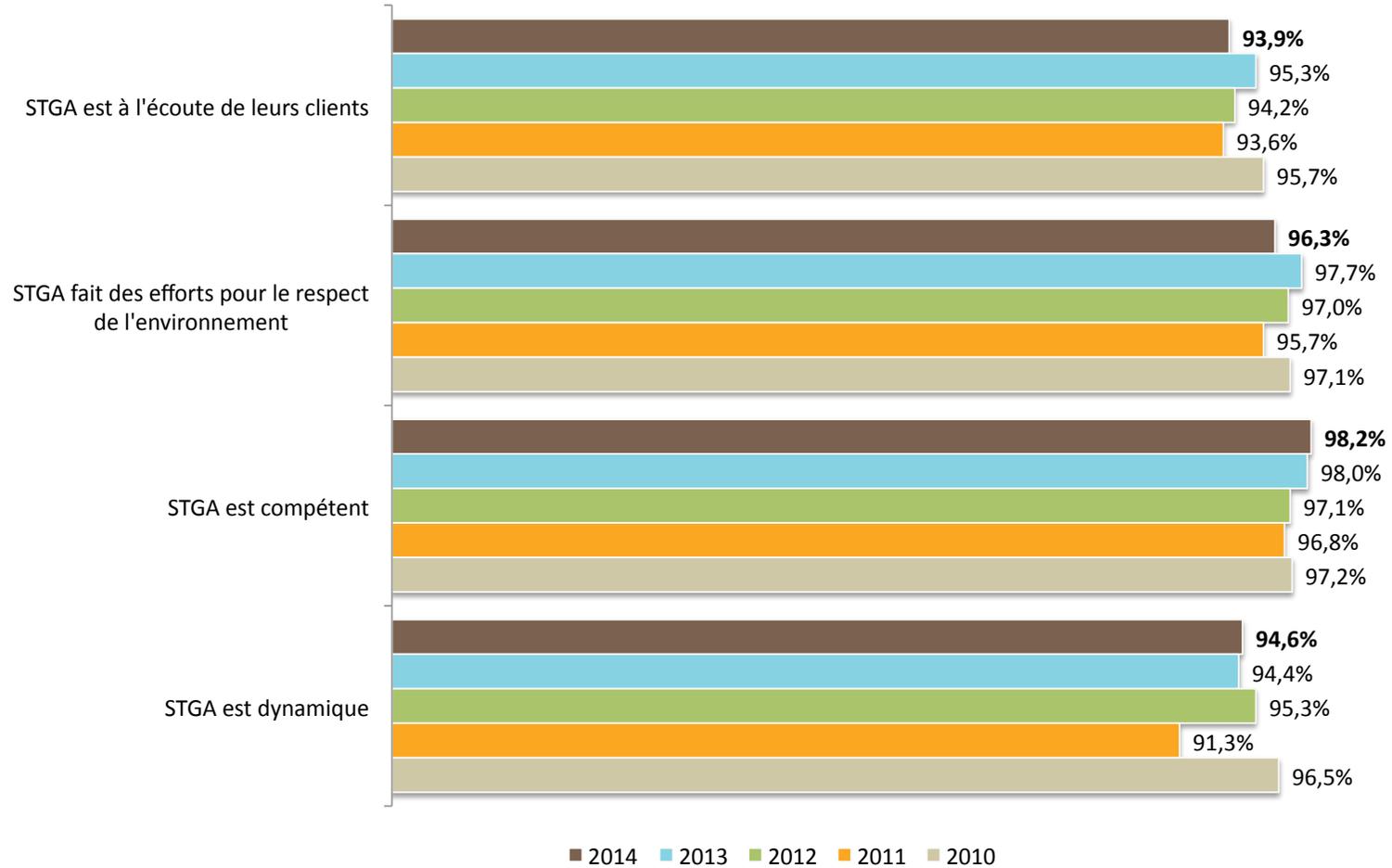


	Tout à fait d'accord		D'accord		Peu d'accord		Pas du tout d'accord		Total
STGA est à l'écoute de ses clients	248	26,1%	645	67,8%	45	4,7%	13	1,4%	951
STGA fait des efforts pour le respect de l'environnement	235	26,6%	617	69,7%	23	2,6%	10	1,1%	885
STGA est compétent	235	24,0%	728	74,2%	16	1,6%	2	0,2%	981
STGA est dynamique	213	22,2%	693	72,3%	42	4,4%	10	1,0%	958
Total	931	24,7%	2 683	71,1%	126	3,3%	35	0,9%	3 775



Image du réseau

■ Evolution :



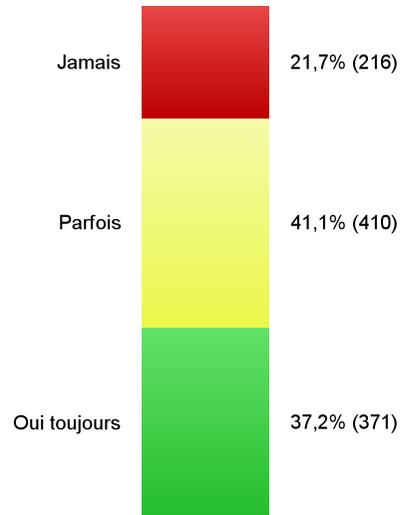
Questions spécifiques



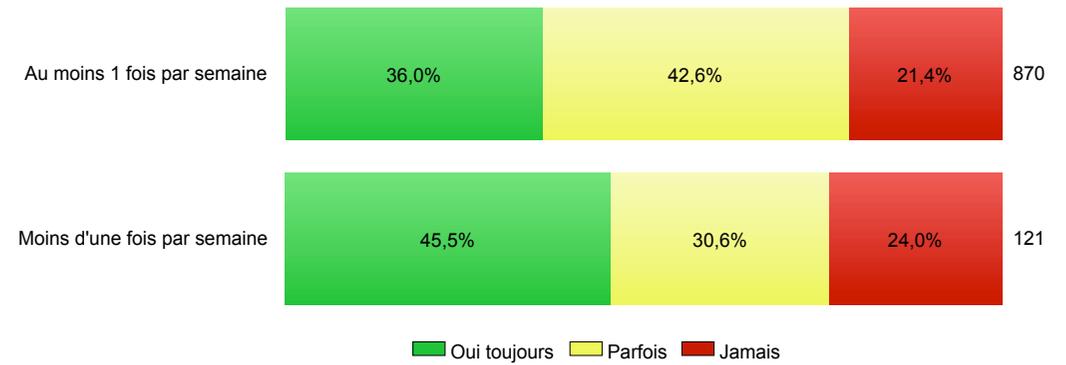


Questions spécifiques

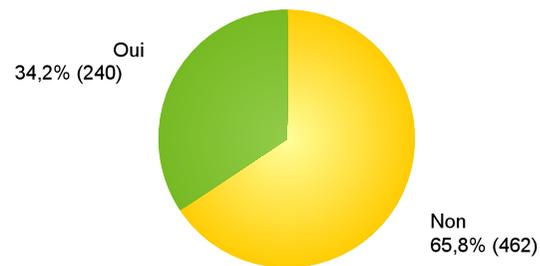
■ Lisez-vous les affiches qui sont suspendues au milieu de l'allée ?



■ Selon la fréquence d'utilisation du réseau :



■ Connaissez-vous le service gratuit « L'Info en direct » ?

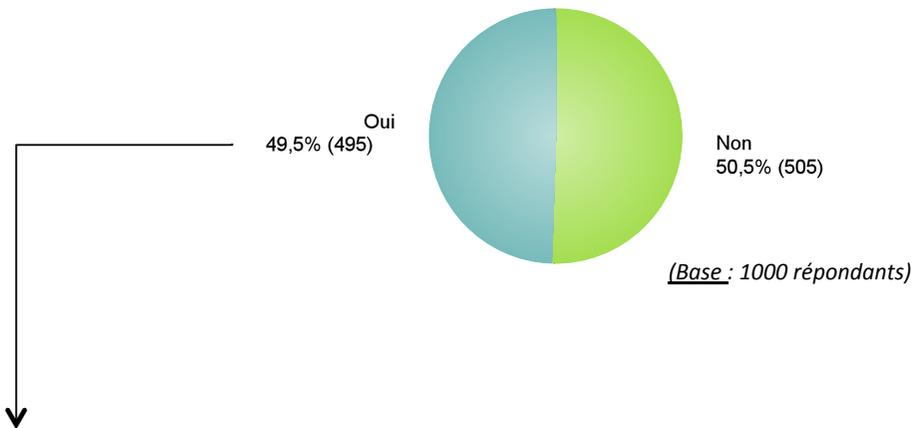


Base : 702 clients abonnés



Questions spécifiques

■ Possédez-vous un smartphone ?



L'utilisez-vous pour avoir des informations sur STGA

55,2%
(273)

44,8%
(222)

Avez-vous l'impression d'utiliser moins le Guide Bus papier et plus les informations sur le site internet ou le téléphone

49,5%
(212)

50,5%
(216)

Connaissez-vous l'application "Ticket Mobile"

43,4%
(215)

56,6%
(280)

Oui

Non

Commentaires spontanés





Commentaires spontanés

	Effectifs	%
Plus de fréquence	61	13,4%
Plus de fréquence en période de vacances scolaire	39	8,6%
Conduite brusque	34	7,5%
Manque d'abris bus	27	5,9%
Manque de ponctualité	27	5,9%
Plus de fréquence le week-end	19	4,2%
Plus de fréquence heures de pointes	19	4,2%
Améliorer l'amabilité de certains chauffeurs	19	4,2%
Avoir des bus plus tard le soir	17	3,7%
Mettre en vente dans les bus les carnets de 10 voyages	15	3,3%
Manque de civisme de la part de certains usagers	13	2,9%
Etendre la plage horaire	11	2,4%
Améliorer les horaires pour les correspondances	10	2,2%
Prix du ticket trop cher	10	2,2%
Etendre le réseau	10	2,2%
Rallonger le temps de validité du ticket à l'unité	8	1,8%
Plus de fréquence le dimanche	7	1,5%
Adapter les horaires en fonction des heures de sorties des écoles	6	1,3%
Faire des lignes plus directes	6	1,3%
Plus de sécurité dans les bus	5	1,1%
Mettre des bus accordéons aux heures de pointe	6	1,3%
Revoir accessibilité des bus	5	1,1%
Manque de propreté aux arrêts	5	1,1%
Proposer des abonnements hebdomadaires	4	0,9%
Plus de contrôles	4	0,9%
Améliorer l'information en cas de perturbations	4	0,9%
Manque de poubelles à certains arrêts	4	0,9%
Mettre des bancs aux abris bus	4	0,9%
Mettre un panneau aux arrêts avec les arrêts desservis	3	0,7%
Proposer des tickets à l'unité le week-end	3	0,7%
Mauvaises odeurs dans le bus	3	0,7%
Avoir la possibilité de régler son abonnement via internet	3	0,7%
Mettre le ticket unité à 1 euro	2	0,4%
Le prix ne devrait pas augmenter après 25 ans	2	0,4%
Plus de fréquence le soir	2	0,4%
Avoir un prix plus intéressant pour les étudiants	2	0,4%
Mettre un plan dans le bus comme le metro	2	0,4%
Améliorer les correspondances bus/train	2	0,4%
Plus de panneaux d'affichage	2	0,4%
Les bornes de recharge des cartes fonctionnent rarement	2	0,4%
Les chauffeurs démarrent sans attendre les personnes	2	0,4%
Arrêt de bus pas assez proche du domicile	2	0,4%
Les conducteurs discutent très régulièrement avec les clients, dangereux	2	0,4%
L'application stga ne fonctionne pas bien	2	0,4%
Améliorer le site internet (plans et itinéraires)	1	0,2%
Améliorer l'amabilité des contrôleurs	1	0,2%
Sièges peu confortables	1	0,2%
Les bancs des abris bus sont trop bas	1	0,2%
Proposer des tickets journée	1	0,2%
Bus qui ne passe pas	2	0,4%



	Effectifs	%
Mettre en place rapidement le funiculaire	1	0,2%
Affichage trop haut illisible quand il y a du soleil	1	0,2%
Abonnement scolaire trop cher	1	0,2%
Les horaires affichés sur les panneaux d'affichage ne correspondent pas au passage des bus	1	0,2%
Manque de sécurité au point d'arrêt	1	0,2%
Manque de propreté dans les bus	1	0,2%
Plus de sécurité	1	0,2%
Problème avec les objets perdus (jamais retrouvé par la STGA)	1	0,2%
Panneau d'affichage toujours en panne	1	0,2%
Amende trop chère pour un bus	1	0,2%
Avoir une direction Bois Renaud pour la ligne 5	1	0,2%
Banc de l'arrêt la poste usagée	1	0,2%
Plus d'amabilité de la part du service client	1	0,2%
Total	455	100,0%

➔ Total des commentaires « Manque de fréquence » :
147 réponses soit 32% des commentaires spontanés.