



Baromètre Image satisfaction Enquête 2015

Rapport d'étude - Janvier 2016



BVA

Contacts BVA
Laure ROBERT

laure.robert@bva.fr - 05 67 20 29 64

CONTEXTE



- Le Baromètre Image / Satisfaction de Tisséo a pour objectif de suivre les évolutions de la perception / l'image par les toulousains de leur réseau de transport public urbain, de l'usage qu'ils en ont, et de la satisfaction des clients.



- Cette enquête est menée annuellement par Tisséo depuis 1990, avec des évolutions méthodologiques régulières concernant soit les questionnaires, soit les échantillons ou la méthode d'échantillonnage, mais préservant toujours les possibilités de comparaisons d'une période à l'autre.



- ➔ Les résultats de l'enquête 2015 sont comparés à ceux des années 2014 et 2013.

METHODOLOGIE



Modalités d'enquête

Enquête téléphonique réalisée du **16 novembre au 5 décembre 2015**, auprès d'un échantillon d'habitants de Toulouse et de sa périphérie de 1 561 personnes de 15 ans et plus.



Echantillon

... Stratifié d'un point de vue géographique en trois zones du PDU :

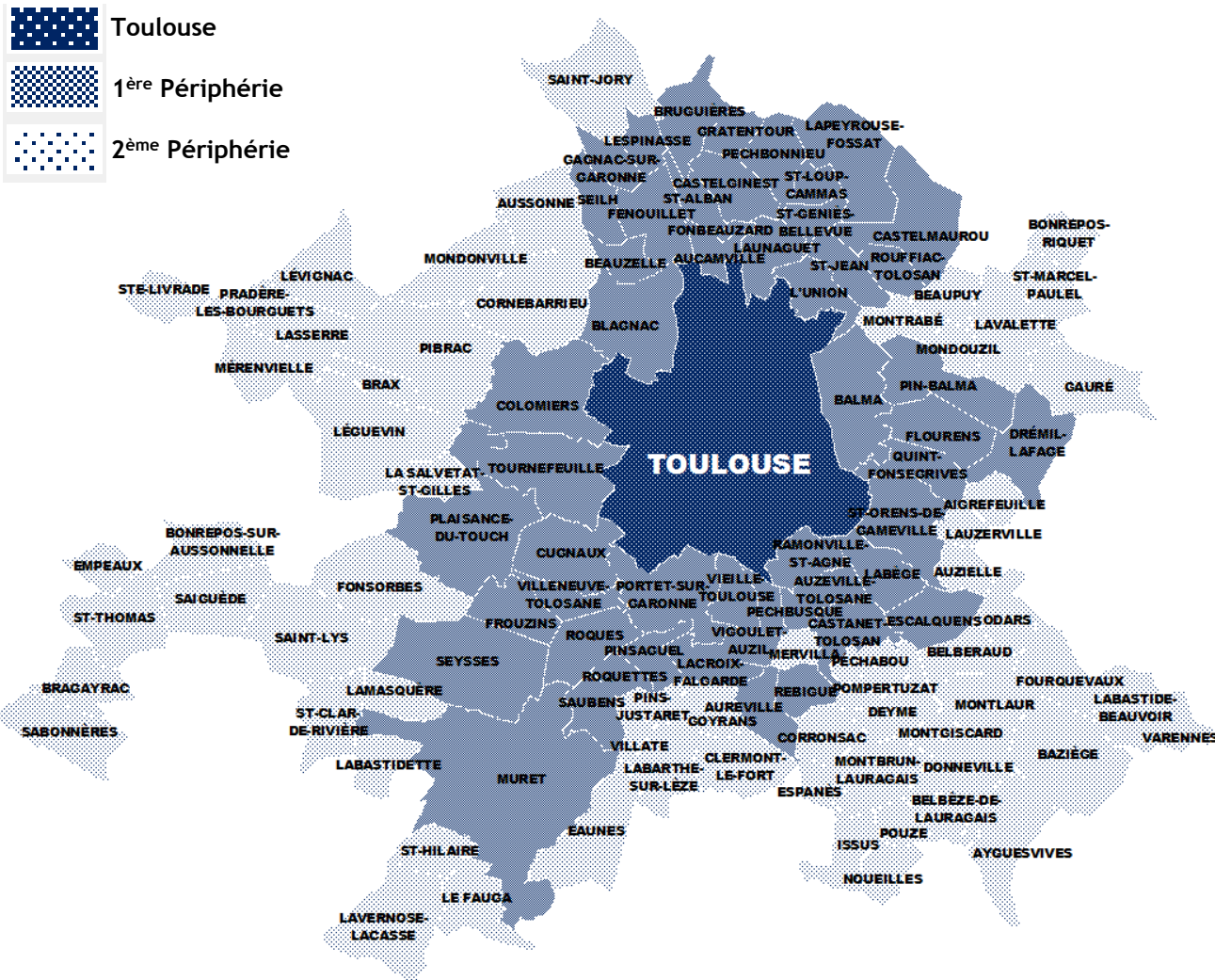
- Toulouse : 702 enquêtes
- Première périphérie (53 communes) : 454 enquêtes
- Deuxième & Troisième périphérie (64 communes) : 405 enquêtes.

Les échantillons construits pour chaque strate sont des échantillons représentatifs de la population des habitants de ces territoires géographiques en termes d'habitat, de profil socio économique (âge, sexe, CSP), mais aussi de mobilité (voir méthode d'échantillonnage) → **En fin d'enquête, un redressement redonne son poids en population réel à chaque strate**

+ Méthode d'échantillonnage de type probabiliste (pour un échantillon également représentatif en termes de mobilité) :

- Tenue de quotas par strate sur la taille du ménage et le nombre d'actifs au foyer (objectif : ne pas sur représenter les foyers où les personnes sont le plus souvent chez elles).
- Tirage au sort de l'interviewé au sein du foyer (même objectif)
- **Redressement au sein de chaque strate** sur la base des données individuelles (âge, sexe, CSP), à partir des données INSEE du recensement (mise à jour juin 2015).

PERIMETRE D'ENQUETE 2015



Poids des strates en population
(Recensement INSEE mise à
jour juin 2015) :

- Toulouse : 46.9 %
- 1ère périphérie : 38.8 %
- Périphérie éloignée : 14.3%

Périmètre
d'enquête
inchangé depuis
2009.

TAILLE DES ÉCHANTILLONS & MARGES D'ERREUR ASSOCIÉES AUX RÉSULTATS D'ENQUÊTE

- **Échantillon pour le calcul de la pénétration TC et de l'image :**

- Échantillon global brut : 1 561 personnes (redressé : 1 561)

Marge d'erreur (fiabilité à 99%) :	+/- 3,3 pts pour une fréquence de 50%
	+/- 2,9 pts pour une fréquence de 75%

- **Échantillons pour mesurer la satisfaction :**

- Échantillon clients mensuels brut : 947 personnes (redressé : 968)

Marge d'erreur (fiabilité à 99%) :	+/- 4,2 pts pour une fréquence de 50%
	+/- 3,7 pts pour une fréquence de 75%

- Échantillon clients mensuels Métro brut : 390 personnes (redressé : 398)

Marge d'erreur (fiabilité à 99%) :	+/- 6,6 pts pour une fréquence de 50%
	+/- 5,8 pts pour une fréquence de 75%

- Échantillon clients mensuels Bus brut : 267 personnes (redressé : 283)

Marge d'erreur (fiabilité à 99%) :	+/- 8,1 pts pour une fréquence de 50%
	+/- 7,0 pts pour une fréquence de 75%

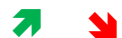
- Échantillon clients mensuels Tram brut : 289 personnes (redressé : 287)

Marge d'erreur (fiabilité à 99%) :	+/- 7,7 pts pour une fréquence de 50%
	+/- 6,7 pts pour une fréquence de 75%

AIDE À LA LECTURE DES RÉSULTATS : SYMBOLES ET ARRONDIS

Les résultats présentés dans ce document sont présentés arrondis à l'entier le plus proche pour les taux et les pourcentages, et à un chiffre après la virgule pour les notes moyennes (sur 10).

Trois catégories de symboles sont utilisées dans ce document



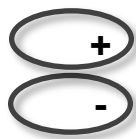
Evolutions significatives entre deux années consécutives, avec un niveau de sécurité de 99%, pour une même question et une même population ou sous-population (*ex : échantillon dans son intégralité, utilisateurs mensuels du bus, retraités, ...*).

La flèche verte indique une progression du score (note moyenne, taux de satisfaction,...) et la flèche rouge une dégradation.



Ecarts significatifs entre le score obtenu par un sous-échantillon, et celui obtenu la même année par une autre sous-échantillon (exemple : % de clients annuels 2015 significativement supérieur chez les habitants de Toulouse ville, par rapport à ceux de 1ère, voire 2ème périphérie), avec un niveau de sécurité de 99% .

Le score du sous-échantillon présentant une sur représentation est signalé avec un fond de couleur vert, tandis que celui de l'échantillon présentant une sous représentation est signalé par une fond rouge.



Différence significative entre le score obtenu par un sous-échantillon et celui obtenu au global pour l'échantillon, pour une même année, avec un niveau de sécurité de 99% (*ex : comparaison de la structure d'âge entre les utilisateurs mensuels du bus et les utilisateurs mensuels du métro...*). Les scores significativement supérieurs sont entourés d'un cercle et accompagnés d'un signe + et les scores significativement inférieurs accompagnés d'un signe -

Remarque

Si les résultats sont présentés arrondis, tous les écarts affichés ont été calculés à partir de scores exacts, il peut donc arriver que l'écart affiché diffère de 0,1 point ou de 1% avec l'écart calculé à partir des chiffres arrondis présentés.

AIDE À LA LECTURE DES RÉSULTATS : TABLEAU DES EFFECTIFS REDRESSÉS

(*) Le nombre d'enquêtes réalisées en 2014 pour le métro est sensiblement inférieur à celui de celles réalisées en 2013 et les années précédentes. Cette réduction a été décidée afin de réduire les coûts de l'enquête.

Périmètre d'enquête	2015	2014	2013
Base Globale	1 561	1 425	1 570
Toulouse	755	693	769
1 ^{ère} Périphérie	596	542	597
2 ^{ème} Périphérie	211	190	204
Utilisateurs Mensuels TC	968	952	1137
Toulouse	593	574	666
1 ^{ère} Périphérie	302	300	376
2 ^{ème} Périphérie	74	78	95
Utilisateurs Mensuels Bus	283	266	311
Toulouse	184	167	197
1 ^{ère} Périphérie	82	90	95
2 ^{ème} Périphérie	16	9	19
Utilisateurs Mensuels Métro	398	401 (*)	619
Toulouse	221	233	340
1 ^{ère} Périphérie	139	122	223
2 ^{ème} Périphérie	38	46	56
Utilisateurs Mensuels Tram	287	179	187
Toulouse	187	123	124
1 ^{ère} Périphérie	80	38	49
2 ^{ème} Périphérie	20	18	15

LA MATRICE CONTRIBUTION / SATISFACTION-IMAGE

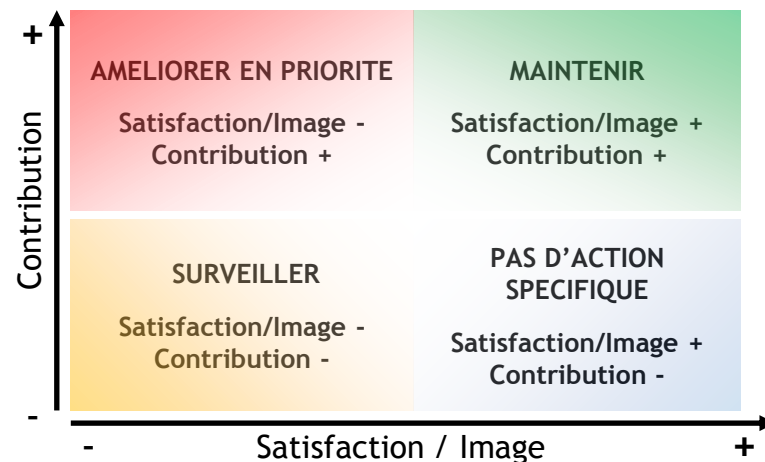
Le principe de la matrice

- Cette méthode statistique permet de hiérarchiser l'ensemble des critères de satisfaction ou d'image, et d'établir les priorités d'investissements pour optimiser la qualité de service perçue : il s'agit de l'analyse de contribution.
- L'analyse de contribution est une technique statistique, basée sur les méthodes de régression, qui permet de comprendre comment se construit la satisfaction globale du voyageur. Les critères de satisfaction sont hiérarchisés en fonction de l'intensité de la liaison entre la satisfaction globale et l'ensemble des critères jugés. Il en résulte un mapping sur lequel sont placés chacun des items de satisfaction ou d'image.

Le résultat

La représentation graphique sous forme de mapping permet de positionner les critères en fonction de leur **contribution** et du **taux de satisfaction** ou **l'image** qu'ils obtiennent.

La satisfaction ou l'image (pourcentage d'opinion satisfait ou note sur 10) de chaque item est reportée sur l'axe des abscisses tandis que l'indicateur de contribution (ou importance) est reportée sur l'axe des ordonnées ; le croisement des deux axes en leurs moyennes respectives divise le mapping en quatre parties :



AIDE À LA LECTURE : PRINCIPE DE L'ANALYSE DISSYMMÉTRIQUE



Quelle
méthode ?

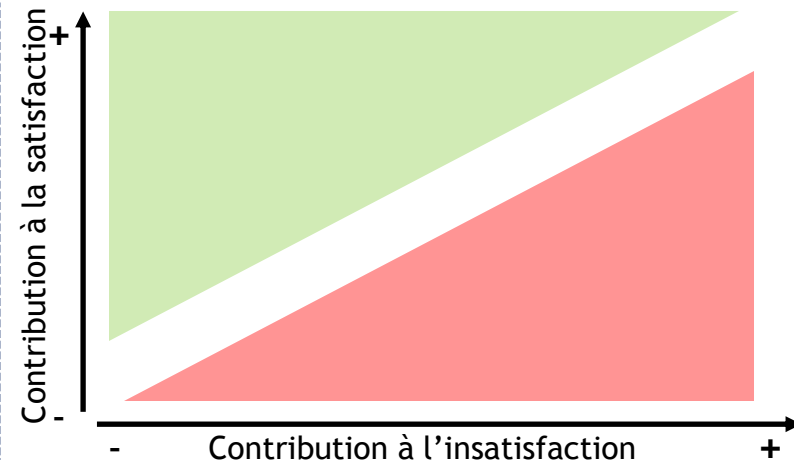
Pour quels
résultats ?

Pour un certain nombre de critères, la relation entre le critère et la satisfaction ou l'image générale n'est pas une relation continue, et l'analyse menée (ici technique des réseaux bayésiens) permet d'identifier deux types de critères :

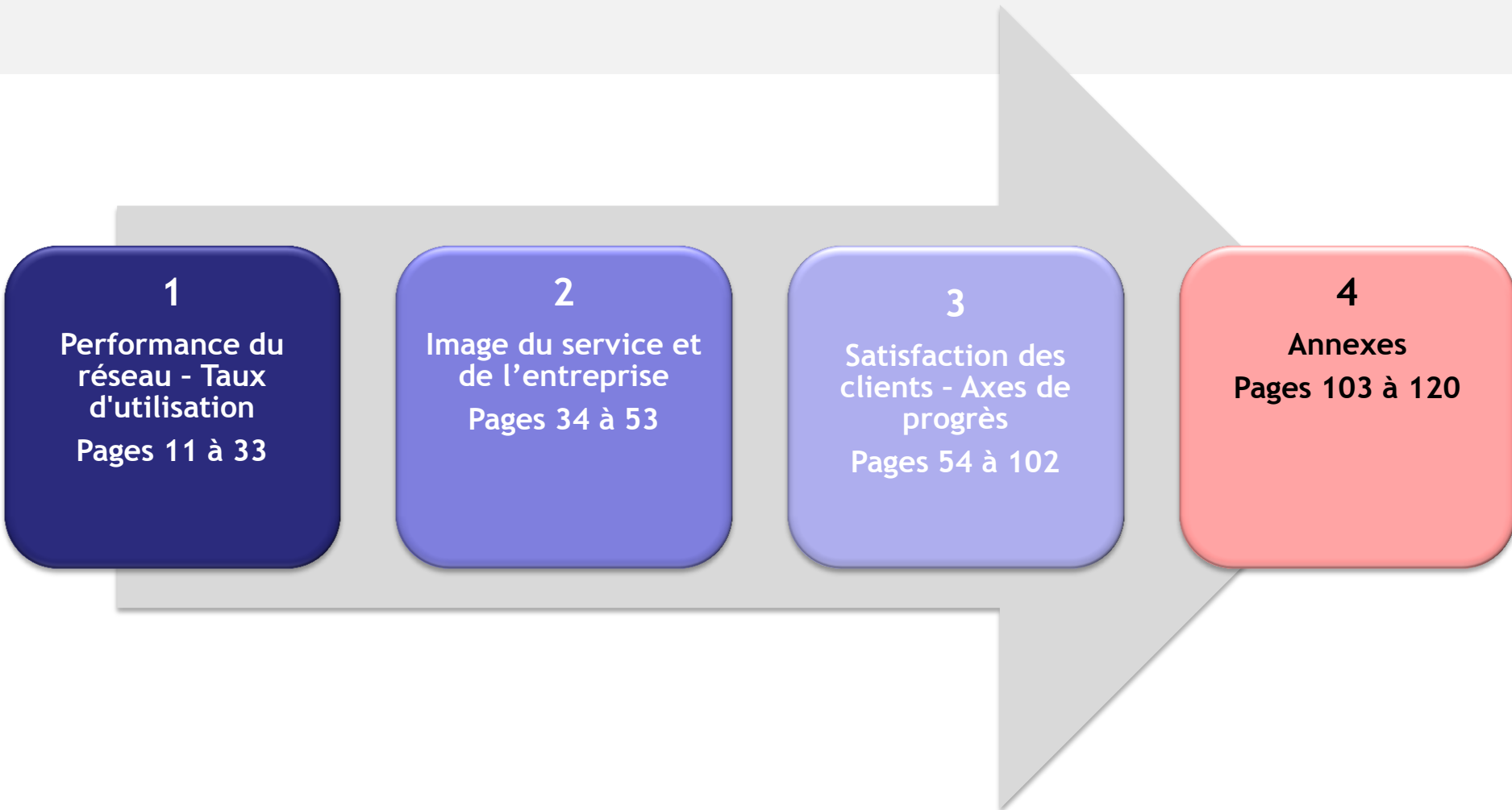
- Des critères qui interviennent sur la satisfaction ou l'image générale, uniquement lorsque la satisfaction ou l'image sur le critère atteint un niveau élevé (et n'interviennent pas ou peu lorsque la satisfaction ou l'image enregistre des niveaux bas par exemple)
- Des critères qui interviennent sur la satisfaction ou l'image générale uniquement lorsque la satisfaction ou l'image sur le critère atteint un niveau faible.

La représentation graphique suivante permet de positionner les critères en fonction de leur type de contribution à la satisfaction ou l'image générale

- Zone verte : Contribution à la satisfaction ou à l'image positive dominante
- Zone rouge : Contribution à l'insatisfaction ou à l'image négative dominante
- Zone tampon : Contribution équilibrée à la satisfaction ou l'insatisfaction (relation continue) ou à l'image globale positive ou négative.
- Dans la zone verte, plus les critère se situe vers le haut, plus sa contribution à la satisfaction ou à l'image positive est forte.
- Dans la zone rouge, plus il se situe vers la droite, plus sa contribution à l'insatisfaction ou à l'image négative est forte.



PLAN DU RAPPORT





Bva

1. Performance du réseau - Taux d'utilisation

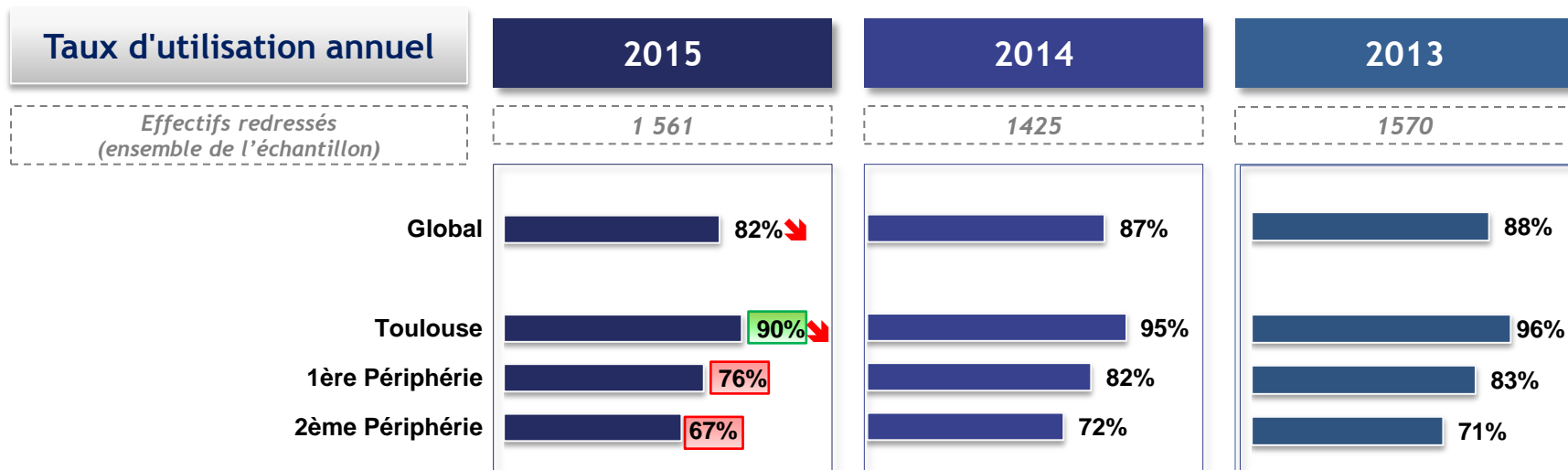
En 2015, un taux d'utilisation annuel des modes TISSEO de 82%, en recul de 5 points par rapport à l'année précédente

... Une baisse qui s'observe quel que soit le territoire, avec la même amplitude

TAUX D'UTILISATION ANNUEL DES TC

Q11. Avez-vous utilisé AU MOINS UNE FOIS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS...

a) Un bus Tisséo Hors TAD b) Un TAD Tisséo c) Le métro Tisséo d) Le tram Tisséo

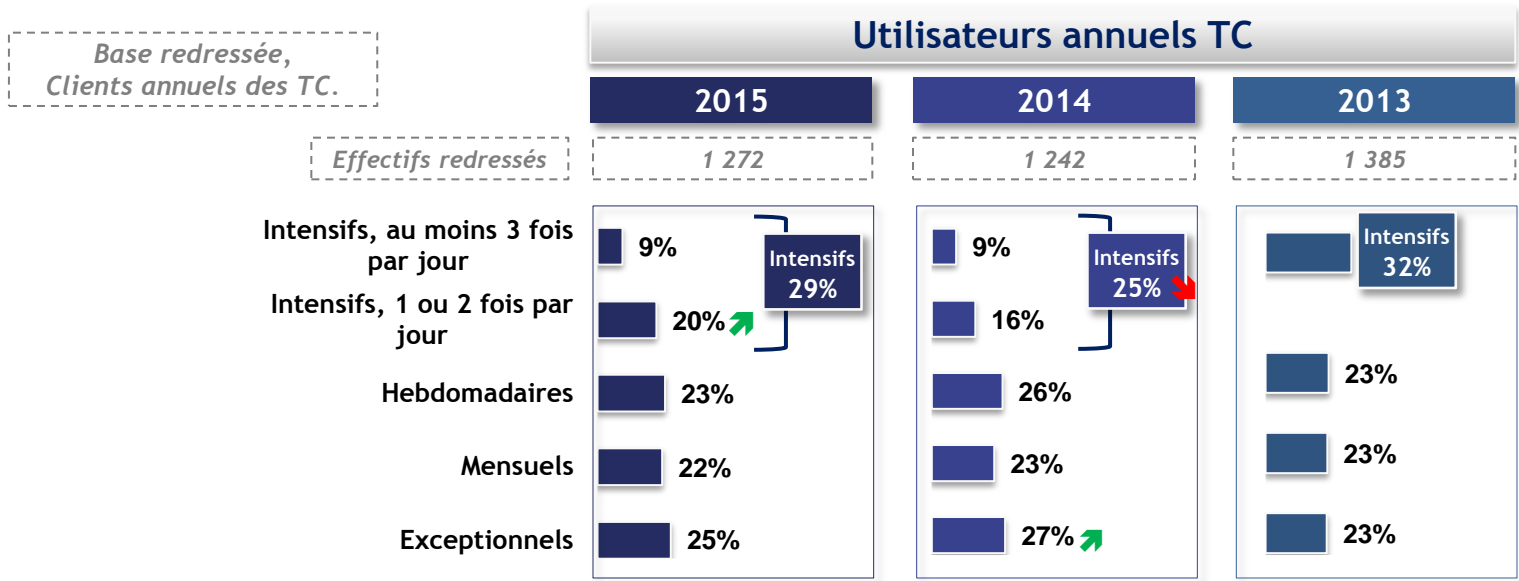


- ➡ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
- ➡ Diminution significative par rapport à l'année précédente
- Significativement supérieur au global en 2015
- Significativement inférieur au global en 2015

Chez ces clients annuels, une part de clients intensifs qui progresse (29% contre 25% en 2014), tandis que celle des clients moins fréquents (ponctuels, exceptionnels, mais surtout hebdomadaires), tend à décroître

FREQUENCE D'UTILISATION DES TRANSPORTS EN COMMUN PAR LES CLIENTS ANNUELS

Q13. En général, à quelle fréquence utilisez-vous le métro, le tram ou le bus TISSEO ?



Intensifs : Tous les jours ou presque
Hebdomadaires : Moins souvent, mais au moins une fois par semaine
Mensuels : 1 à 3 fois par mois
Exceptionnels : Moins souvent

↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente

Remarque : la réponse « Tous les jours ou presque » a été découpée en 2 réponses distinctes en 2014 :

- Tous les jours ou presque, au moins 3 fois par jour
- Tous les jours ou presque, 1 ou 2 fois par jour

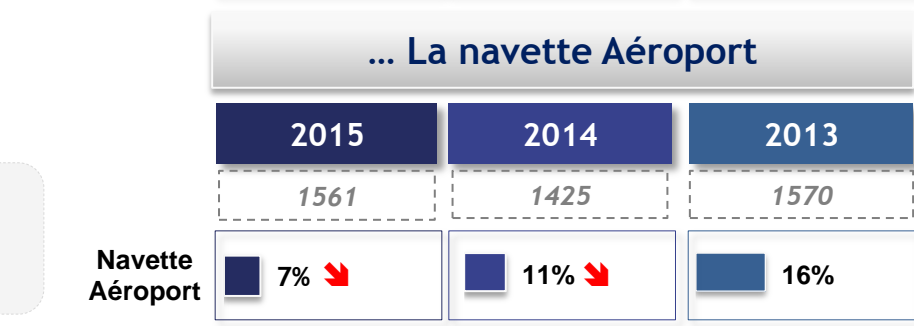
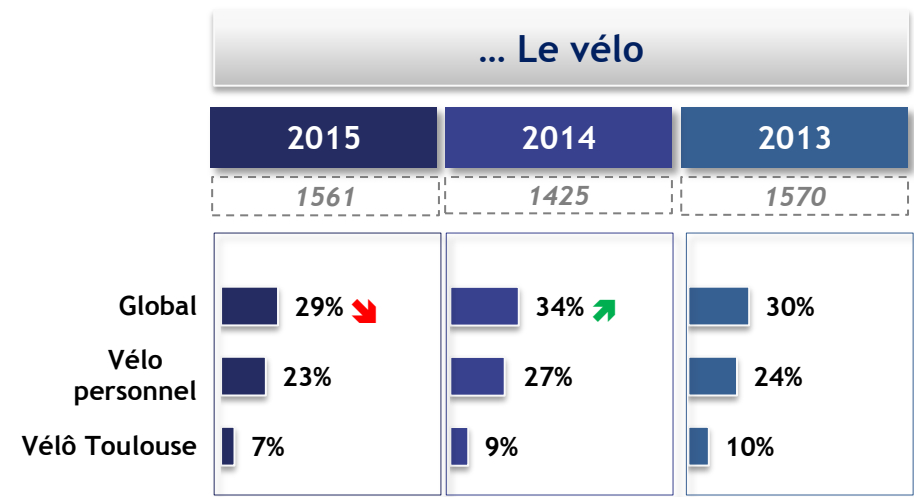
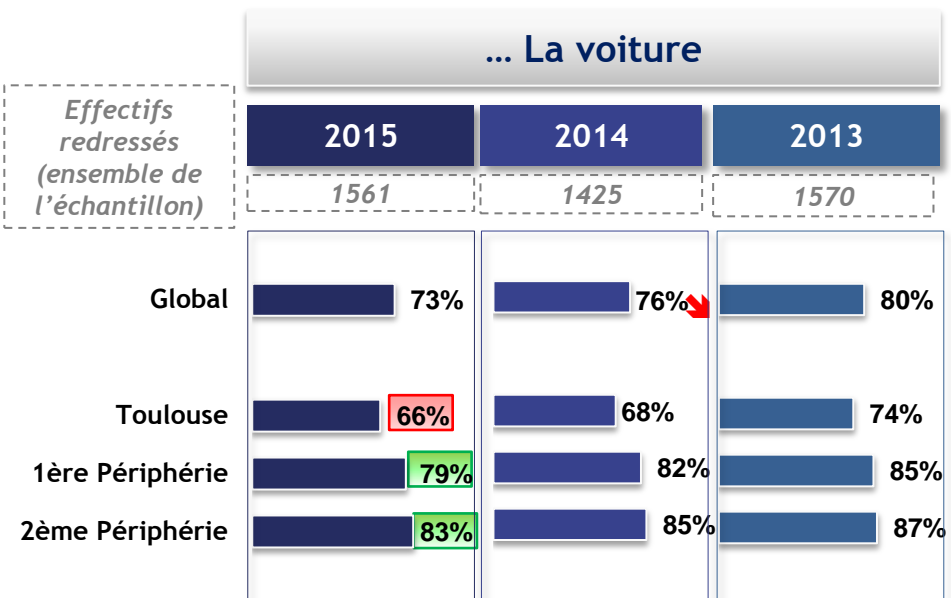
Des automobilistes moins nombreux chaque année ... ET un vélo un peu délaissé en 2015

Un taux d'utilisateurs annuels de la voiture (en tant que conducteur) qui continue à décroître rapidement (73% vs 76% en 2014 et 80% en 2013), ... et cela quel que soit le territoire

Un taux d'utilisateurs du vélo inférieur à celui de 2014 (notamment vélo personnel) mais comparable à celui de 2013

UTILISATION ANNUELLE DE LA VOITURE, DU VELO ET DE LA NAVETTE AEROPORT

Q11. Avez-vous utilisé AU MOINS UNE FOIS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS ...
 e) Une voiture, en tant que conducteur f) Un vélo pour faire un déplacement et pas seulement pour une balade
 Q12. Et plus précisément, avez-vous utilisé AU MOINS UNE FOIS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS...
 d) Un vélo personnel e) le service Vélô Toulouse pour faire un déplacement et pas seulement pour une balade
 Q18. Avez-vous utilisé AU MOINS UNE FOIS au cours des 12 derniers mois ...



↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 ↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente
 (vert) Significativement supérieur au global en 2015
 (rouge) Significativement inférieur au global en 2015

Pénétration mensuelle : confirmation et accentuation en 2015 de la baisse observée en 2014

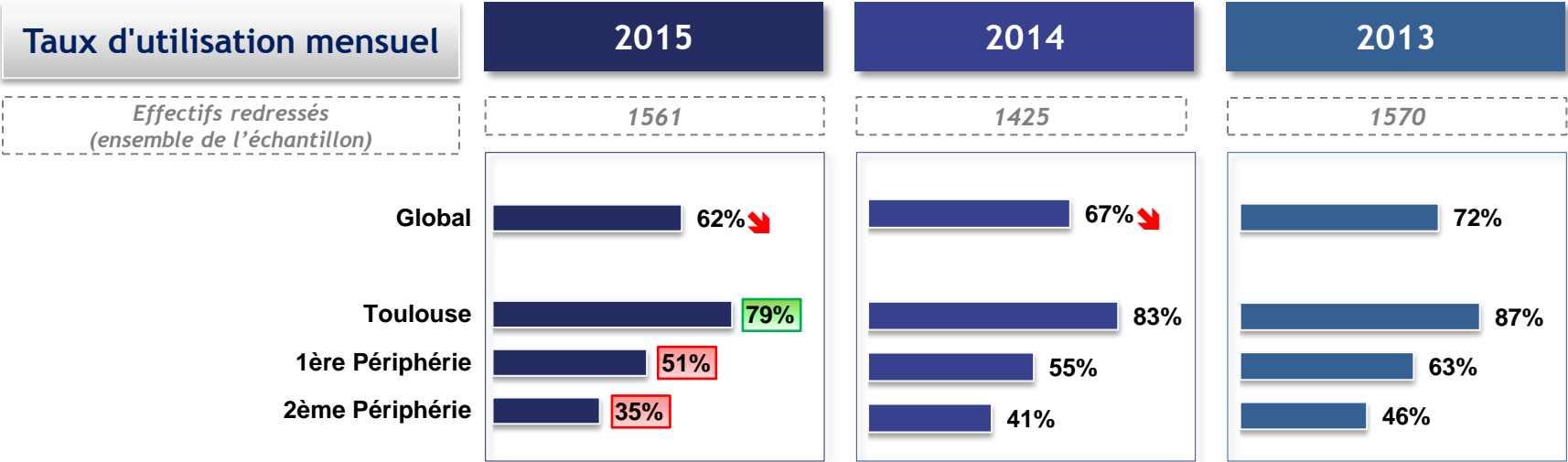
Un taux d'utilisateurs mensuel de 62%, en baisse par rapport à 2014 (-5 pts) et 2013 (-10 pts) → Les clients annuels perdus sont ainsi principalement des clients mensuels

Une diminution qui s'observe en tendance sur tous les territoires, et avec des ampleurs comparables

TAUX D'UTILISATION MENSUEL DES TC

Q14. Au cours des 4 dernières semaines, avez-vous utilisé AU MOINS UNE FOIS...

a) Un bus Tisséo Hors TAD b) Un TAD Tisséo c) Le métro Tisséo d) Le tram Tisséo



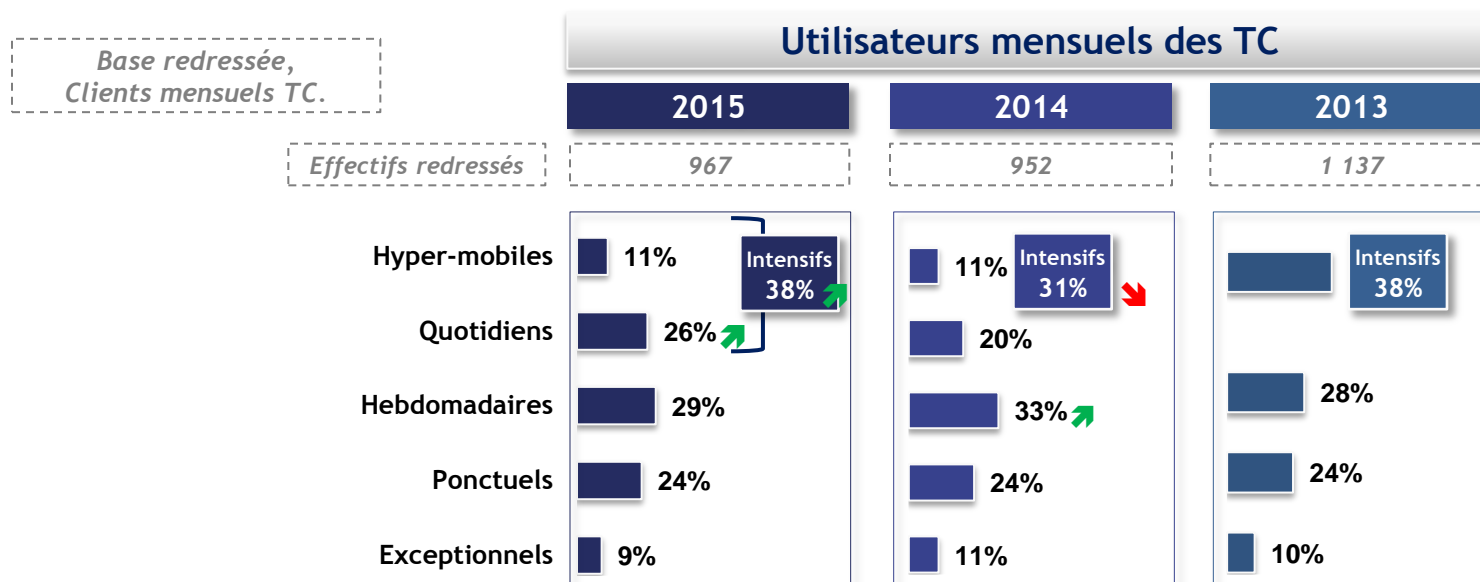
↑ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 ↓ Diminution significative par rapport à l'année précédente
 ↑ Significativement supérieur au global en 2015
 ↓ Significativement inférieur au global en 2015

Chez ces clients mensuels, une part de clients intensifs en progression : 38% contre 31% en 2014, tandis que la part de clients hebdomadaires surtout diminue

... Les clients perdus par rapport à 2014 semblant plutôt être des clients hebdomadaires

FREQUENCE D'UTILISATION DES TRANSPORTS EN COMMUN PAR LES CLIENTS MENSUELS

Q13. En général, à quelle fréquence utilisez-vous le métro, le tram ou le bus TISSEO ?



Hyper-mobiles : Tous les jours ou presque, au moins 3 fois par jour

Quotidiens : Tous les jours ou presque, 1 ou 2 fois par jour

Intensifs : Tous les jours ou presque (Cumul Hyper-mobiles et Quotidiens)

Hebdomadaires : Moins souvent, mais au moins une fois par semaine

Ponctuels : 1 à 3 fois par mois

Exceptionnels : Moins souvent (mais une utilisation lors des 4 dernières semaines)



Augmentation significative par rapport à l'année précédente



Diminution significative par rapport à l'année précédente

Remarque : la réponse « Tous les jours ou presque » a été découpée en 2 réponses distinctes en 2014 :

- Tous les jours ou presque, au moins 3 fois par jour
- Tous les jours ou presque, 1 ou 2 fois par jour

Moindre usage
du métro et
du bus, usage
supérieur du
tram

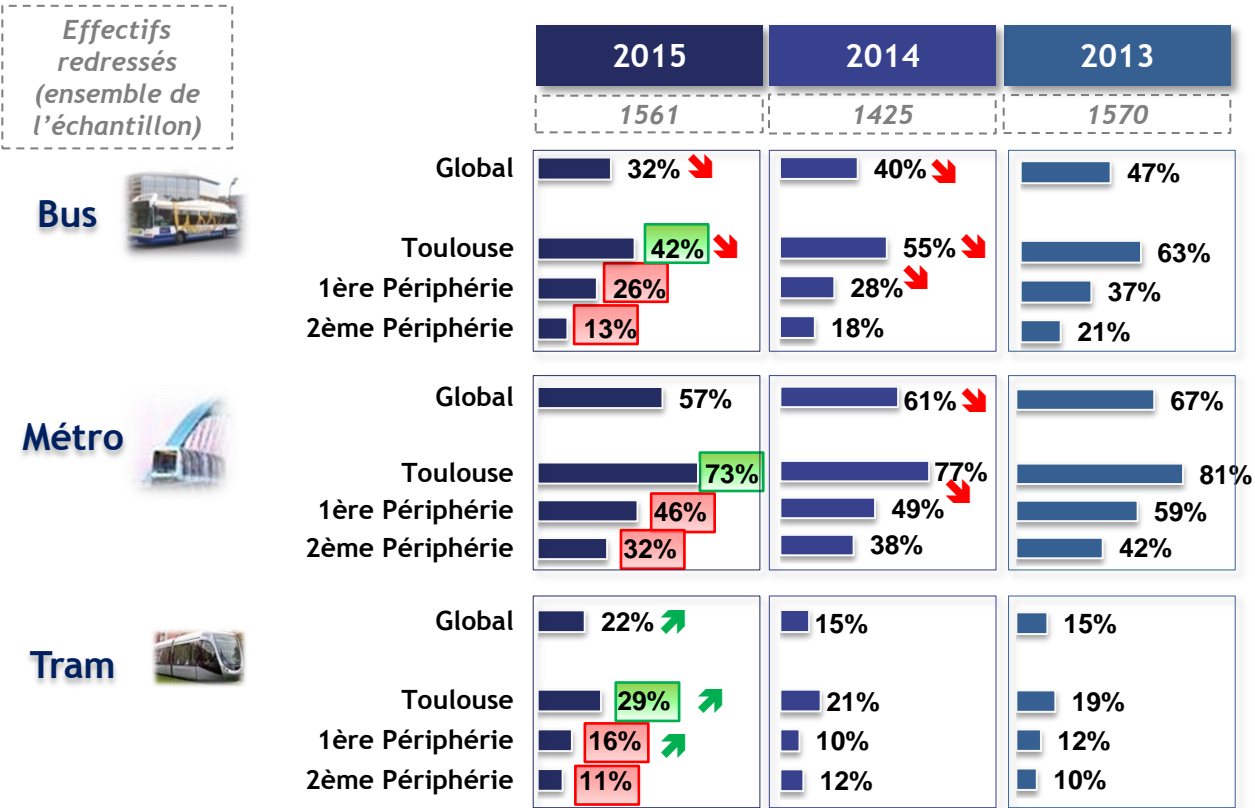
Des utilisateurs mensuels du métro et surtout du bus moins nombreux qu'en 2014, tandis que ceux du tram progressent largement

... A noter une moindre utilisation du bus et du métro surtout dans Toulouse et en 2ème périphérie, la 1ère périphérie étant moins impactée

UTILISATION MENSUELLE DES MODES BUS, METRO ET TRAM

Q14. Au cours des 4 dernières semaines, avez-vous utilisé AU MOINS UNE FOIS...

a) Un bus Tisséo Hors TAD b) Un TAD Tisséo c) Le métro Tisséo d) Le tram Tisséo



↑

Augmentation significative par rapport à l'année précédente

↓

Diminution significative par rapport à l'année précédente

↑

Significativement supérieur au global en 2015

↓

Significativement inférieur au global en 2015

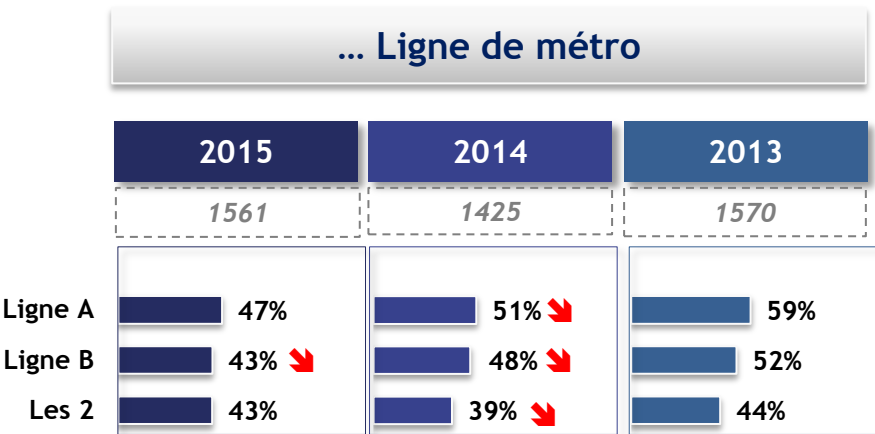
Concernant le TAD : en 2015, le recours au TAD progresse

Concernant la ligne de métro utilisée : le moindre taux d'utilisation du métro s'observe aussi bien pour la ligne A que pour la ligne B

LIGNE DE METRO UTILISEE

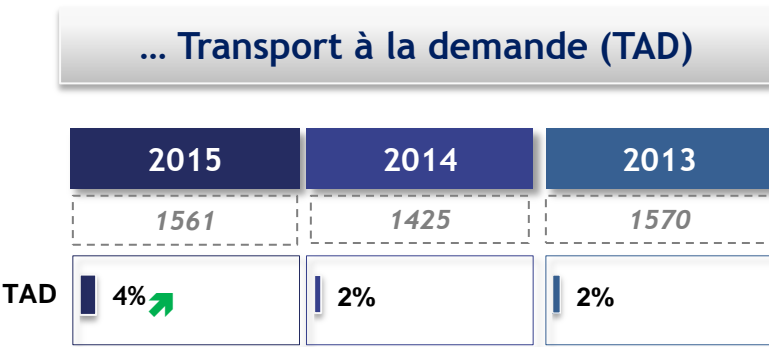
Q15. Et plus précisément, avez-vous utilisé AU COURS DES 4 DERNIERES SEMAINES...

b) La ligne A du Métro c) la ligne B du Métro



LE TAD

Q14. Au cours des 4 dernières semaines, avez-vous utilisé AU MOINS UNE FOIS... Un TAD Tisséo



↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente

↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente

Significativement supérieur au global en 2015

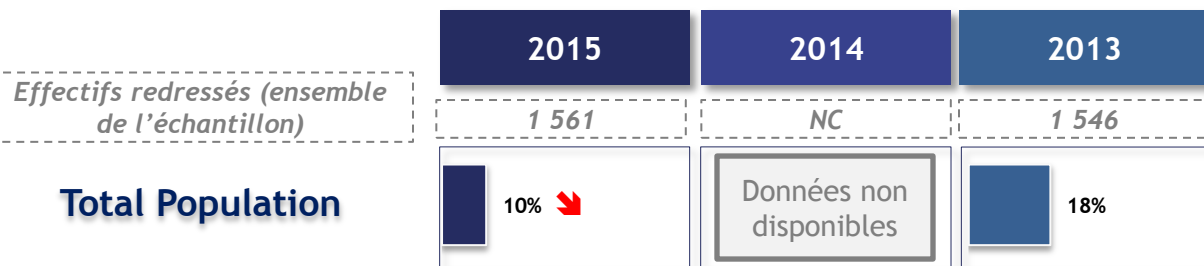
Significativement inférieur au global en 2015

En 2015, un habitant de l'agglomération sur 10 a utilisé un parc-relais au cours des 4 dernières semaines, un taux inférieur à celui observé en 2013 ...

Les utilisateurs du métro sont en proportion plus nombreux à fréquenter les parcs-relais (17% vs 13% pour les utilisateurs mensuels du bus et 11% pour ceux du tram)

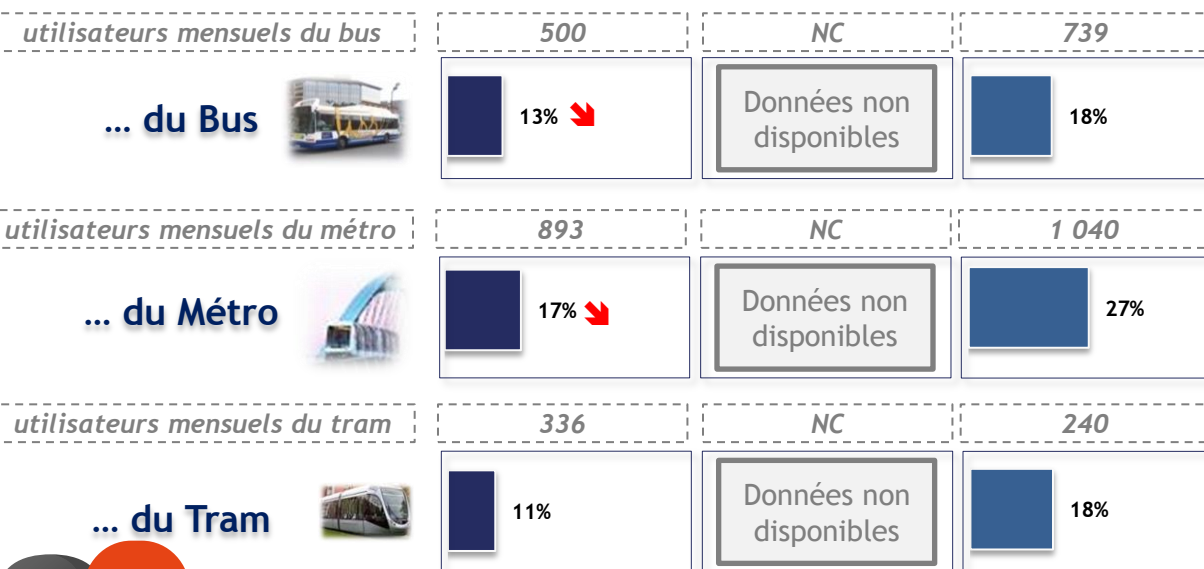
UTILISATION MENSUELLE DES PARCS RELAIS

Q42. Au cours des 4 dernières semaines, avez-vous utilisé au moins une fois un parc relais (c'est-à-dire un parking situé sur les lignes de métro, tram ou bus en site propre, et destiné aux utilisateurs des transports en commun) dans une situation où vous conduisiez vous-même la voiture ?



Remarque : cette question n'a été posée qu'aux personnes concernées, à savoir les utilisateurs de la voiture ET d'un mode Tisséo au cours des 4 dernières semaines

Et parmi les clients ...

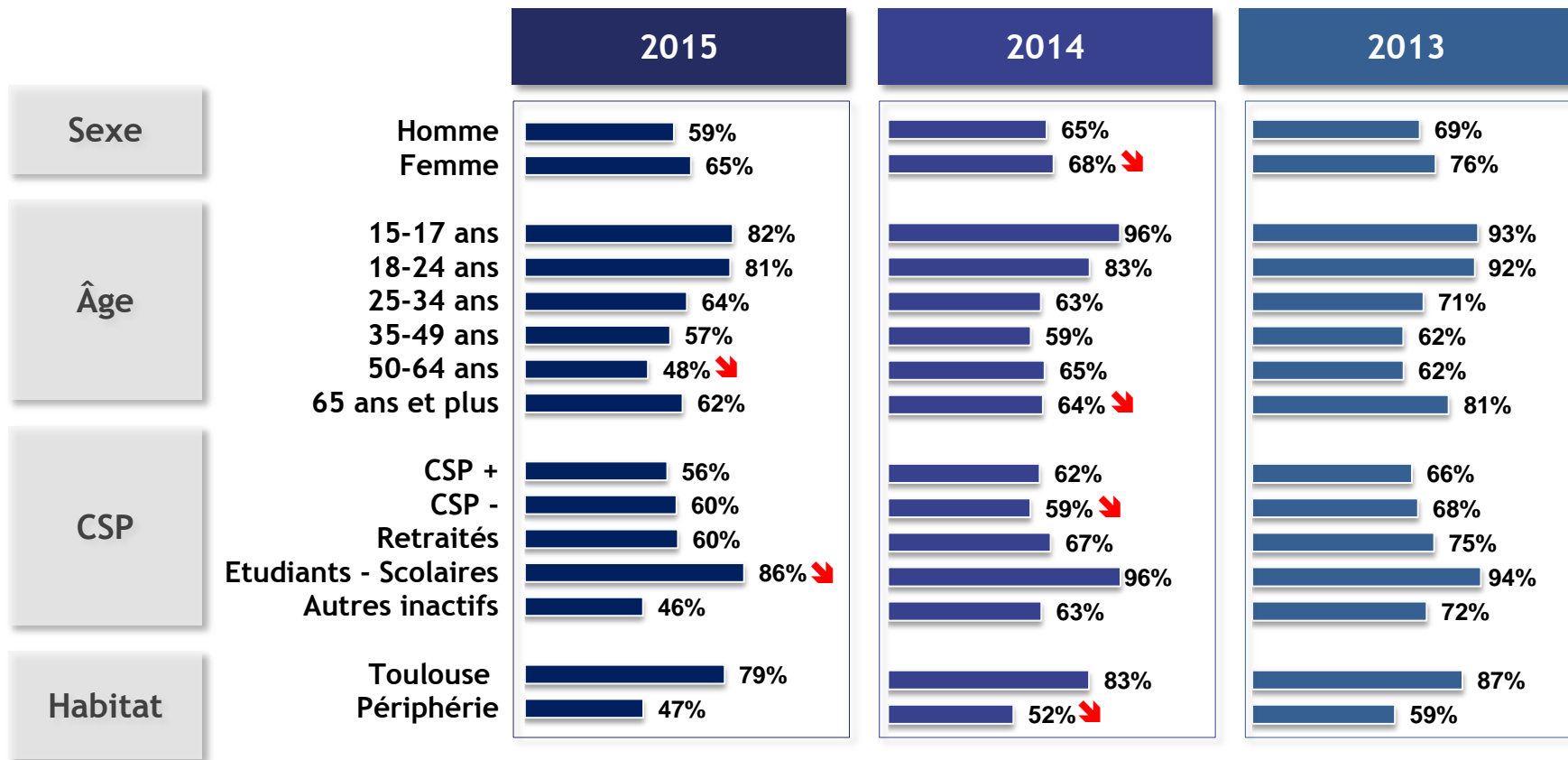




- ↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
- ↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente
- Significativement supérieur au global en 2015
- Significativement inférieur au global en 2015

Des taux de pénétration particulièrement en baisse chez les 50-64 ans

Analysée par profil, une baisse du taux de pénétration mensuel surtout marquée chez les 50-64 ans, puis les étudiants-scolaires (15-17 ans notamment), et en tendance plus chez les hommes

TAUX DE PÉNÉTRATION MENSUEL PAR PROFIL



 Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 Diminution significative par rapport à l'année précédente

Des automobilistes et cyclistes un peu moins nombreux qu'en 2014

Une légère baisse du taux d'utilisateurs mensuels de la voiture (moins toutefois qu'entre 2013 et 2014, et moins que celle des utilisateurs annuels) ... phénomène touchant aussi bien la ville que sa périphérie

... Et également du taux d'utilisateurs mensuels du vélo personnel

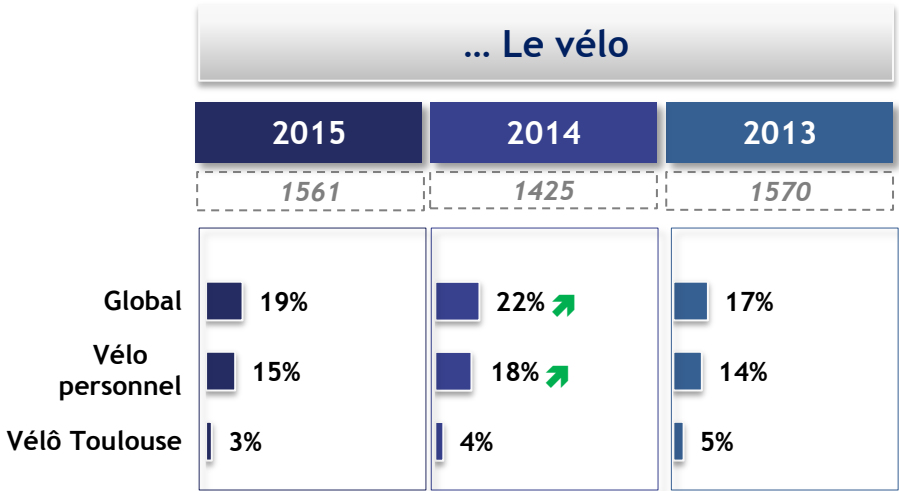
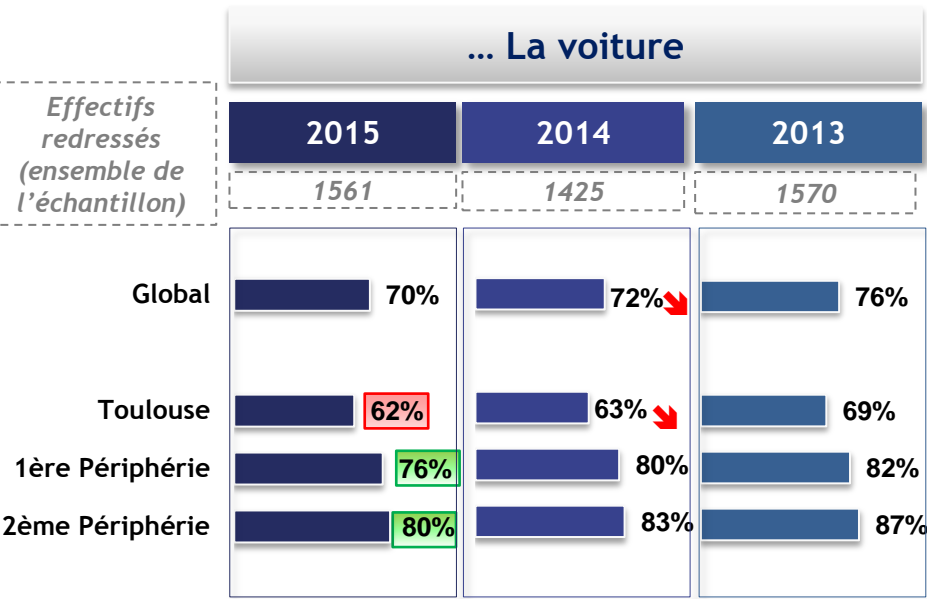
UTILISATION MENSUELLE DE LA VOITURE ET DU VELO

Q14. Au cours des 4 dernières semaines, avez-vous utilisé AU MOINS UNE FOIS...

e) Une voiture, autant que conducteur f) Un vélo pour faire un déplacement et pas seulement pour une balade

Q15. Et plus précisément, avez-vous utilisé AU COURS DES 4 DERNIERES SEMAINES ...

d) Un vélo personnel e) le service Vélô Toulouse pour faire un déplacement pas seulement pour une balade



➡ Augmentation significative par rapport à l'année précédente

➡ Diminution significative par rapport à l'année précédente

■ Significativement supérieur au global en 2015

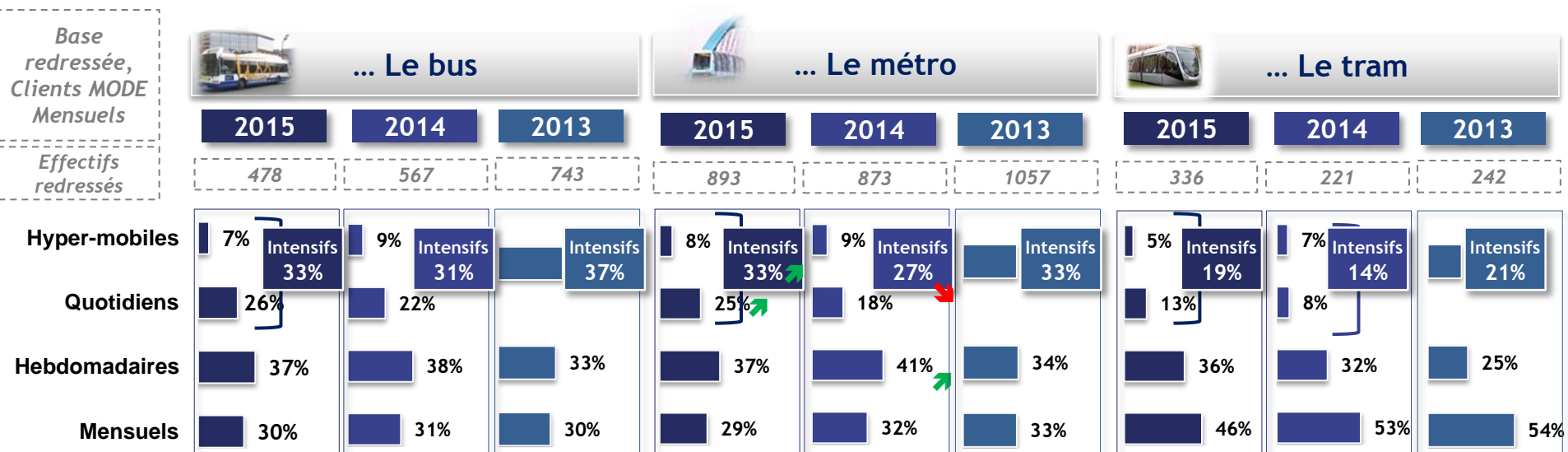
■ Significativement inférieur au global en 2015

Une clientèle mensuelle plus intensive pour le métro et le tram

Une clientèle mensuelle plus intensive qu'en 2014 pour le métro, et en tendance également pour le tram, ... mais à interpréter différemment en fonction du contexte : plutôt perte de clients non intensifs pour le métro, et plutôt gain de clients intensifs et hebdomadaires pour le tram

FREQUENCE D'UTILISATION DES TRANSPORTS EN COMMUN PAR LES CLIENTS MENSUELS

Q16. Au cours des 4 dernières semaines, à quelle fréquence avez-vous utilisé ... ?



Hyper-mobiles : Tous les jours ou presque, au moins 3 fois par jour
 Quotidiens : Tous les jours ou presque, 1 ou 2 fois par jour
 Intensifs : Tous les jours ou presque (Cumul Hyper-mobiles et Quotidiens)
 Hebdomadaires : Moins souvent, mais au moins une fois par semaine
 Mensuels : Moins d'une fois par semaine

➔ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 ➔ Diminution significative par rapport à l'année précédente

Remarque : la réponse « Tous les jours ou presque » a été découpée en 2 réponses distinctes en 2014 :

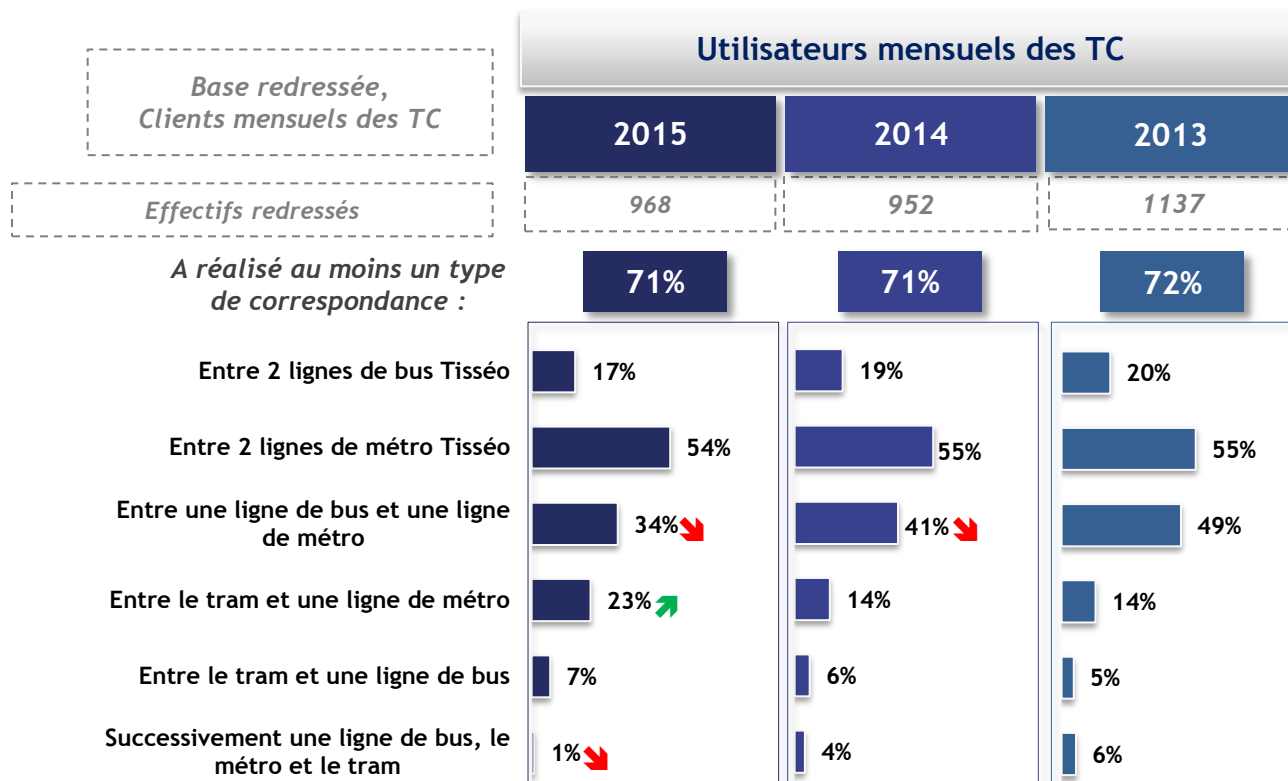
- Tous les jours ou presque, au moins 3 fois par jour
- Tous les jours ou presque, 1 ou 2 fois par jour

Pour les clients, les correspondances lignes A/B (54%) restent le type de correspondances le plus pratiqué

... La part des correspondances tram/métro (à relier à l'ouverture de la ligne T2), augmente aux dépens de celles entre bus et métro (déjà en recul en 2014)

PRATIQUES DES CORRESPONDANCES

Q17. Au cours des 4 dernières semaines, avez-vous, au cours d'un même trajet, réalisé un changement entre...



↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente

Des clients mensuels du tram mais aussi du bus plus nombreux à réaliser des correspondances (resp. 94% et 84% d'entre eux) que ceux du métro (75%)

A noter que 2 utilisateurs du tram sur 3 réalisent des correspondances tram /métro, ce type de correspondance s'étant développé en 2015 pour l'ensemble des utilisateurs

PRATIQUES DES CORRESPONDANCES

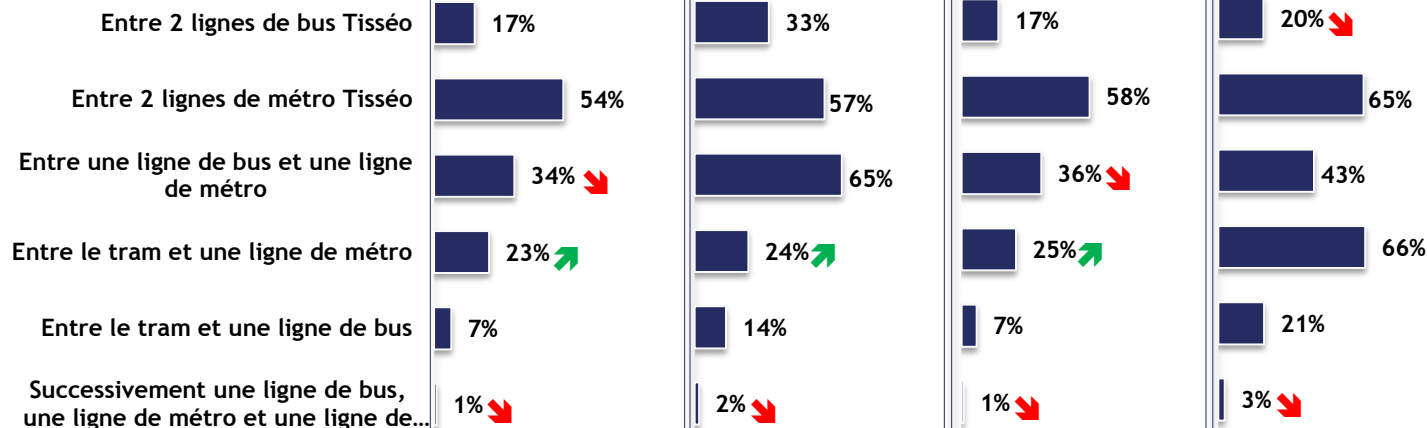
Q17. Au cours des 4 dernières semaines, avez-vous, au cours d'un même trajet, réalisé un changement entre...

2015

Base redressée,
Clients mensuels des TC

Effectifs redressés

A réalisé au moins un type
de correspondance :







↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente

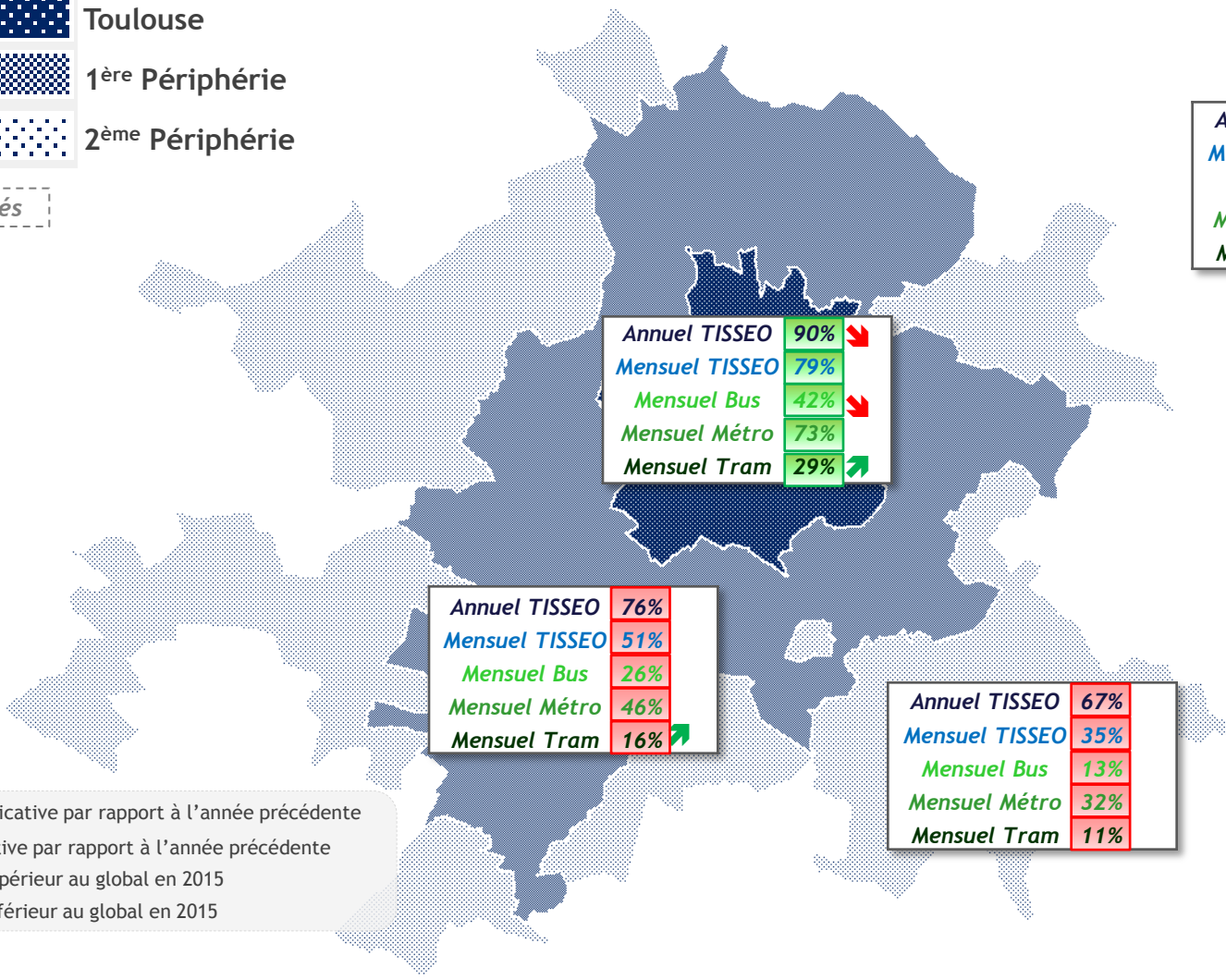
De bons taux de pénétration, à Toulouse comme en périphérie




RÉSUMÉ : TAUX D'UTILISATION 2015


755		Toulouse
596		1ère Périphérie
211		2ème Périphérie
Effectifs redressés		

Au global :





Annuel TISSEO	82%	
Mensuel TISSEO	62%	
Mensuel Bus	32%	
Mensuel Métro	57%	
Mensuel Tram	22%	



Annuel TISSEO	90%	
Mensuel TISSEO	79%	
Mensuel Bus	42%	
Mensuel Métro	73%	
Mensuel Tram	29%	

Annuel TISSEO	76%	
Mensuel TISSEO	51%	
Mensuel Bus	26%	
Mensuel Métro	46%	
Mensuel Tram	16%	

Annuel TISSEO	67%	
Mensuel TISSEO	35%	
Mensuel Bus	13%	
Mensuel Métro	32%	
Mensuel Tram	11%	

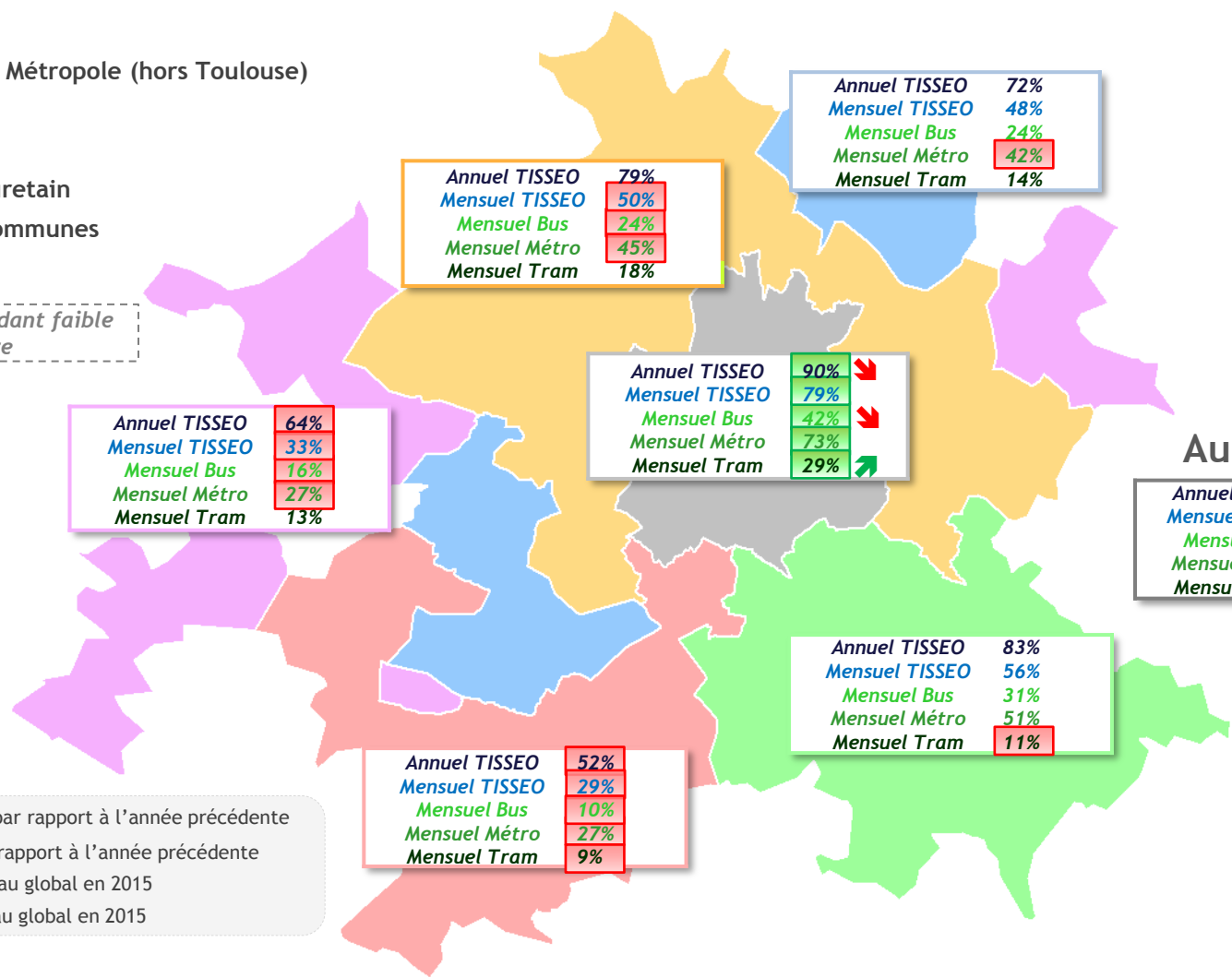
-  Augmentation significative par rapport à l'année précédente
-  Diminution significative par rapport à l'année précédente
-  Significativement supérieur au global en 2015
-  Significativement inférieur au global en 2015

Des taux de pénétration plus faibles au sud et à l'ouest

RESUME : TAUX D'UTILISATION 2015

755	Toulouse
436	Toulouse Métropole (hors Toulouse)
121	Sicoval
89	SITPTR
132	CA du Muretain
28(*)	Autres communes
Effectifs redressés	

(*) Attention : Base répondant faible pour ce territoire



Au global :

Annuel TISSEO	82%	↗
Mensuel TISSEO	62%	↘
Mensuel Bus	32%	↘
Mensuel Métro	57%	↘
Mensuel Tram	22%	↗

↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 ↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente
 Signifiquement supérieur au global en 2015
 Signifiquement inférieur au global en 2015

68% des non clients mensuels sont des actifs et 73% habitent en périphérie

Un profil de clientèle équilibré, représentant hommes et femmes, toutes les catégories d'âge et de CSP, mais bien sûr plus largement les habitants de Toulouse que de la périphérie

Des non clients représentant particulièrement les CSP + , les 50-64 ans et les habitants de périphérie

PROFIL DES CLIENTS MENSUELS

Significativement supérieur au global en 2015
Significativement inférieur au global en 2015

Base redressée,
Ensemble de l'échantillon

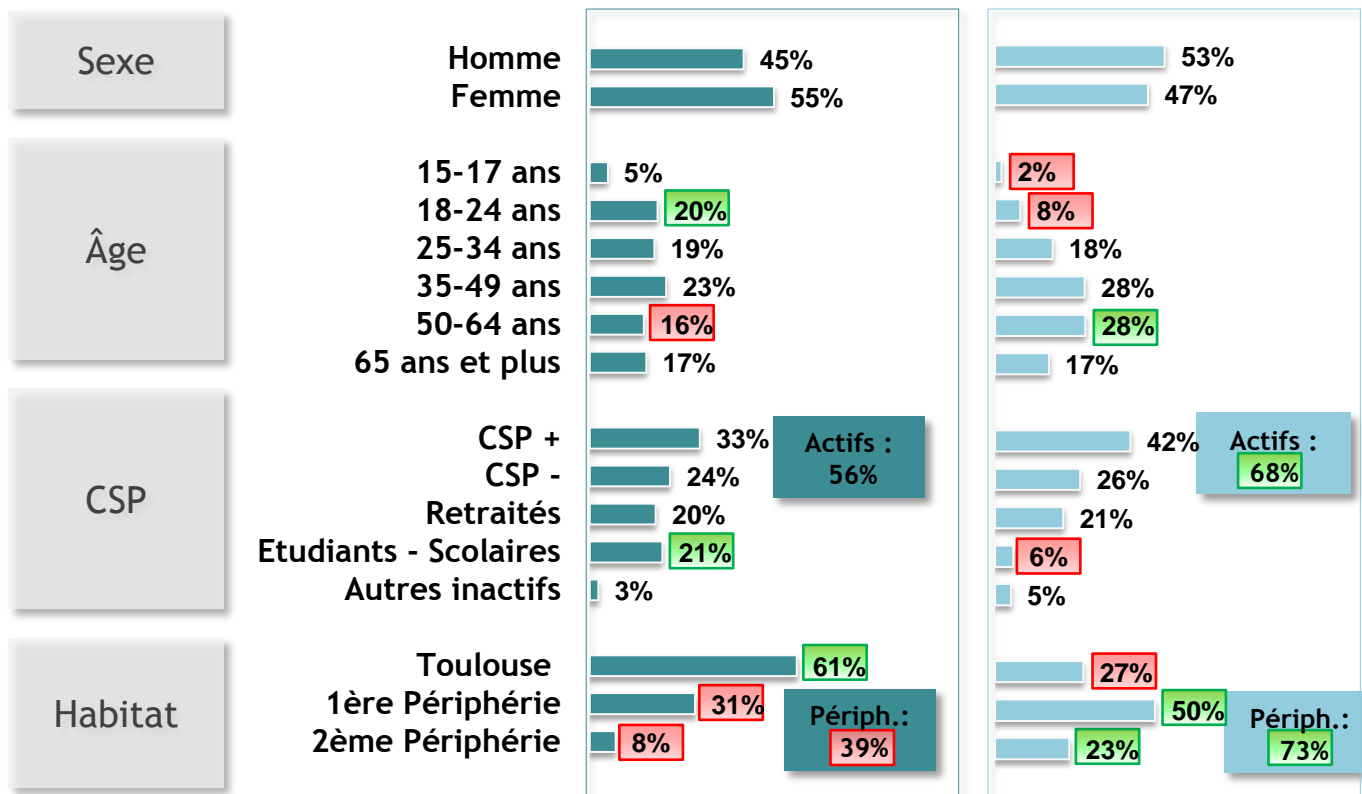
Effectifs redressés

Clients (100%)

968

Non clients (100%)

593



Des jeunes
très
utilisateurs
des TC et de
tous les modes

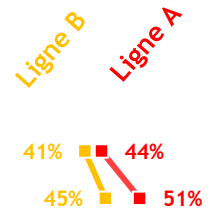
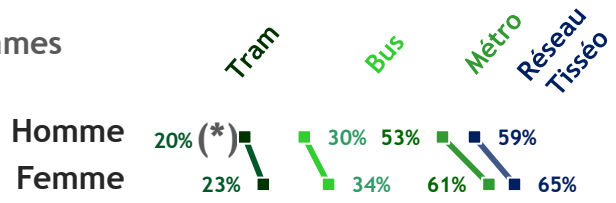
Des 15-24 ans et des étudiants-scolaires constituant les catégories les plus utilisatrices des transports en commun, et des 25-64 ans et actifs constituant les catégories qui le sont le moins

Le bus est le mode le plus différenciant : très utilisé par les jeunes et à Toulouse, il l'est beaucoup moins par les actifs et en périphérie

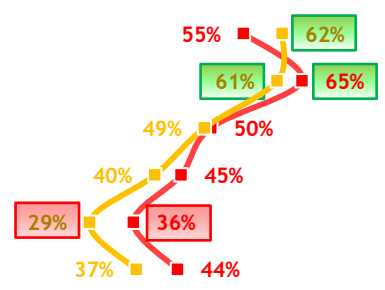
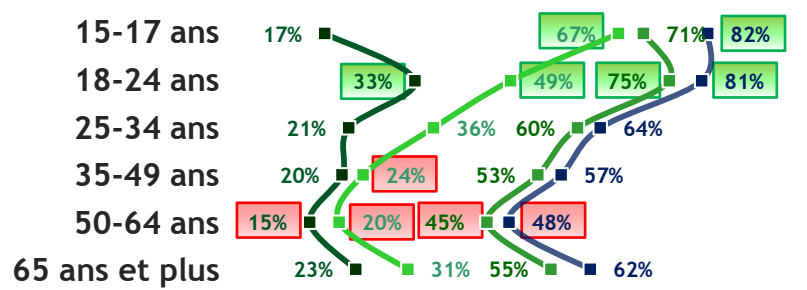
TAUX D'UTILISATION MENSUELS PAR PROFIL

(*) Aide à la lecture : 20% des hommes utilisent mensuellement le tram

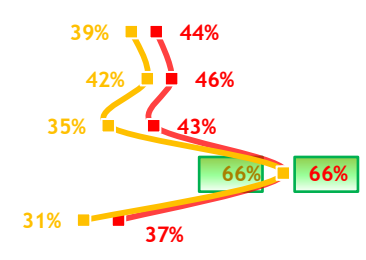
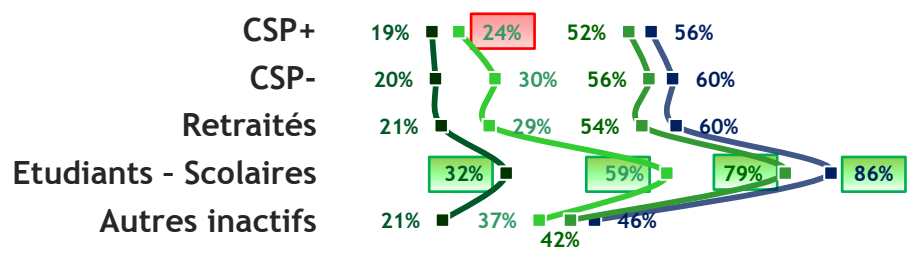
Sexe



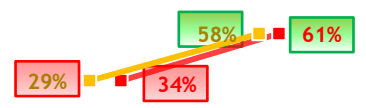
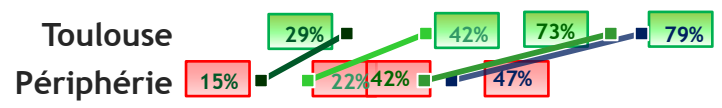
Âge



CSP



Habitat

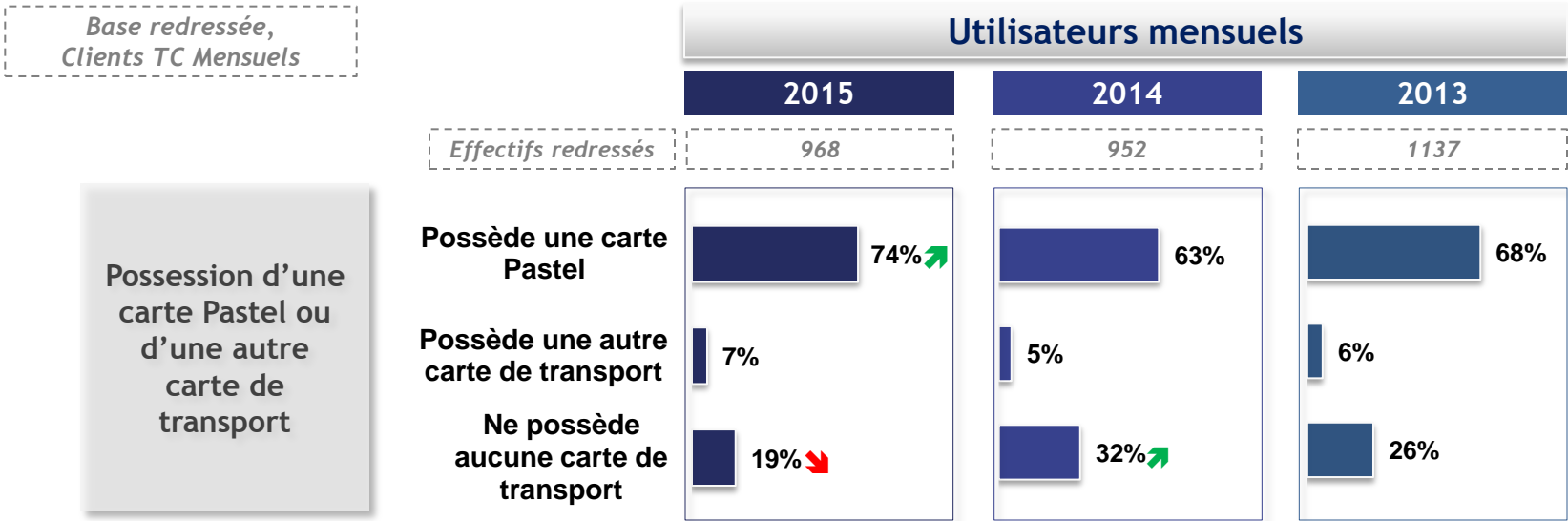


Par rapport à 2014, progression des possesseurs de la carte Pastel

3 clients mensuels sur 4 sont des possesseurs de la carte Pastel, un taux supérieur à celui de 2014

POSSESSION DE LA CARTE PASTEL PAR LES CLIENTS MENSUELS

Q44. Etes-vous titulaire d'une carte de transport Pastel à votre nom ?



↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente

Moins de possesseurs de la carte pastel dans le sud-ouest

POSSESSION DE LA CARTE PASTEL

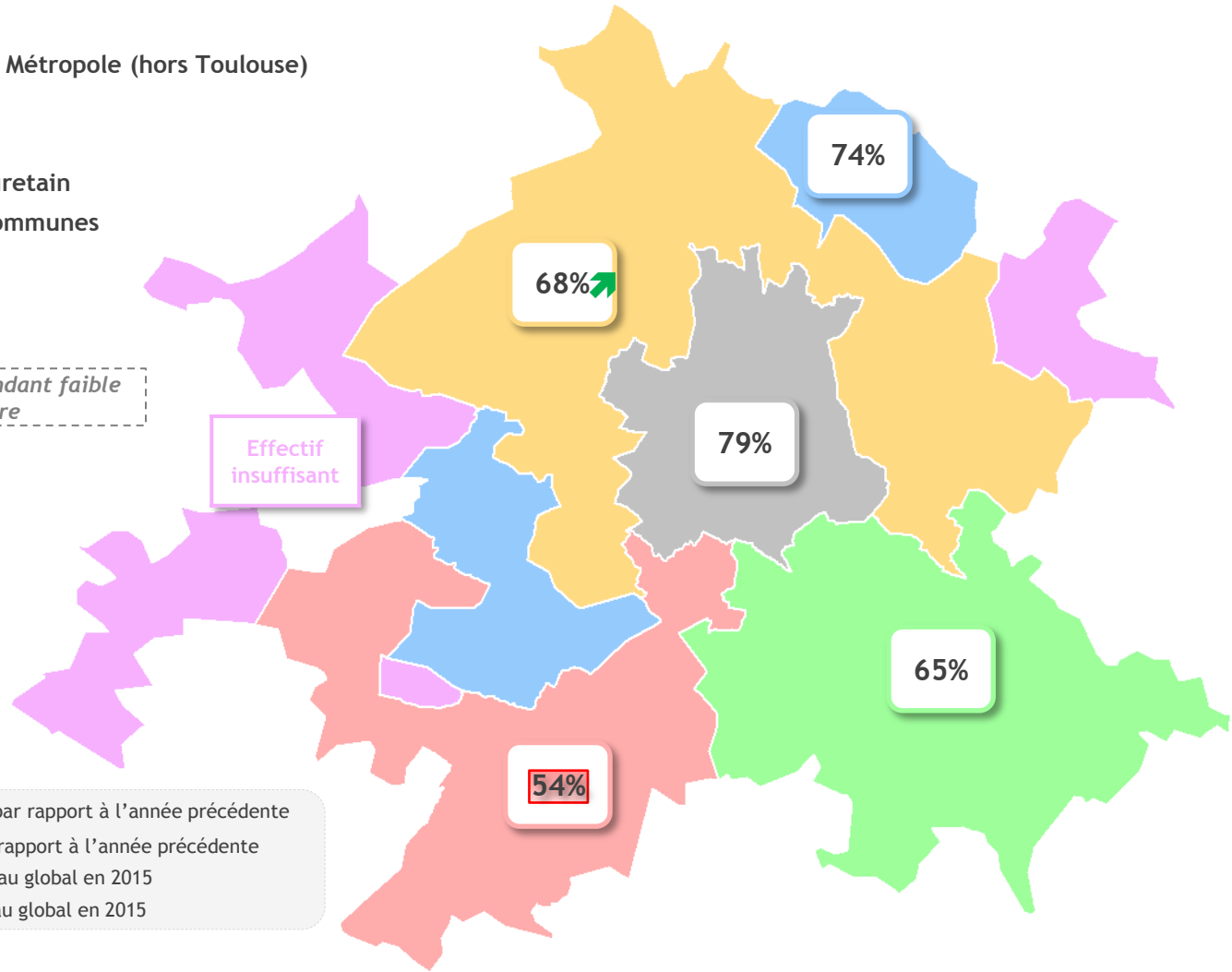
593	Toulouse
218	Toulouse Métropole (hors Toulouse)
68	Sicoval
43	SITPTR
38	CA du Muretain
9(*)	Autres communes

Effectifs redressés - Utilisateurs mensuels TISSEO

(*) Attention : Base répondant faible pour ce territoire

Au global :

74%



- Augmentation significative par rapport à l'année précédente
- Diminution significative par rapport à l'année précédente
- Significativement supérieur au global en 2015
- Significativement inférieur au global en 2015

Une répartition tickets / abonnements / titres gratuits qui évolue légèrement en 2015 avec une diminution de la part des tickets au profit de titres gratuits

... et en particulier une diminution de la part du ticket 10 déplacements

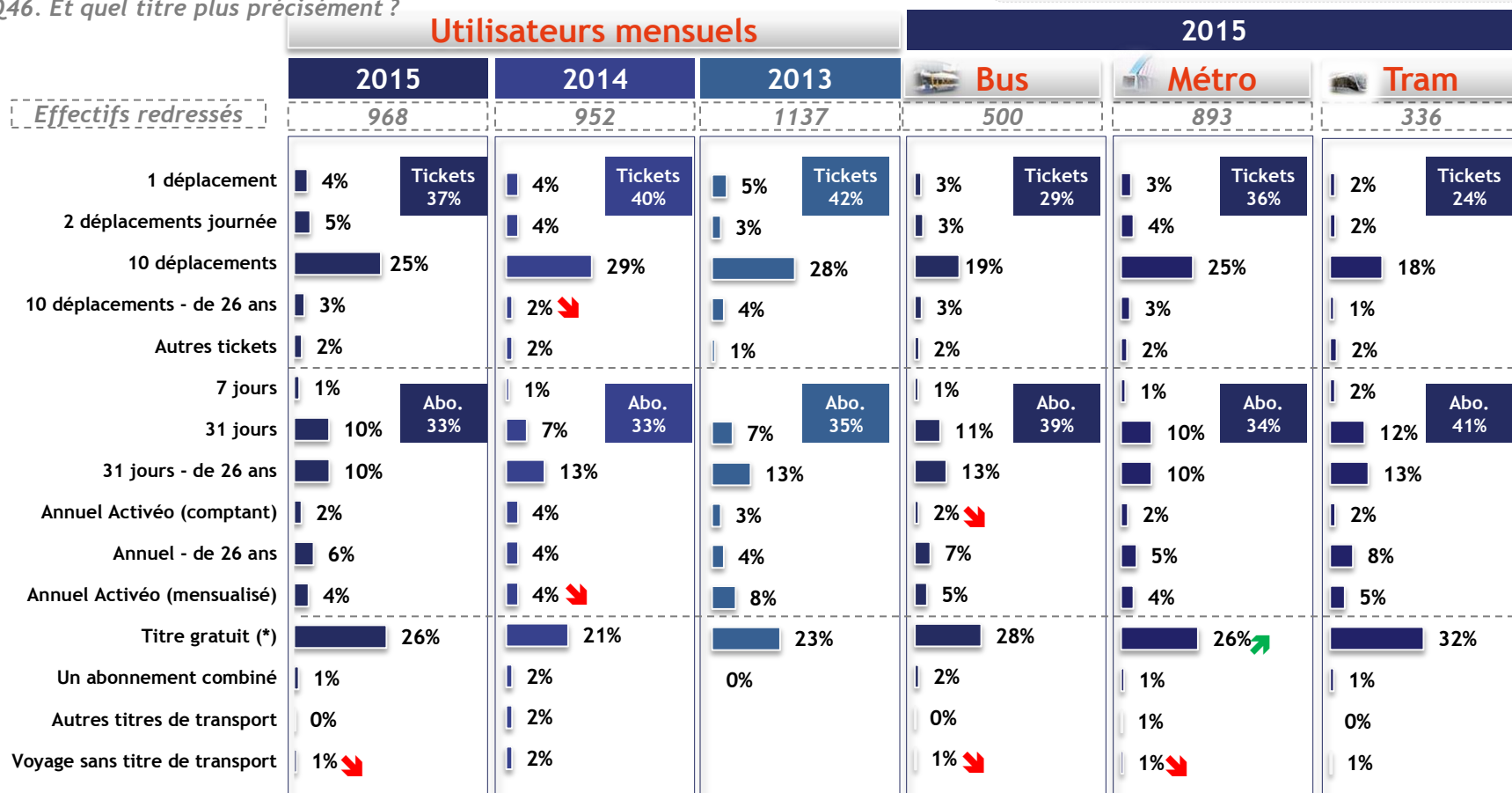
TITRE DE TRANSPORT UTILISE LE PLUS SOUVENT

Q45. Quel type de transport utilisez-vous généralement pour vos déplacements ?

Q46. Et quel titre plus précisément ?

➔ Augmentation significative par rapport à l'année précédente

➔ Diminution significative par rapport à l'année précédente



(*) 65 ans ou plus, invalide 80% et plus, demandeurs d'emploi, allocataires RSA, scolaires, ...

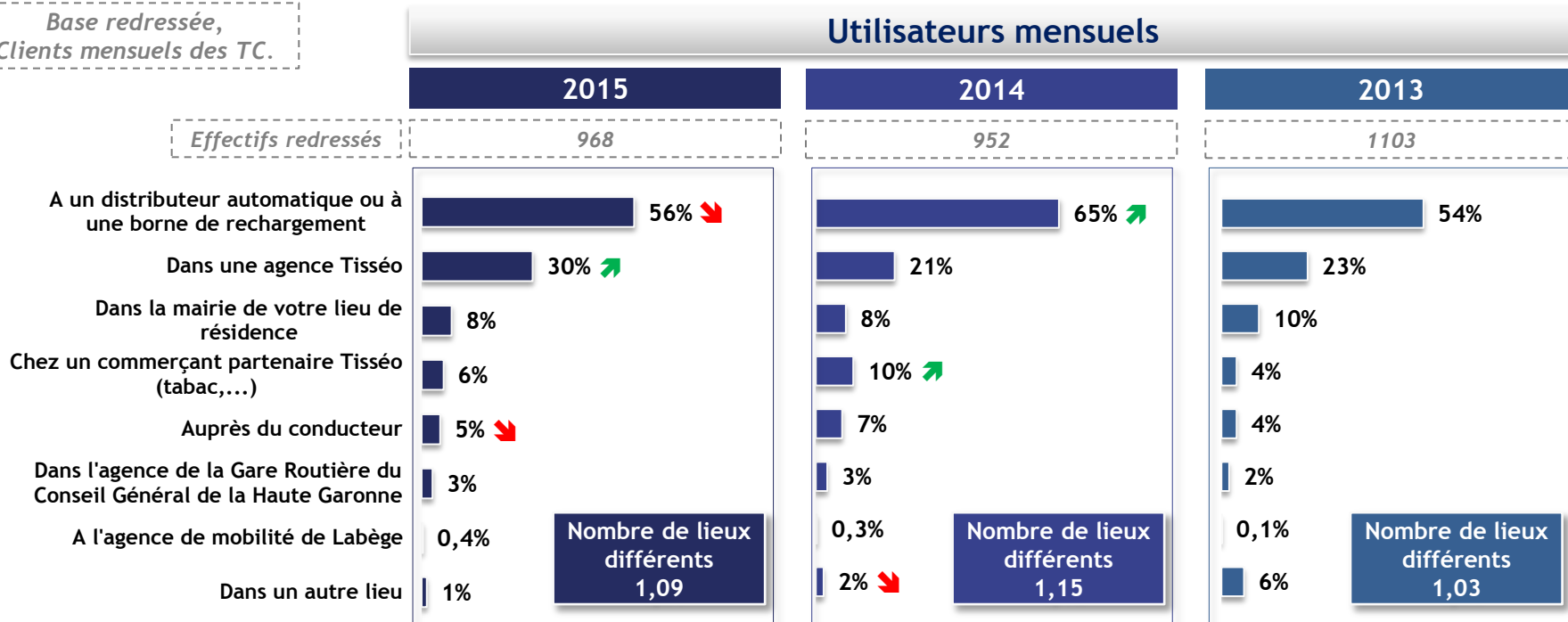
Le 1^{er} canal d'achat / rechargement du titre de transport reste les distributeurs automatiques (mode privilégié par 56% des clients mensuels), mais avec un poids en baisse par rapport à 2014, au bénéfice des agences Tisséo (30%)

LIEUX D'ACHAT DES TITRES DE TRANSPORT

Q48. Où avez-vous l'habitude d'acheter ou de recharger votre titre de transport ?

↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente

Base redressée,
Clients mensuels des TC.



Profils fréquentant le plus en 2015 ...

- ... les distributeurs automatiques : Pour l'achat de titres 10 déplacements (88%), par les 18-24 ans (68%), les CSP+ (68%), les étudiants/scolaires (66%) et les 35-49 ans (65%)
- ... les agences Tisséo : Pour les titres gratuits (45%) et les abonnements (41%), par les autres inactifs (45%)
- ... les mairies : Pour les titres gratuits (28%), par les retraités (37%) et 65 ans et plus (42%)
- ... les achats auprès du conducteur : Pour l'achat de titres unitaires (36%)

Evolution de la fréquentation des canaux par profil

- Les distributeurs automatiques : les femmes (52% vs 63%), les CSP+ (68% vs 80%) et les CSP- (60% vs 73%)
- Les agences Tisséo : les femmes (33% vs 20%), les 25-34 ans (34% vs 18%), les CSP- (35% vs 21%), utilisateurs des abonnements (41% vs 27%) et des titres unitaires (12% vs 2%)
- Auprès du conducteur : utilisateurs Titres 10 déplacements (1% vs 5%)

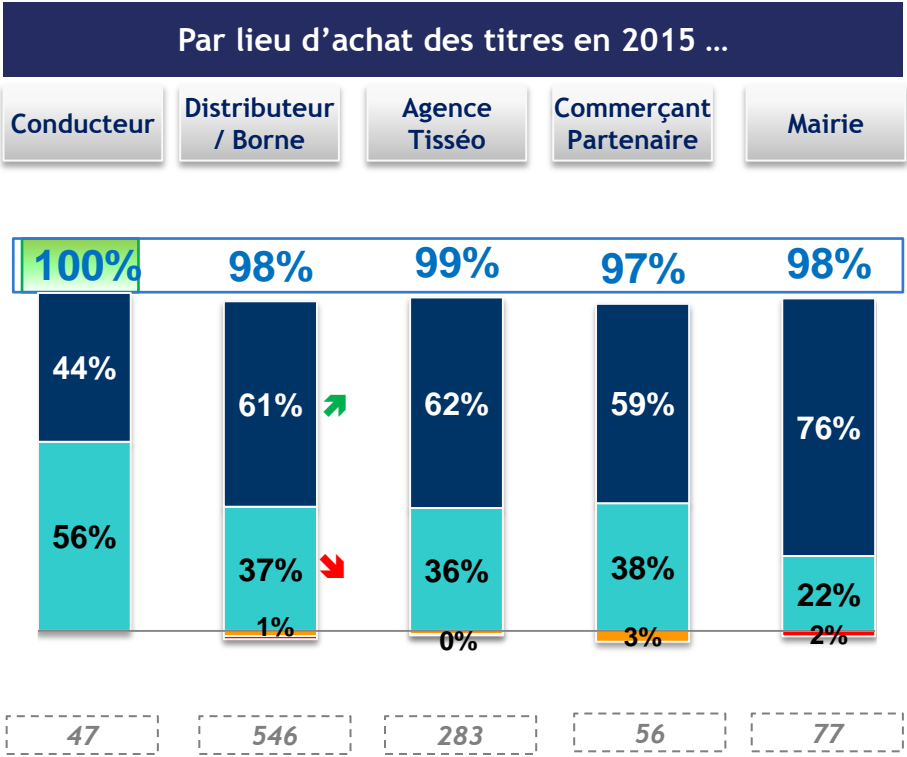
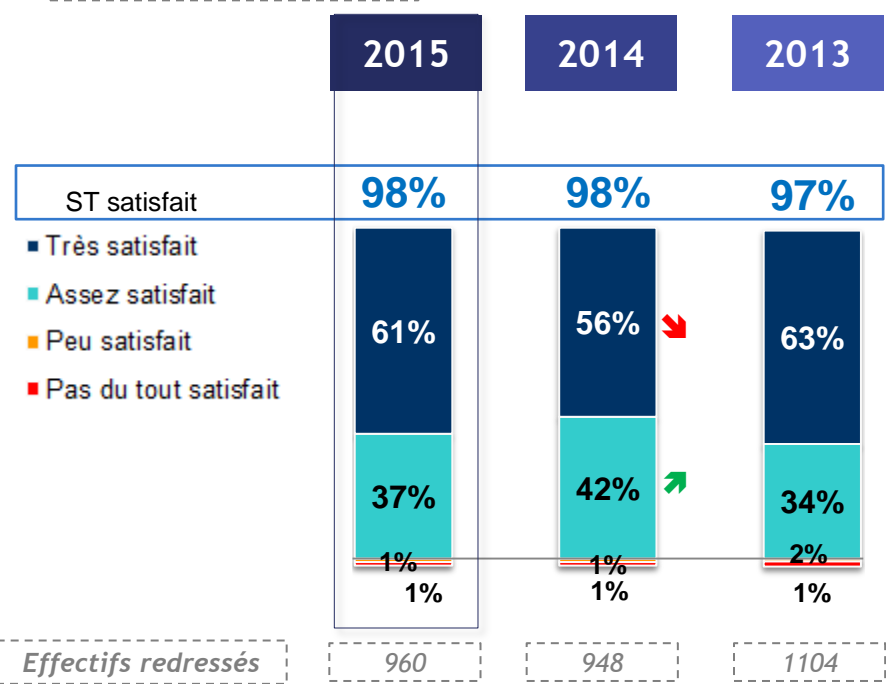
Une part de satisfaits de l'achat du titre s'établissant à un niveau très élevé (98%), stable par rapport aux années précédentes,

A noter une part de très satisfaits particulièrement élevée en cas d'achat ou de rechargement en mairie (76%) (lieu associé notamment à la distribution de certains titres gratuits)

SATISFACTION PAR CANAL D'ACHAT DU TITRE DE TRANSPORT

Q49. Etes-vous globalement satisfait du déroulement de vos achats ou de vos rechargements ?

Base redressée,
Clients mensuels des TC.



➡ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
➡ Diminution significative par rapport à l'année précédente
■ Significativement supérieur au global en 2015
■ Significativement inférieur au global en 2015



Bva

2 - Image du service et de l'entreprise

Une image des conditions de déplacement dans l'agglomération qui s'améliore encore

Une image générale des conditions de déplacement dans l'agglomération qui continue à s'améliorer par rapport à 2013, mais surtout pour les habitants de Toulouse et de la 1^{ère} périphérie, l'écart se creusant avec ceux de la 2^{ème} périphérie

IMAGE DES CONDITIONS DE DEPLACEMENT A TOULOUSE

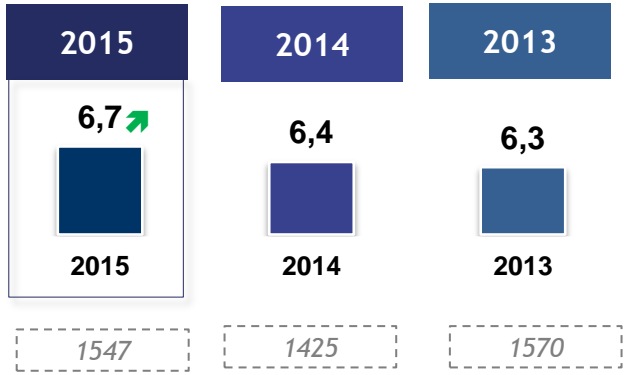
Q20. Quelle image avez-vous des conditions de déplacement dans Toulouse et son agglomération, tous modes de transport confondus ?

Base redressée, Ensemble de l'échantillon.

Note d'image des conditions de déplacements

Les évolutions par profil 2014 - 2015 :

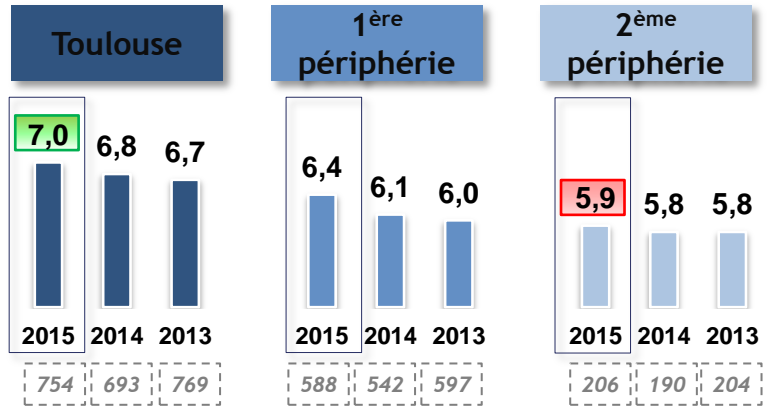
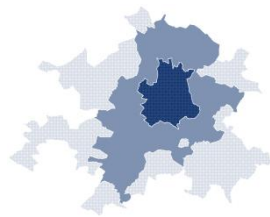
Util. Tram mensuel (7,4 vs 7); Réalisant des correspondances (7,2 vs 6,9); Util. Métro mensuel (7,1 vs 6,7); Client mensuel (7,1 vs 6,7); Employés-Ouvriers (7 vs 6,5); 25-34 ans (6,9 vs 6,2)



Les plus positifs en 2015 :
15-17 ans (7,8), Etudiants/Scolaires (7,4), 18-24 ans (7,2), Employés-Ouvriers (7,0), Utilisateurs mensuels (7,1)

Les moins positifs en 2015 :
CSP+ (6,0), Non usagers mensuels (5,9), 35-49 ans (6,1), 50-64 ans (6,1)

... Par territoire :



Augmentation significative par rapport à l'année précédente
Diminution significative par rapport à l'année précédente
Significativement supérieur au global en 2015
Significativement inférieur au global en 2015

Une perception des transports en commun toujours plus positive que celle de la voiture ou du vélo, ... qui s'améliore par rapport à 2014, ... mais bien moins que celle de la voiture ...

IMAGE DES MODES DE TRANSPORT

Q21. Quelle image avez-vous des modes de transport suivants pour vous déplacer dans Toulouse et son agglomération ?

Base redressée,
Ensemble de l'échantillon

Les évolutions par profil
2014 - 2015 :

La voiture

Etudiants - Scolaires (6,6 vs 6); 18-24 ans (6,3 vs 5,5); Employés-Ouvriers (6,1 vs 5,3); 25-34 ans (6,1 vs 4,9); Non client mensuel (6 vs 5,1); Femme (5,9 vs 5,1); 1ère Périphérie (5,8 vs 5); 2ème Périphérie (5,6 vs 5); Toulouse (5,5 vs 5,1); Util. Bus mensuel (5,5 vs 5); Client mensuel (5,5 vs 5); Util. Métro mensuel (5,4 vs 4,9); Réalisant des correspondances (5,4 vs 5); Homme (5,4 vs 4,9); 50-64 ans (5,3 vs 4,6); CSP+ (5,2 vs 4,6)

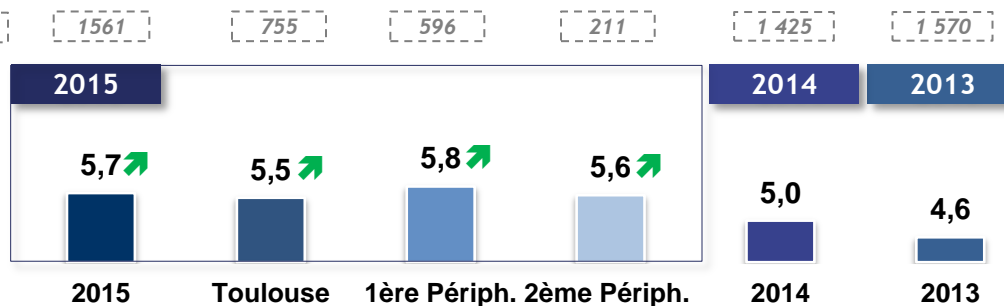
Les transports en commun

Util. Tram mensuel (7,7 vs 7,2); 65 ans et plus (7,5 vs 7,1); Réalisant des correspondances (7,5 vs 7,2); Util. Métro mensuel (7,4 vs 7); Client mensuel (7,4 vs 7); Toulouse (7,3 vs 7,1); Employés-Ouvriers (7,2 vs 6,8); Femme (7,2 vs 6,7); 25-34 ans (7 vs 6,5)

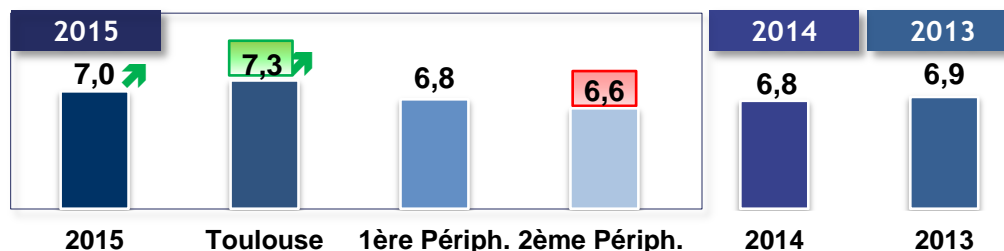
Le vélo

Aucun

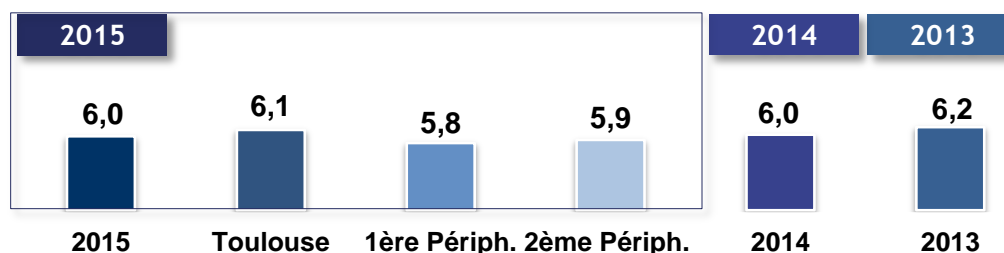
La voiture



Les transports en commun



Le vélo



Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 Diminution significative par rapport à l'année précédente
 Significativement supérieur au global en 2015
 Significativement inférieur au global en 2015

Une image des transports en commun qui progresse par rapport à 2014
... atteignant pour Toulouse et la 1^{ère} périphérie son niveau le plus élevé depuis 2013

IMAGE DES TRANSPORTS EN COMMUN

Q21. Quelle image avez-vous des modes de transport suivants pour vous déplacer dans Toulouse et son agglomération ?
b) Les transports en commun

Base redressée,
Ensemble de l'échantillon.

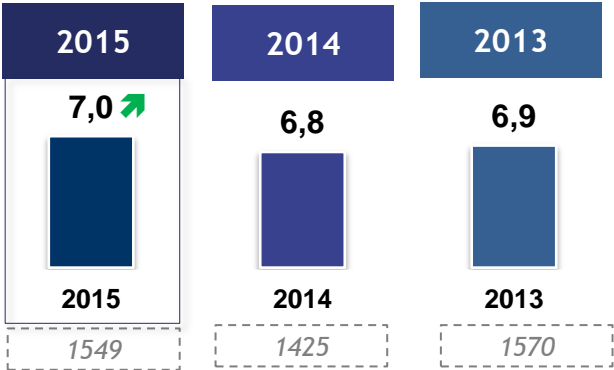
Note d'image des transports en commun

Les évolutions par profil
2014 - 2015 :

Les transports en commun

Util. Tram mensuel (7,7 vs 7,2); 65 ans et plus (7,5 vs 7,1); Réalisant des correspondances (7,5 vs 7,2); Util. Métro mensuel (7,4 vs 7); Client mensuel (7,4 vs 7); Toulouse (7,3 vs 7,1); Employés-Ouvriers (7,2 vs 6,8); Femme (7,2 vs 6,7); 25-34 ans (7 vs 6,5)

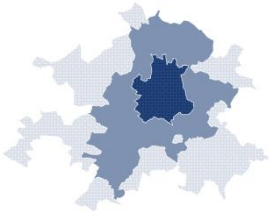
Effectifs redressés



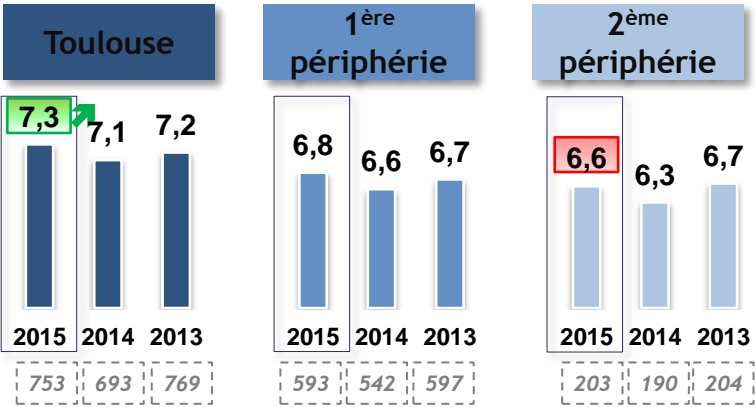
Les plus positifs en 2015:
15-17 ans (7,8), Etudiants/Scolaires (7,6), 18-24 ans (7,5), 65 ans et plus (7,5), Retraités (7,4), Utilisateurs mensuels (7,4)

Les moins positifs en 2015 :
CSP+ (6,5), Non usagers mensuels (6,4), 35-49 ans (6,6)

... Par territoire :



Effectifs redressés



Augmentation significative par rapport à l'année précédente
Diminution significative par rapport à l'année précédente
Significativement supérieur au global en 2015
Significativement inférieur au global en 2015

*Base redressée,
Ensemble de l'échantillon.*

1 570

6.8

7.7

6.9

tisséo

BILAN IMAGE 2015 PAR GRANDE ZONE

755		Toulouse
596		1ère Périphérie
211		2ème Périphérie

Effectifs redressés

Au global :

Image TC	7,0 ↗
Image TISSEO	7,2
Image Métro	7,6
Image Bus	6,8
Image Tram	7,0 ↗

Image TC	7,3 ↗
Image TISSEO	7,3
Image Métro	7,8
Image Bus	7,1
Image Tram	7,0 ↗

Image TC	6,8
Image TISSEO	7,1
Image Métro	7,4
Image Bus	6,7
Image Tram	6,9 ↗

Image TC	6,6
Image TISSEO	7,0
Image Métro	7,4
Image Bus	6,4
Image Tram	6,9

- ↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
- ↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente
- Significativement supérieur au global en 2015
- Significativement inférieur au global en 2015

Une image dégradée des TC au sud et à l'ouest (malgré un tram mieux perçu)

BILAN IMAGE 2015 PAR TERRITOIRE

753	Toulouse
434	Toulouse Métropole (hors Toulouse)
119	Sicoval
89	SITPTR
128	CA du Muretain
25(*)	Autres communes

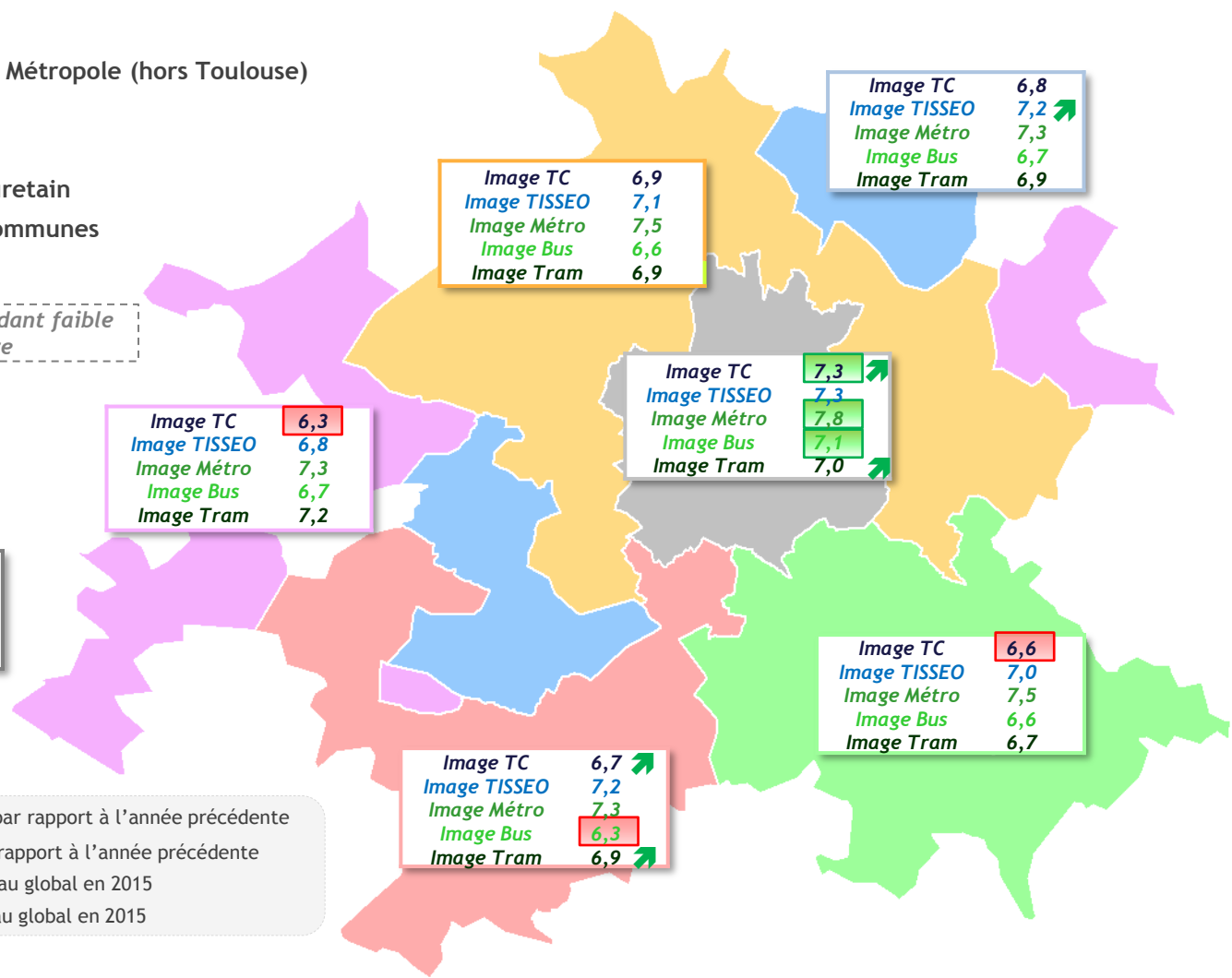
Effectifs redressés

(*) Attention : Base répondant faible pour ce territoire

Au global :

Image TC	7,0	↗
Image TISSEO	7,2	
Image Métro	7,6	
Image Bus	6,8	
Image Tram	7,0	↗

- ↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
- ↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente
- Significativement supérieur au global en 2015
- Significativement inférieur au global en 2015



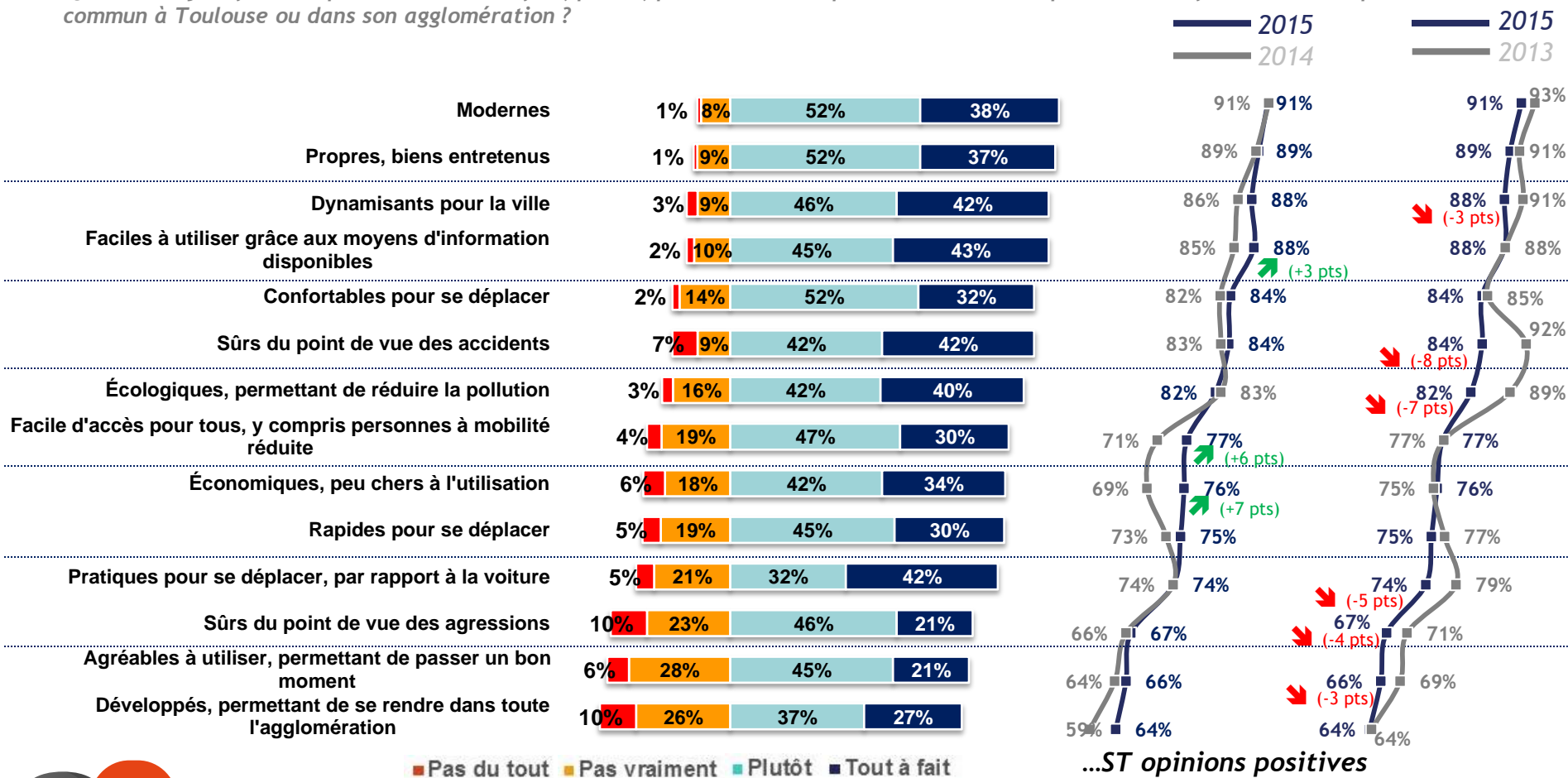
Par rapport à 2014, une perception plus favorable de la facilité d'accès pour tous (+6 points), de l'aspect économique (+7 points) et de la disponibilité des moyens d'information (+3 points)

Les aspects les moins bien perçus restant l'agrément d'utilisation et la desserte du réseau

A noter également plusieurs scores jugés moins favorablement qu'en 2013

IMAGE DETAILLEE DES TRANSPORTS EN COMMUN

Q24. Ces adjectifs correspondent-ils tout à fait, plutôt, pas vraiment ou pas du tout à l'idée que vous vous faites des transports en commun à Toulouse ou dans son agglomération ?



Des améliorations de la perception des critères d'image touchant différents profils ... mais, de façon plus récurrente, les femmes

IMAGE DETAILLEE DES TRANSPORTS EN COMMUN : Evolution par profil

Q24. Ces adjectifs correspondent-ils tout à fait, plutôt, pas vraiment ou pas du tout à l'idée que vous vous faites des transports en commun à Toulouse ou dans son agglomération ?

	Score 2015	Evolution 2014/2015	Les évolutions positives par profil entre 2014 et 2015	Les évolutions négatives par profil entre 2014 et 2015
Modernes	91%	=	-	-
Propres, biens entretenus	89%	=	-	-
Dynamisants pour la ville	88%	+2 points	Réalisant des correspondances (92% vs 88%); Femme (89% vs 84%)	-
Faciles à utiliser grâce aux moyens d'information disponibles	88%	+3 points	Etudiants - Scolaires (96% vs 88%); Util. Bus mensuel (93% vs 88%); Femme (89% vs 84%); Util. TISSEO Exceptionnels (88% vs 79%)	-
Confortables pour se déplacer	84%	+2 points	Util. Titres Autres (94% vs 76%); Util. TISSEO Intensifs (91% vs 84%); Réalisant des correspondances (91% vs 85%); Util. Métro mensuel (90% vs 84%); Client mensuel (90% vs 84%); Util. Bus mensuel (89% vs 82%); Femme (86% vs 81%); Titres gratuits (91% vs 80%);	-
Sûrs du point de vue des accidents	84%	+1 point	Util. Titres Autres (89% vs 63%)	18-24 ans (82% vs 91%)
Écologiques, permettant de réduire la pollution	82%	-1 point	-	Util TISSEO Hebdomadaires (81% vs 88%)
Facile d'accès pour tous, y compris personnes à mobilité réduite	77%	+6 points	65 ans et plus (79% vs 63%); Util. Métro mensuel (79% vs 73%); Client mensuel (79% vs 74%); Retraités (77% vs 63%); Femme (73% vs 65%), Util. Voiture mensuel (75% vs 70%)	-

Remarque : Util. Titres Autres = utilisateurs de titres autres qu'abonnements, titres unitaires, gratuits ou 10 déplacements

Des améliorations de la perception des critères d'image touchant différents profils ...
 ... Celle de l'aspect économique est la plus généralisée alors que celle concernant la desserte de l'agglomération est portée par les 25-34 ans, les femmes et les CSP+

IMAGE DETAILLEE DES TRANSPORTS EN COMMUN : Evolution par profil

Q24. Ces adjectifs correspondent-ils tout à fait, plutôt, pas vraiment ou pas du tout à l'idée que vous vous faites des transports en commun à Toulouse ou dans son agglomération ?

	Score 2015	Evolution 2014/2015	Les évolutions positives par profil entre 2014 et 2015	Les évolutions négatives par profil entre 2014 et 2015
Économiques, peu chers à l'utilisation	76%	+7 points	Homme (81% vs 74%); 1ère Périphérie (79% vs 68%); Réalisant des correspondances (79% vs 73%); Util. Métro mensuel (77% vs 70%); Client mensuel (77% vs 72%); 2ème Périphérie (75% vs 66%); Non client mensuel (75% vs 65%); Employés-Ouvriers (74% vs 65%); CSP+ (71% vs 61%); Femme (71% vs 65%); Util. Voiture mensuel (75% vs 66%); Util. TISSEO Exceptionnels (76% vs 61%)	-
Rapides pour se déplacer	75%	+2 points	Util. Titres Autres (91% vs 60%); Util. TISSEO Intensifs (88% vs 79%); Réalisant des correspondances (84% vs 77%); Util. Bus mensuel (83% vs 76%); Toulouse (82% vs 76%); Util. Métro mensuel (82% vs 76%); Client mensuel (82% vs 76%);	-
Pratiques pour se déplacer, par rapport à la voiture	74%	=	65 ans et plus (89% vs 80%)	-
Sûrs du point de vue des agressions	67%	+1 point	-	-
Agréables à utiliser, permettant de passer un bon moment	66%	+2 points	Util. TISSEO Mensuels (73% vs 58%)	15-17 ans (67% vs 86%)
Développés, permettant de se rendre dans toute l'agglomération	64%	+5 points	25-34 ans (68% vs 52%); Femme (65% vs 57%); CSP+ (49% vs 41%); Util. Voiture mensuel (59% vs 53%); Util. TISSEO Exceptionnels (56% vs 44%)	-

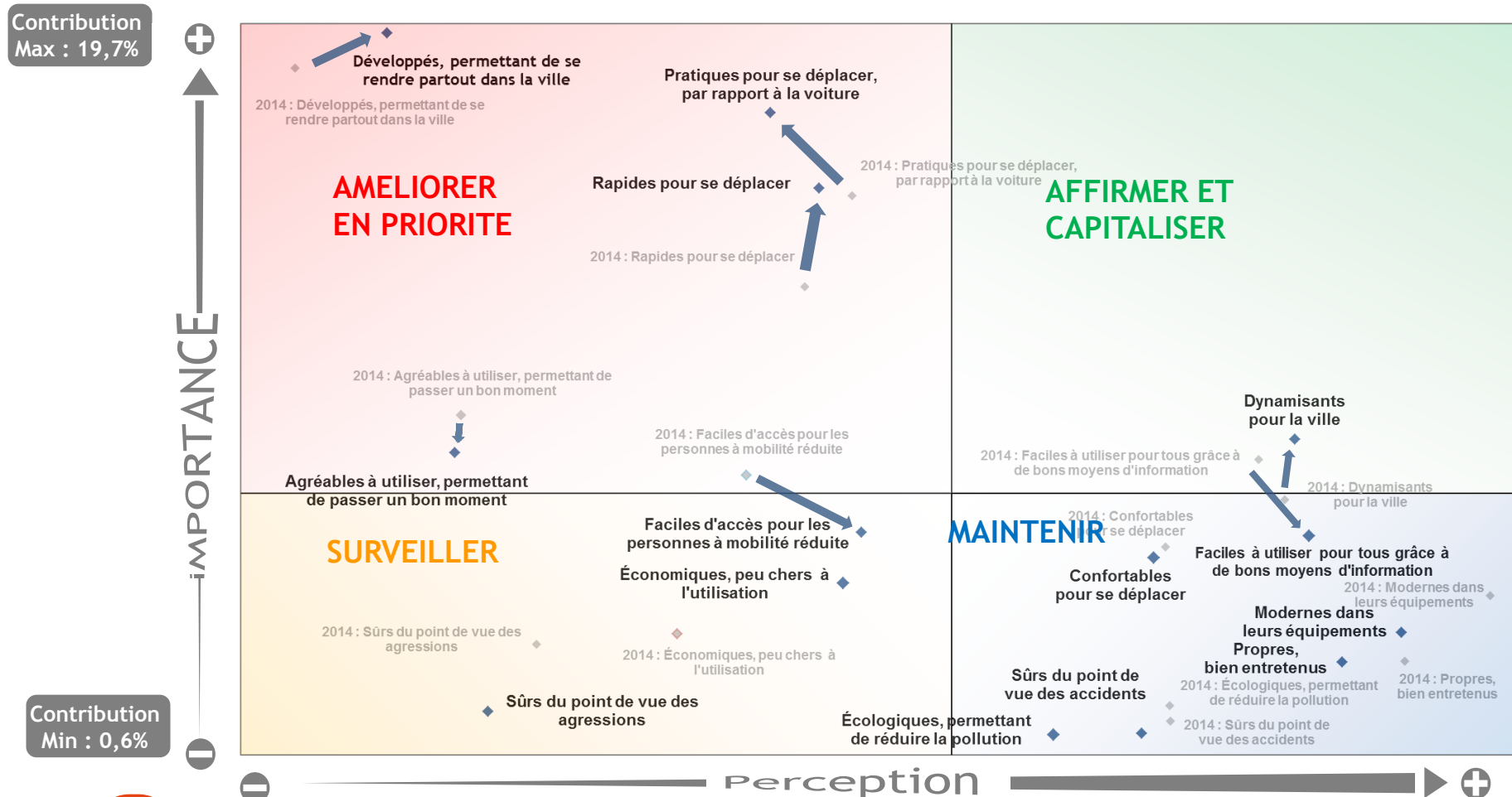
Remarque : Util. Titres Autres = utilisateurs de titres autres qu'abonnements, titres unitaires, gratuits ou 10 déplacements

Attentes :
des TC plus développés,
pratiques,
rapides ... et agréables à utiliser

A améliorer en priorité : ... l'étendue de la desserte, la praticité vis-à-vis de la voiture, la rapidité et l'agrément d'utilisation

A affirmer / renforcer : ... le caractère dynamisant des TC pour la ville

IMAGE DES TRANSPORTS EN COMMUN : AXES DE PROGRES



Pour tous : des attentes prioritaires allant vers des transports en commun plus développés

Pour les clients : priorité au caractère économique pour les habitants de Toulouse ... mais à la praticité par rapport à la voiture en général et à la rapidité pour se déplacer pour ceux de la périphérie

Pour les non clients : Pour tous, des solutions TC plus rapides, ... mais aussi plus pratiques par rapport à la voiture pour les habitants de Toulouse, et surtout plus agréables à utiliser pour les habitants de la périphérie

IMAGE DES TRANSPORTS EN COMMUN : AXES DE PROGRES SUIVANT LA ZONE D'HABITATION

Les leviers d'image (points à améliorer en priorité)

	Toulouse	Périphérie
Clients	<ul style="list-style-type: none"> Développés, permettant de se rendre partout dans la ville <u>Economiques, peu chers à l'utilisation</u> 	<ul style="list-style-type: none"> Pratiques pour se déplacer, par rapport à la voiture Rapides pour se déplacer
Non clients	<ul style="list-style-type: none"> Développés, permettant de se rendre partout dans la ville Rapides pour se déplacer Pratiques pour se déplacer, par rapport à la voiture 	<ul style="list-style-type: none"> Agréables à utiliser, permettant de passer un bon moment

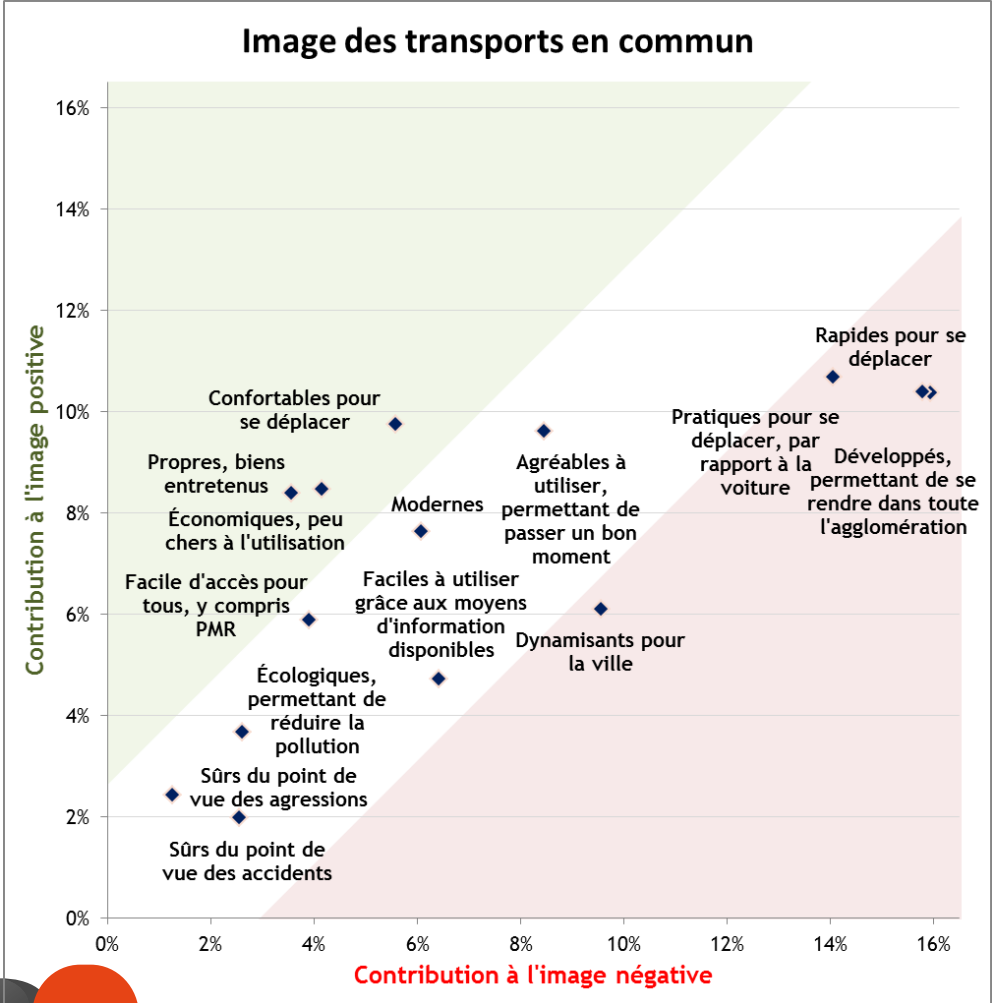
ATTENTES TC :
confort, prix,
... mais aussi
efficacité et
ambition

LES ATTENTES MAJEURES TC

Des TC offrant un service confortable, dans un environnement propre et entretenu, à un coût acceptable

... Mais aussi des TC efficace au niveau de l'agglomération (rapidité, desserte, praticité vis-à-vis de la voiture), et jouant un rôle dynamisant

IMAGE DES TRANSPORTS EN COMMUN : ANALYSE DISSYMETRIQUE



Facteurs contribuant à l'image positive :

- Confort de déplacement
- Propreté et entretien
- Caractère économique de l'usage

Facteurs contribuant à l'image négative :

- Rapidité de déplacement
- Développement / desserte insuffisant
- Praticité vis-à-vis de la voiture
- Vecteur dynamisant pour la ville

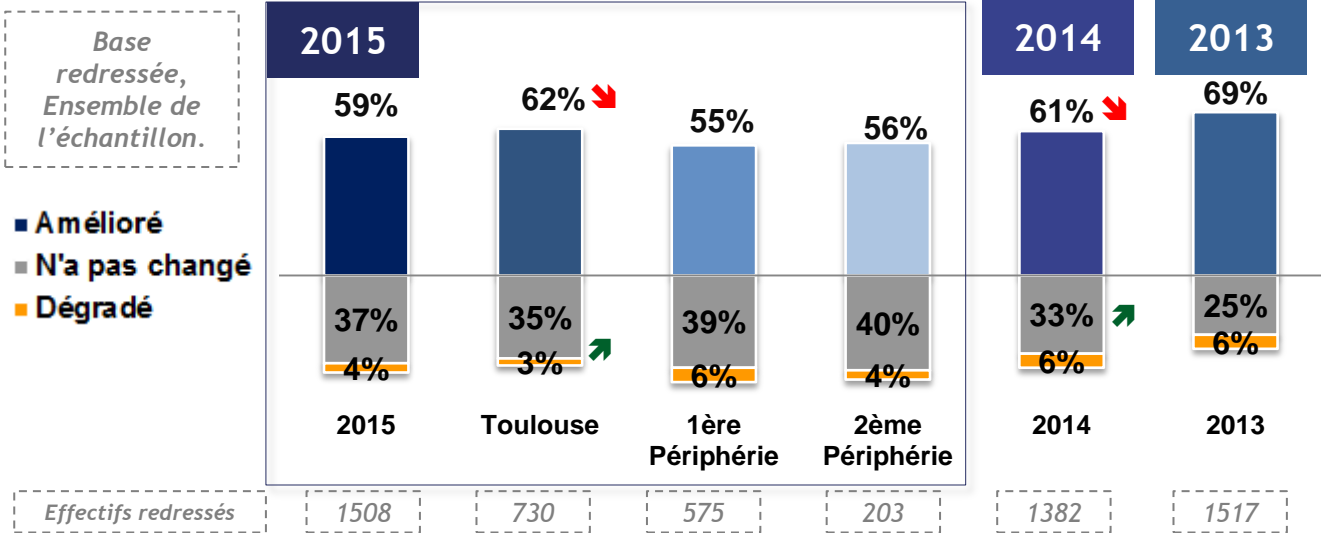
Sentiment d'amélioration du service : en recul à Toulouse en 2015

En 2015, un sentiment d'amélioration du service au cours des dernières années moins positif à Toulouse (-8 points), ... et qui s'est stabilisé en périphérie après un net recul l'année précédente

Une perception positive qui reste toutefois encore plus élevée dans la ville-centre

AMELIORATION DU SERVICE

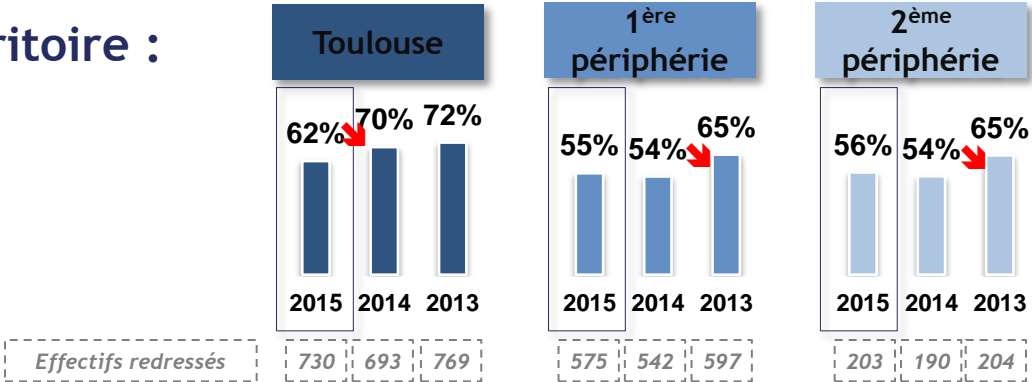
Q23. Considérez-vous que sur les 3 dernières années, le service des transports en commun de votre ville se soit ?



Les évolutions significatives par profil 2014 - 2015 :

Moindre amélioration: Toulouse (62% vs 70%)

... Par territoire :



Augmentation significative par rapport à l'année précédente

Diminution significative par rapport à l'année précédente

Significativement supérieur au global en 2015

Significativement inférieur au global en 2015

Entité Tisséo :
une image
globalement
stable ... Mais
qui s'améliore
auprès des
clients

Une image de Tisséo qui reste stable en 2015, avec une légère tendance à la progression en 1^{ère} périphérie ...

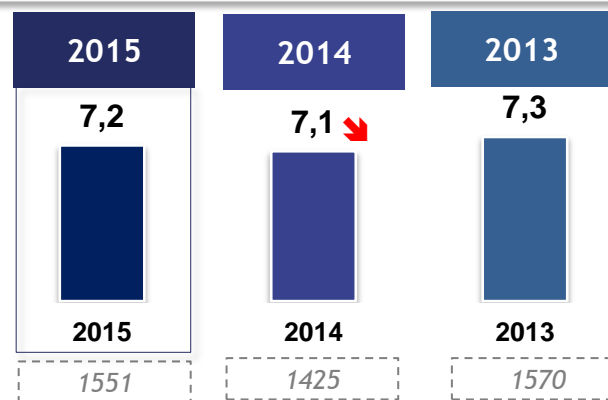
... Avec des clients, spécifiquement du métro ou du tram ou réalisant des correspondances, plus positifs qu'en 2014

IMAGE GENERALE DE TISSEO

Q25. Quelle note donneriez-vous à TISSEO, en tant qu'entreprise en charge des transports en commun toulousains ?

Base redressée,
Ensemble de l'échantillon.

Note d'image de Tisséo



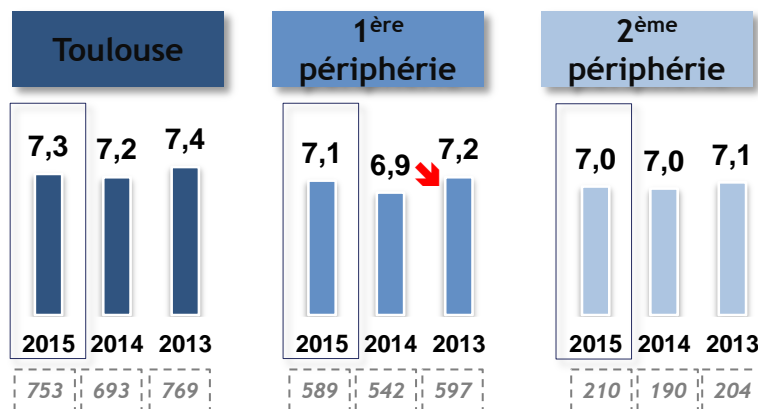
Les plus positifs en 2015 : 15-17 ans (7,9), Etudiants/Scolaires (7,6), 18-24 ans (7,4), 65 ans et plus (7,6), retraités (7,5), Usagers mensuels (7,4)

Les moins positifs en 2015 : CSP+ (6,7), Non usagers mensuels (6,8), 35-49 ans (6,9), 50-64 ans (6,9)

Les évolutions significatives par
profil 2014 - 2015 :

Util. Tram mensuel (7,6 vs 7,3);
Réalissant des correspondances
(7,5 vs 7,3); Util. Métro mensuel
(7,4 vs 7,2); Client mensuel (7,4
vs 7,2)

... Par territoire :



Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 Diminution significative par rapport à l'année précédente
 Significativement sup. au global
 Significativement inf. au global

Dans le détail :
une perception
plutôt stable de
la
personnalité
de Tisséo

Par rapport à 2014, pas ou peu d'évolution dans la perception de Tisséo

... Avec des hausses en tendance toutefois : qualité du service, implication dans l'amélioration de la qualité de vie dans l'agglomération, pro-activité ... Et une tendance au recul sur un seul point : la mise en place de services et matériels innovants

IMAGE DETAILLEE DE TISSEO

Q26. Les affirmations suivantes correspondent-elles tout à fait, plutôt, pas vraiment, pas du tout à l'idée que vous vous faites de TISSEO ?

Base redressée
Ensemble de l'échantillon

A un personnel professionnel, compétent



Propose un service de qualité



Est un acteur impliqué dans l'amélioration de la qualité de vie dans l'agglomération



S'implique dans la mise en place de solutions de transport moins polluantes



A un personnel qui se tient à la disposition des usagers



S'implique dans la mise en place de matériel et de services innovants



Est à l'écoute des usagers



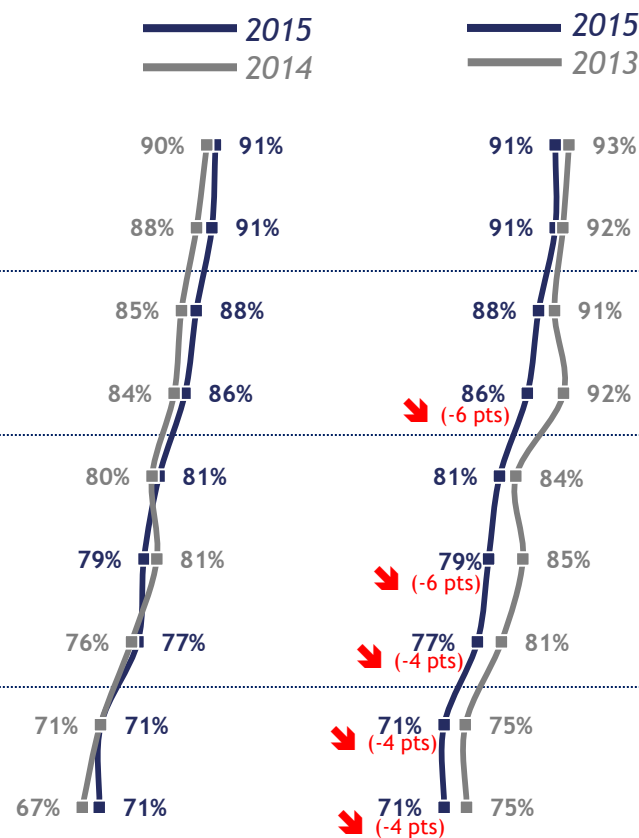
Tient compte des critiques de ses usagers



Va au devant des besoins de l'utilisateur



■ Pas du tout ■ Pas vraiment ■ Plutôt ■ Tout à fait



...ST opinions positives

A noter une évolution positive de la vision de Tisséo concernant son l'implication dans la qualité de vie de l'agglomération ou son anticipation des besoins des usagers provenant spécifiquement des habitants de la 1^{ère} périphérie

IMAGE DETAILLEE DE TISSEO

Q26. Les affirmations suivantes correspondent-elles tout à fait, plutôt, pas vraiment, pas du tout à l'idée que vous vous faites de TISSEO ?

	Score 2015	Evolution 2014/2015	Les évolutions positives par profil entre 2014 et 2015	Les évolutions négatives par profil entre 2014 et 2015
A un personnel professionnel, compétent	91%	+ 1 point	Util. TISSEO Exceptionnels (94% vs 88%)	
Propose un service de qualité	91%	+ 3 points	Util. Titres Autres (96% vs 69%); Util. TISSEO Exceptionnels (91% vs 82%); Réalisant des correspondances (94% vs 89%); Util. Métro mensuel (93% vs 90%); Client mensuel (93% vs 90%); Femme (92% vs 86%)	
Est un acteur impliqué dans l'amélioration de la qualité de vie dans l'agglomération	88%	+ 3 points	1 ^{ère} Périphérie (89% vs 82%); Util. TISSEO Exceptionnels (85% vs 76%)	
S'implique dans la mise en place de solutions de transport moins polluantes	86%	+ 2 points	Util. TISSEO Exceptionnels (86% vs 75%)	Util. TISSEO Hebdomadaires (74% vs 84%)
A un personnel qui se tient à la disposition des usagers	81%	+ 1 point	-	
S'implique dans la mise en place de matériel et de services innovants	79%	- 2 points	-	
Est à l'écoute des usagers	77%	+ 1 point	Util. TISSEO Exceptionnels (78% vs 67%)	Util. TISSEO Hebdomadaires (74% vs 83%)
Tient compte des critiques de ses usagers	71%	=	Util. TISSEO Exceptionnels (72% vs 61%)	
Va au devant des besoins de l'utilisateur	71%	+ 4 points	1 ^{ère} Périphérie (72% vs 64%); Femme (71% vs 65%); Util. TISSEO Exceptionnels (70% vs 54%)	Util. TISSEO Hebdomadaires (63% vs 77%)

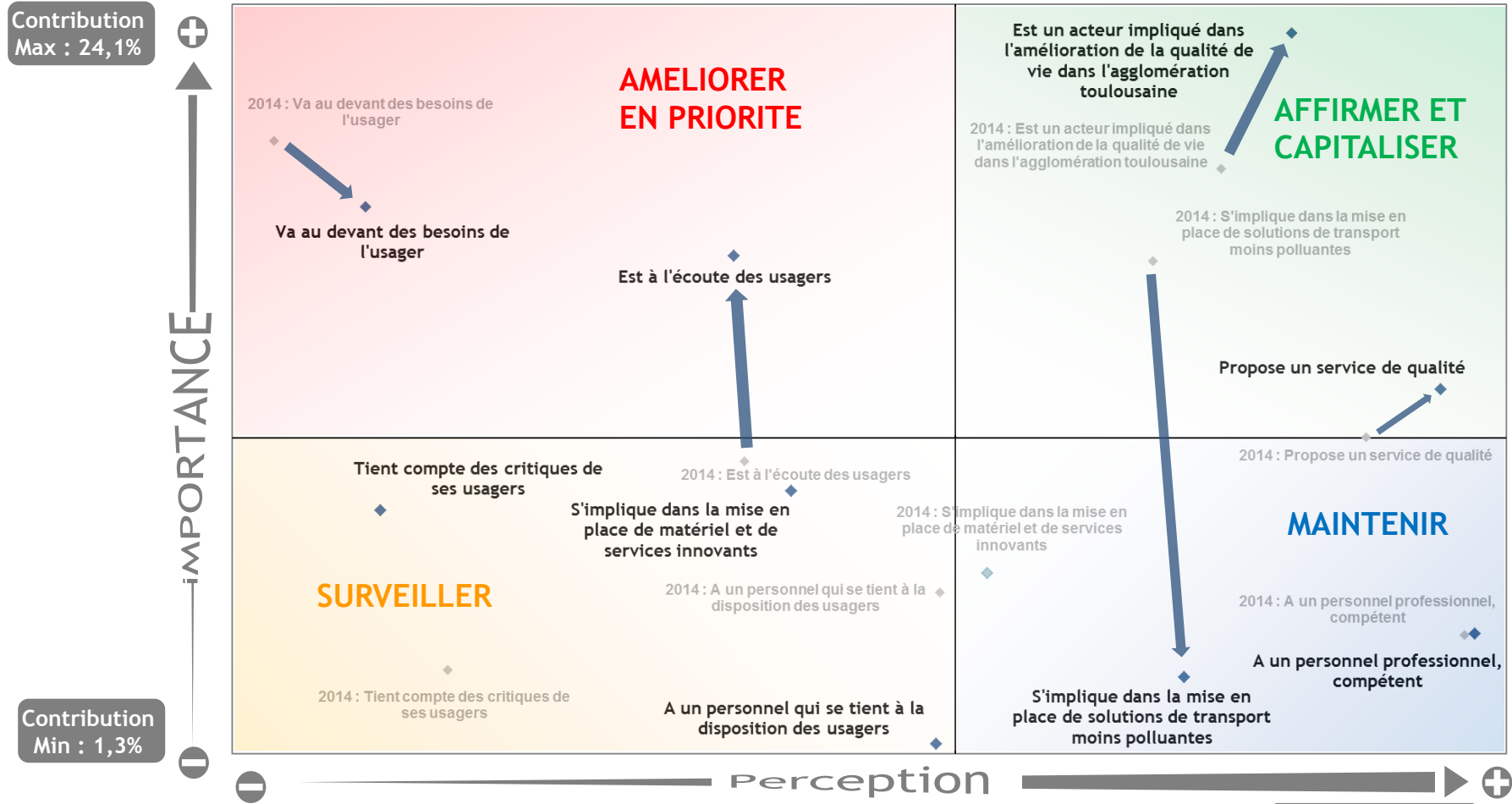
Remarque : Util. Titres Autres = utilisateurs de titres autres qu'abonnements, titres unitaires, gratuits ou 10 déplacements

Axe de progrès :
attention
portée au
client et
implication
dans la qualité
de vie

A améliorer en priorité : ... l'image d'une entreprise attentionnée à l'égard de ses clients (pro-active et à l'écoute)

A affirmer / renforcer : ... l'image d'une entreprise impliquée dans l'amélioration de la qualité de vie dans l'agglomération et/ou proposant un service de qualité

IMAGE DE TISSEO : AXES DE PROGRES



Pour tous : une priorité dans l'amélioration perçue de l'écoute client

Pour les clients en particulier : pour tous, plus de pro-activité de Tisséo (devancer les attentes clients) et pour les habitants de la périphérie, également une meilleure prise en compte des critiques et plus d'innovations

Pour les non clients en particulier : plus d'innovations pour les habitants de Toulouse, et de pro-activité pour ceux de la périphérie

IMAGE DE TISSEO : AXES DE PROGRES SUIVANT LA ZONE D'HABITATION

Les leviers d'image (pts à améliorer en priorité)

	Toulouse	Périphérie
Clients	<ul style="list-style-type: none"> • Va au devant des besoins de l'utilisateur • Est à l'écoute des clients 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Tient compte des critiques de ses usagers</u> • <u>S'implique dans la mise en place de matériel et de services innovants</u>
Non clients	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de levier spécifique 	<ul style="list-style-type: none"> • Est à l'écoute des clients
	<ul style="list-style-type: none"> • <u>S'implique dans la mise en place de matériel et de services innovants</u> 	<ul style="list-style-type: none"> • Va au devant des besoins de l'utilisateur

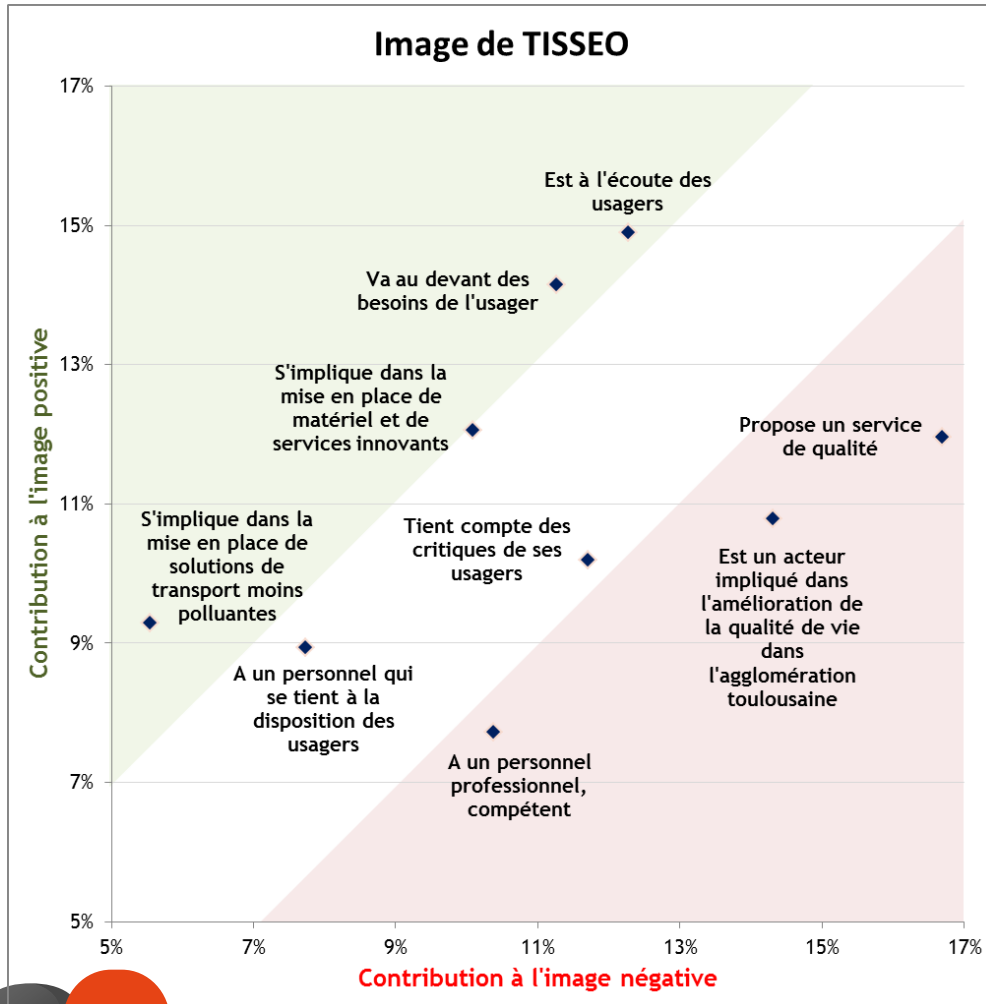
ATTENTES
TISSEO :
écoute du
client, mais
aussi du
citoyen

LES ATTENTES MAJEURES TISSEO

... Une entreprise proche de ses clients (écoute, proactivité) et impliquée dans la préservation de l'environnement

... Mais aussi une entreprise promulguant à la fois un service de qualité et améliorant la qualité de vie

IMAGE DE TISSEO : ANALYSE DISSYMETRIQUE



Facteurs contribuant à l'**image positive** :

- Ecoute des clients
- Anticipation de leurs besoins (proactivité)
- Implication en matière de développement durable

Facteurs contribuant à l'**image négative** :

- Qualité du service
- Implication dans la qualité de vie des Toulousains
- Professionnalisme et compétence du personnel



3. Satisfaction des clients - Axes de progrès

3.1 - Satisfaction globale

Un taux des satisfaits du service Tisséo qui progresse par rapport à 2014 (+4 points) après la forte baisse observée entre 2013 et 2014

... les plus fortes augmentations s'observant pour les clients de la 1^{ère} périphérie (+11 points), les professions supérieures (+ 7 points) et les 25-34 ans (+7 points)

SATISFACTION GENERALE

Q27. D'une manière générale, par rapport à vos besoins, comment jugez-vous le service rendu par les transports en commun de l'agglomération toulousaine ? Diriez-vous que vous en êtes...

Base redressée,
Clients mensuels des TC.

Les évolutions par profil
2014 - 2015 :

25-34 ans (93% vs 84%); Réalisant des correspondances (93% vs 88%); Util. Métro mensuel (90% vs 86%); 1^{ère} Périphérie (89% vs 78%); CSP+ (83% vs 76%)

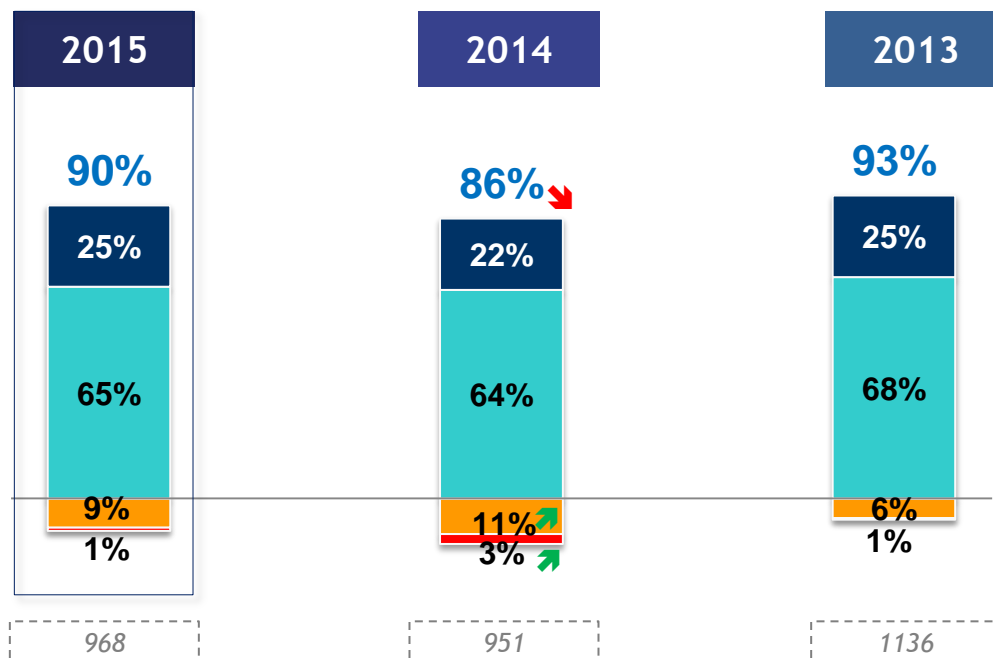


La position de cette question a été modifiée à partir de 2014, elle est posée au début de la partie satisfaction alors qu'elle se situait jusque là après la partie satisfaction détaillée.

ST satisfait

- Très satisfaisant
- Assez satisfaisant
- Peu satisfaisant
- Pas du tout satisfaisant

Effectifs redressés



Les plus satisfaits en 2015 : 15-17 ans (98%), Etudiants/Scolaires (97%), 18-24 ans (95%)

Les moins satisfaits en 2015 : 35-49 ans (82%), CSP+ (83%)



Augmentation significative par rapport à l'année précédente



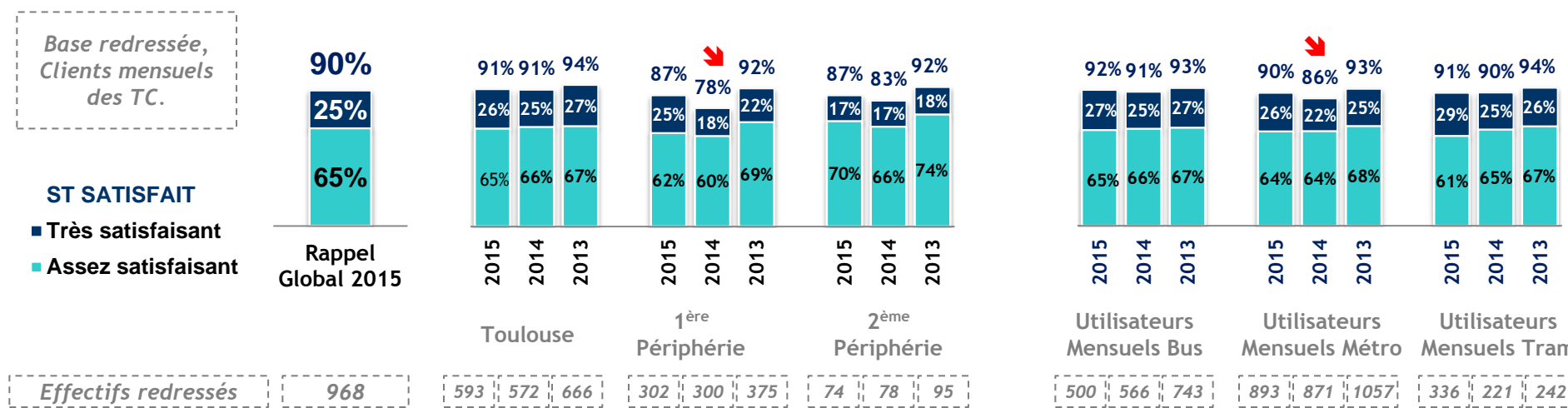
Diminution significative par rapport à l'année précédente


Des habitants
de la
périphérie et
utilisateurs du
métro plus
satisfaits


En 2015, une progression en tendance de la satisfaction pour les profils dont l'opinion s'était le plus dégradée en 2014 : les clients de la 1^{ère} périphérie (+5 points), de la 2^{ème} périphérie (+ 4 points) et les utilisateurs du métro (+ 4 points)
... sans toutefois revenir aux niveaux de satisfaction observés en 2013


SATISFACTION GENERALE


Q27. D'une manière générale, par rapport à vos besoins, comment jugez-vous le service rendu par les transports en commun de l'agglomération toulousaine ? Diriez-vous que vous en êtes...



 Augmentation significative par rapport à l'année précédente

 Diminution significative par rapport à l'année précédente

 Significativement sup. au global

 Significativement inf. au global

Des actifs et
25-49 ans plus
satisfaits
qu'en 2014

En 2015, une progression significative de la satisfaction auprès des utilisateurs du titre 10 déplacements (+9 points) ... et en tendance auprès des 25-49 ans (+9 points pour les 25-34 ans et +5 points pour les 35-49 ans) et des actifs (+9 points pour les CSP+ et +4 points pour les CSP-)

SATISFACTION GENERALE

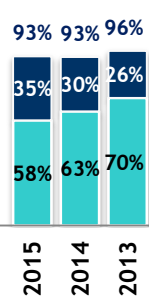
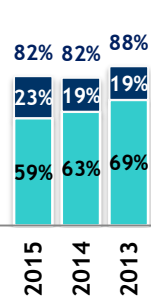
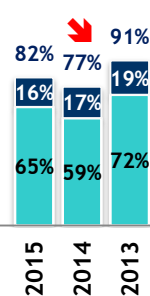
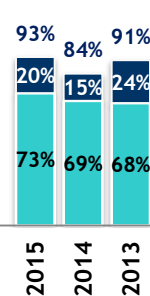
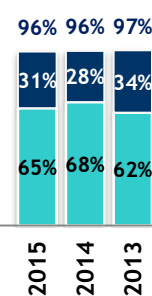
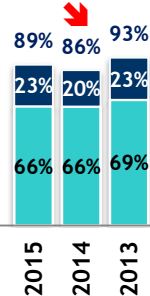
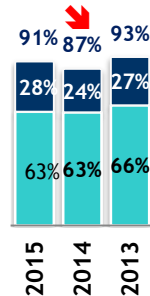
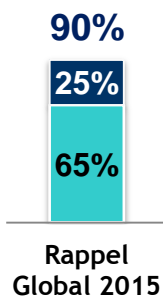
Q27. D'une manière générale, par rapport à vos besoins, comment jugez-vous le service rendu par les transports en commun de l'agglomération toulousaine ? Diriez-vous que vous en êtes...

- Augmentation significative par rapport à l'année précédente
- Diminution significative par rapport à l'année précédente
- Significativement sup. au global
- Significativement inf. au global

Base redressée,
Clients mensuels
des TC.

ST SATISFAIT

- Très satisfaisant
- Assez satisfaisant



Effectifs redressés

968

440 448 522

528 502 614

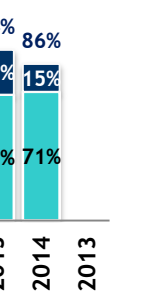
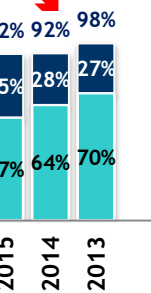
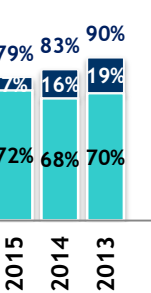
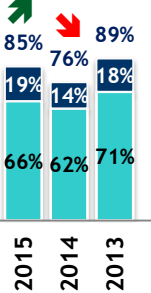
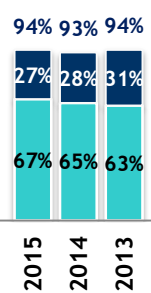
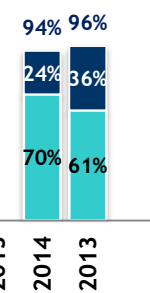
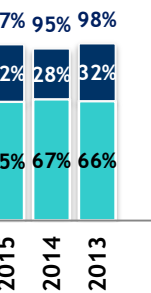
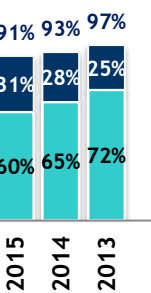
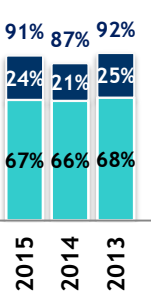
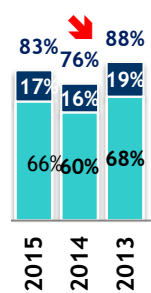
246 244 288

185 131 189

219 243 254

155 191 215

162 142 189



315 314 367

231 209 265

189 190 232

208 178 199

25 59 73

319 302 391

278 295 373

80 77 92

255 199 253

35 63 7

3.2 - Satisfaction des modes

Une satisfaction des modes qui dépend peu de la zone habitée

Des notes globales de satisfaction plus élevées pour le métro et le tram que pour le bus, quel que soit le territoire

... et des notes des différents modes relativement proches également d'un territoire à l'autre

SATISFACTION DES MODES

Q28 / Q30 / Q32 . Quelle note de 0 à 10 donneriez-vous concernant votre satisfaction de l'utilisation du [mode] ?

TISSEO	Bus	Métro	Tram
593	184	221	187
302	82	139	80
74	16 (*)	38	20(*)

Effectifs redressés

(*) Attention : Base répondant faible pour ce territoire



Toulouse

1ère Périphérie

2ème Périphérie

Au global

Satis. TISSEO 90%

Note Satis. Métro 7,8 / 10

Note Satis. Bus 7,1 / 10

Note Satis. Tram 7,6 / 10

Rappel : Satis. TISSEO 91%

Satis. Métro 7,9

Satis. Bus 7,2

Satis. Tram 7,6

Rappel : Satis. TISSEO 87%

Satis. Métro 7,7

Satis. Bus 7,1

Satis. Tram 7,6

Rappel : Satis. TISSEO 87%

Satis. Métro 7,8

Satis. Bus 7,1(*)

Satis. Tram 7,3(*)

➔ Augmentation significative par rapport à l'année précédente

➔ Diminution significative par rapport à l'année précédente

Significativement supérieur au global en 2015

Significativement inférieur au global en 2015

(*) effectif insuffisant, 30 personnes ou moins concernées

Un niveau de satisfaction de l'utilisation du métro qui progresse en tendance par rapport aux années précédentes, notamment pour les clients résidant Toulouse

A noter une évolution particulièrement favorable pour les 65 ans et plus (+5 points vs +2 points au global)

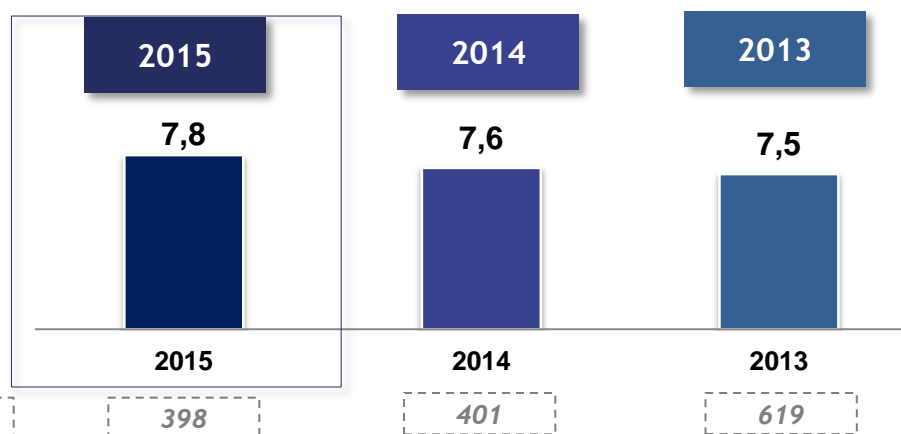
SATISFACTION GLOBALE DU METRO

Q28. Quelle note de 0 à 10 donneriez-vous concernant votre satisfaction de l'utilisation du Métro ?

Base redressée,
398 clients mensuels du métro

Les évolutions par
profil 2014 -2015 :

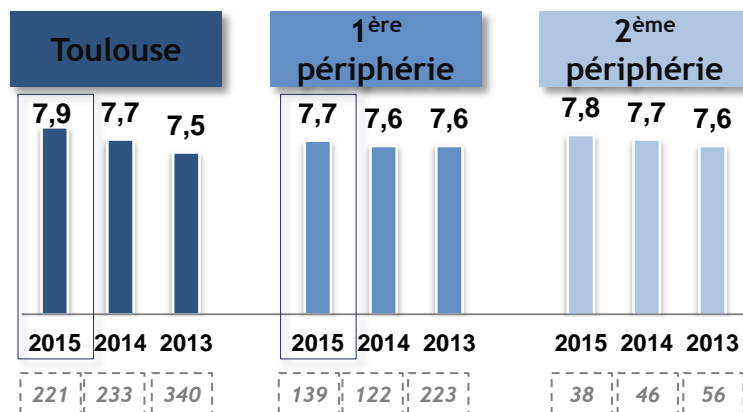
65 ans et plus (8,4 vs
7,9)



Les plus positifs en 2015 :
65 ans et plus (8,4),
retraités (8,3), autres
inactifs (8,6), Util. tram
(8,4)

Les moins positifs en 2015 :
Aucun

... Par territoire :



Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 Diminution significative par rapport à l'année précédente
 Significativement sup. au global
 Significativement inf. au global

Accès : des jugements moins favorables en 2015 sur le fonctionnement des escalators et des ascenseurs

Confort : amélioration par rapport à 2014 de la facilité de montée / descente des rames

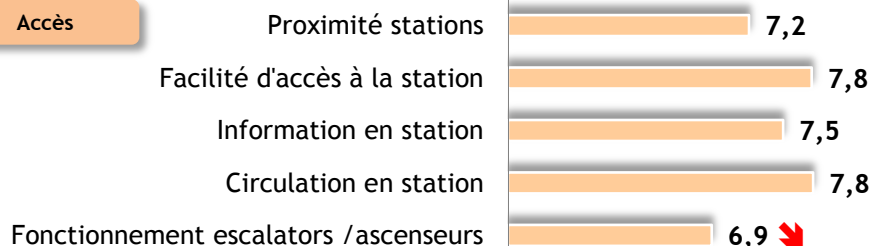
SATISFACTION DETAILLEE DU METRO : Evolutions

> Les notes de satisfaction du métro, leur évolution 2014 / 2015

Base redressée,
398 clients mensuels du métro

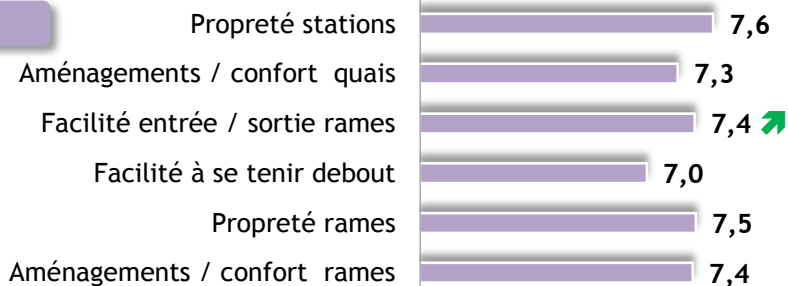


Accès



2014	2013	Evolution 2015/2014	Evolution 2015/2013
7,0	7,3	+0,2	-0,1
7,9	8,3	-0,1	-0,5
7,5	7,8	=	-0,3
7,8	7,9	=	-0,1
7,2	7,2	-0,3	-0,3

Confort



7,6	7,8	=	-0,2
7,2	7,8	+0,1	-0,5
7,0	7,5	+0,4	-0,1
6,8	6,8	+0,2	+0,2
7,4	7,5	+0,1	=
7,2	7,4	+0,2	=

↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente

Ambiance : amélioration notable du respect entre passagers, très mal perçu en 2014

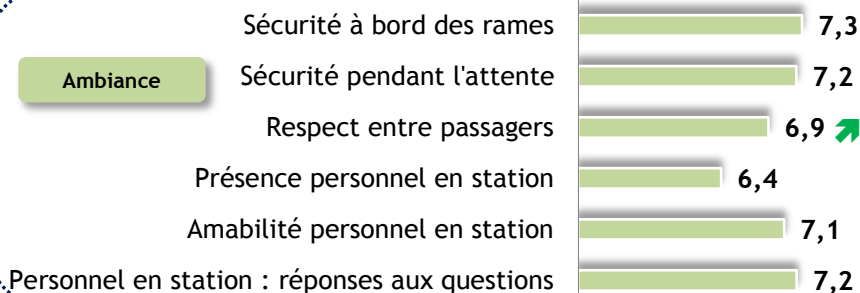
Horaires : des jugements stables (ponctualité à surveiller cependant)

Perturbations : une tendance à la progression sur cette thématique en général et en particulier concernant les solutions proposées en cas de panne

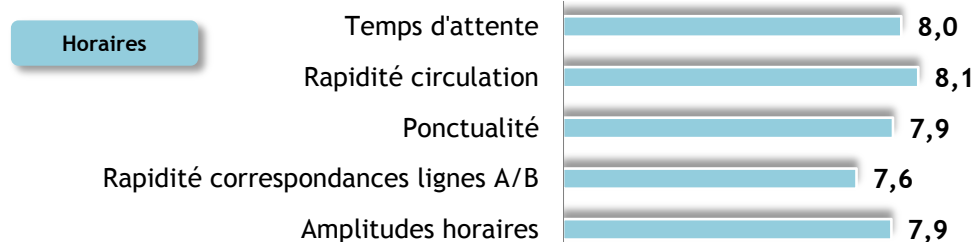
SATISFACTION DETAILLEE DU METRO : Evolutions

> Les notes de satisfaction du métro, leur évolution 2014 / 2015

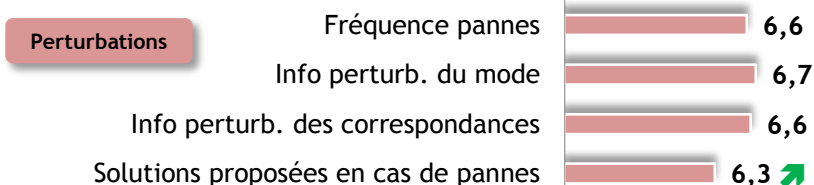
Base redressée,
398 clients mensuels du métro



2014	2013	Evolution 2015/2014	Evolution 2015/2013
7,3	7,5	=	-0,2
7,3	7,5	-0,1	-0,3
6,4	6,7	+0,5	+0,2
6,4	6,3	=	+0,1
7,2	7,1	-0,1	=
7,3	7,3	-0,1	-0,1



8,1	8,1	-0,1	-0,1
8,2	8,4	-0,1	-0,3
8,1	8,1	-0,2	-0,2
7,6	7,6	=	=
7,9	7,4	=	+0,5



6,4	6,6	+0,2	=
6,4	6,7	+0,3	=
6,4	6,6	+0,2	=
5,9	6,3	+0,4	=

Suivant les critères, des hausses de satisfaction s'observant sur des profils différents

A noter toutefois des 25-34 ans plus satisfaits sur la proximité des stations, la facilité pour trouver l'accès à la station, la facilité d'accès aux rames et pour se tenir debout dans les rames

SATISFACTION DETAILLEE DU METRO : Evolution par profil



*Base redressée,
398 clients mensuels du métro*

Seuls sont présentés ici les critères ayant évolué de manière significative entre 2014 et 2015 pour au moins un sous-échantillon considéré

	Score 2015	Evolution 2014/2015	Les évolutions positives par profil entre 2014 et 2015	Les évolutions négatives par profil entre 2014 et 2015
La proximité des stations par rapport à vos lieux de départ, de destination	7,2		65 ans et plus (7,9 vs 6,9); 25-34 ans (7,6 vs 6,8)	
La facilité pour trouver l'accès à la station	7,8		25-34 ans (8,1 vs 7,3)	35-49 ans (7,6 vs 8,1)
Le fonctionnement des escalators et ascenseurs	6,9	↘		Util. Métro mensuel (6,9 vs 7,2); Client mensuel (6,9 vs 7,2); 18-24 ans (6,4 vs 7,9)
La facilité pour entrer / sortir des rames	7,4	↗	Retraités (8 vs 7,5); 25-34 ans (7,6 vs 6,8); Toulouse (7,4 vs 6,9); Util. Métro mensuel (7,4 vs 7); Client mensuel (7,4 vs 7)	
La facilité pour se tenir debout pendant le voyage	7,0		25-34 ans (7,2 vs 6,5)	
L'intérieur des rames (espace, niveau sonore, odeurs, température...)	7,4		Employés-Ouvriers (7,3 vs 6,7)	

↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente

METRO : dans le détail, quelques baisses de satisfaction exprimées par les 18-24 ans

En 2015, de nombreux profils ont été plus positifs sur le respect entre passagers et l'efficacité des solutions proposées en cas de panne

... Les 18-24 ans se montrent toutefois plus négatifs en 2015 concernant la sécurité durant l'attente, la compétence du personnel en stations et la ponctualité

SATISFACTION DETAILLEE DU METRO : Evolution par profil



*Base redressée,
398 clients mensuels du métro*

Seuls sont présentés ici les critères ayant évolué de manière significative entre 2014 et 2015 pour au moins un sous-échantillon considéré

	Score 2015	Evolution 2014/2015	Les évolutions positives par profil entre 2014 et 2015	Les évolutions négatives par profil entre 2014 et 2015
Le sentiment de sécurité pendant l'attente	7,2			18-24 ans (7 vs 8)
Le respect entre les passagers	6,9	↗	Retraités (7,1 vs 6,2); 65 ans et plus (7,1 vs 6,1); Employés-Ouvriers (7 vs 5,9); 25-34 ans (7 vs 6); Toulouse (6,9 vs 6,4); Util. Métro mensuel (6,9 vs 6,4); Client mensuel (6,9 vs 6,4); Femme (6,8 vs 6,3)	
La compétence du personnel Tisséo dans les stations pour répondre aux questions des usagers	7,2			18-24 ans (7,2 vs 8,1)
La rapidité de circulation	8,1		65 ans et plus (8,8 vs 8,3)	
La ponctualité et la régularité	7,9			18-24 ans (7,7 vs 8,5)
L'efficacité des solutions proposées en cas de panne du métro	6,3	↗	Toulouse (6,4 vs 5,8); Util. Métro mensuel (6,3 vs 5,9); Client mensuel (6,3 vs 5,9)	

↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente

METRO :
attentes pour
plus de
confort
surtout

A améliorer en priorité : ... proximité des stations (non représenté graphiquement), confort via la facilité à se tenir debout ou le fonctionnement des escalators / ascenseurs et sécurité

A affirmer / renforcer : ... la facilité pour trouver l'accès à la station, la performance temps du métro en général et les autres aspects du confort

SATISFACTION DU METRO : AXES DE PROGRES



Contribution
Max : 6,4%



METRO :
attentes pour
plus de
confort pour
tous les profils

Tous les clients : des axes de progrès dans un meilleur fonctionnement des escalators / ascenseurs ou de la facilité pour se tenir debout

Habitants de Toulouse : ... des leviers également dans meilleure gestion des situations perturbées et qualité des relations avec le personnel Tisséo en station

Habitants de la périphérie : ... pas de levier spécifique

SATISFACTION DU METRO : AXES DE PROGRES SUIVANT LA ZONE D'HABITATION



Les éléments soulignés sont ceux qui n'apparaissent pas dans la matrice globale mais seulement pour la sous-cible étudiée

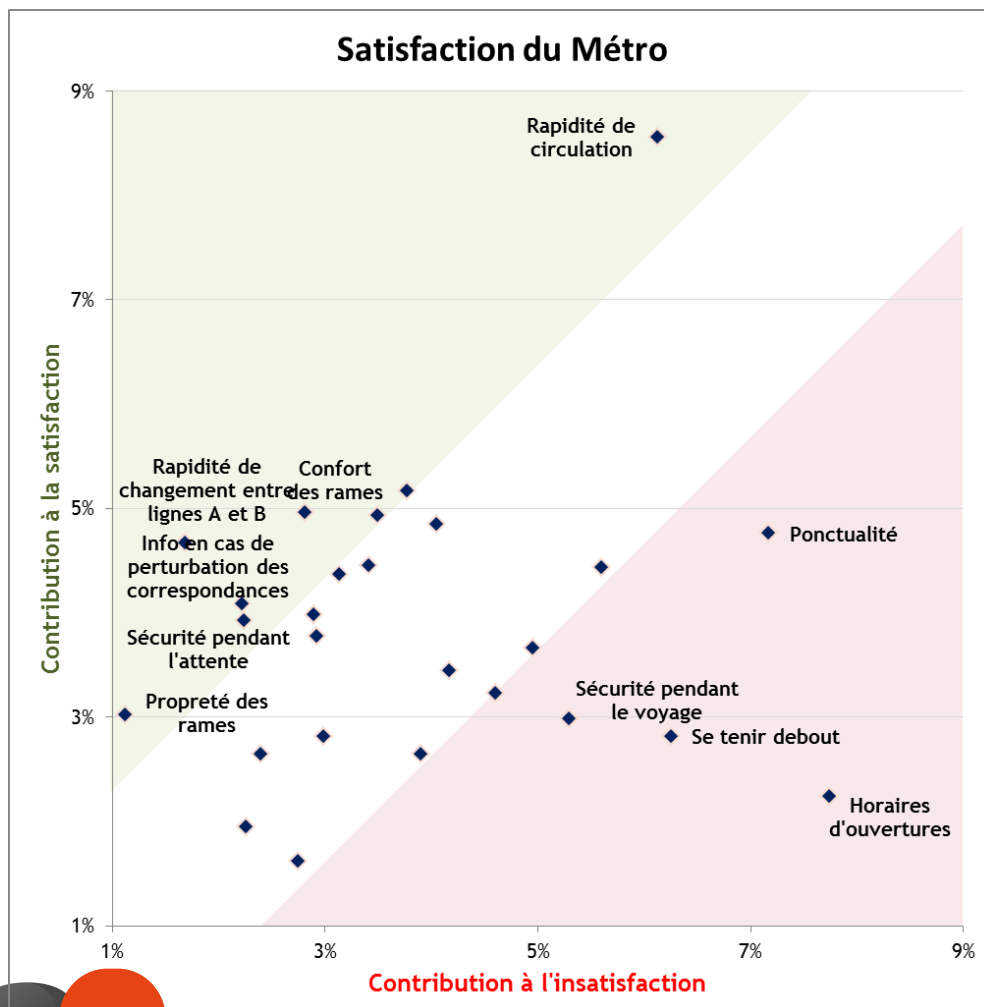
**ATTENTES
METRO :**
rapide, fiable,
sécurisant,
connecté aux
autres modes et
hyper disponible

LES ATTENTES MAJEURES METRO

... Un mode rapide, confortable, optimisant les correspondances

... Mais aussi un mode fiable, une ambiance de voyage rassurante psychologiquement et physiquement, et idéalement fonctionnant sur des plages horaires plus larges

SATISFACTION DU METRO : CONTRIBUTIONS (Analyse dissymétrique)



Facteurs contribuant le plus fortement en 2015 à la **satisfaction** :

- La rapidité de circulation
- Le confort des rames
- La rapidité des correspondances ligne A / Ligne B
- L'information en cas de perturbation des correspondances

Facteurs contribuant le plus fortement en 2015 à l'**insatisfaction** :

- La ponctualité
- Le sentiment de sécurité pendant le voyage
- Le confort de la position debout
- Les horaires d'ouverture

BUS : une satisfaction qui se stabilise en 2015

En 2015, une satisfaction associée à l'utilisation du bus qui se maintient, suite à une baisse l'année précédente (-0,3 point)
 Avec cependant des évolutions de tendance opposées entre Toulouse (amélioration) et la 1^{ère} périphérie (en légère baisse depuis 2 ans)

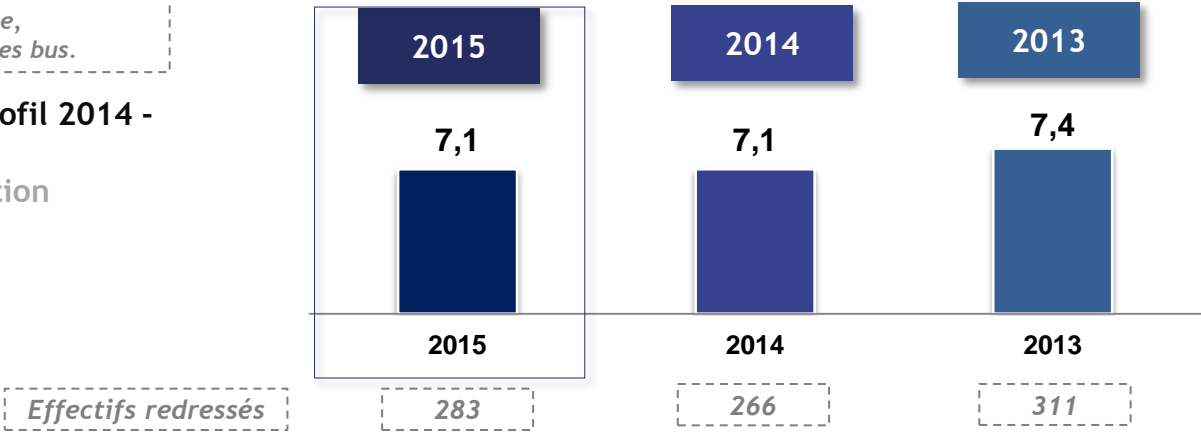
SATISFACTION GLOBALE DU BUS

Q32. Quelle note de 0 à 10 donneriez-vous concernant votre satisfaction de l'utilisation du bus ?

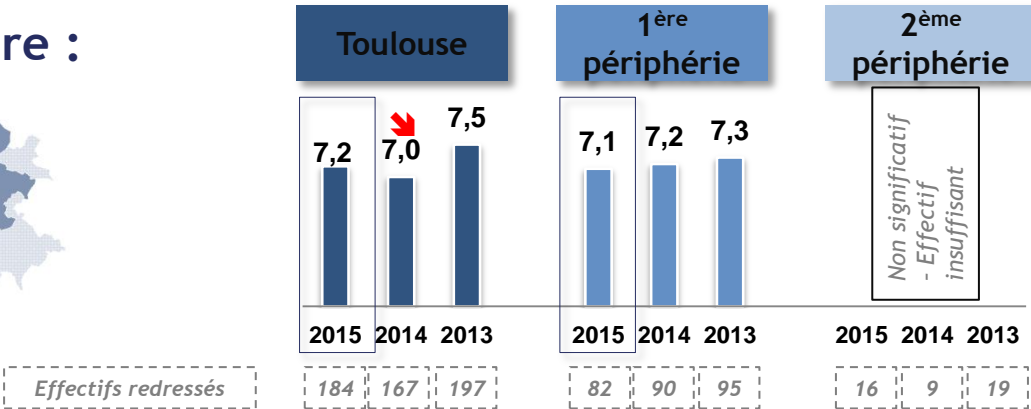
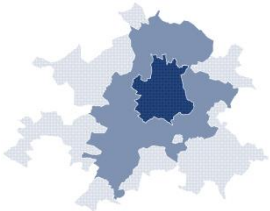


Base redressée,
 Clients mensuels des bus.

Les évolutions par profil 2014 - 2015 :
 Aucune évolution



... Par territoire :



Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 Diminution significative par rapport à l'année précédente
 Significativement sup. au global
 Significativement inf. au global

BUS : des appréciations toujours plus réservées (pas de note > à 8)

Points forts du service : la proximité des arrêts, l'accessibilité aux véhicules, la relation au conducteur (amabilité, compétence mais aussi qualité de conduite) et la propreté des bus

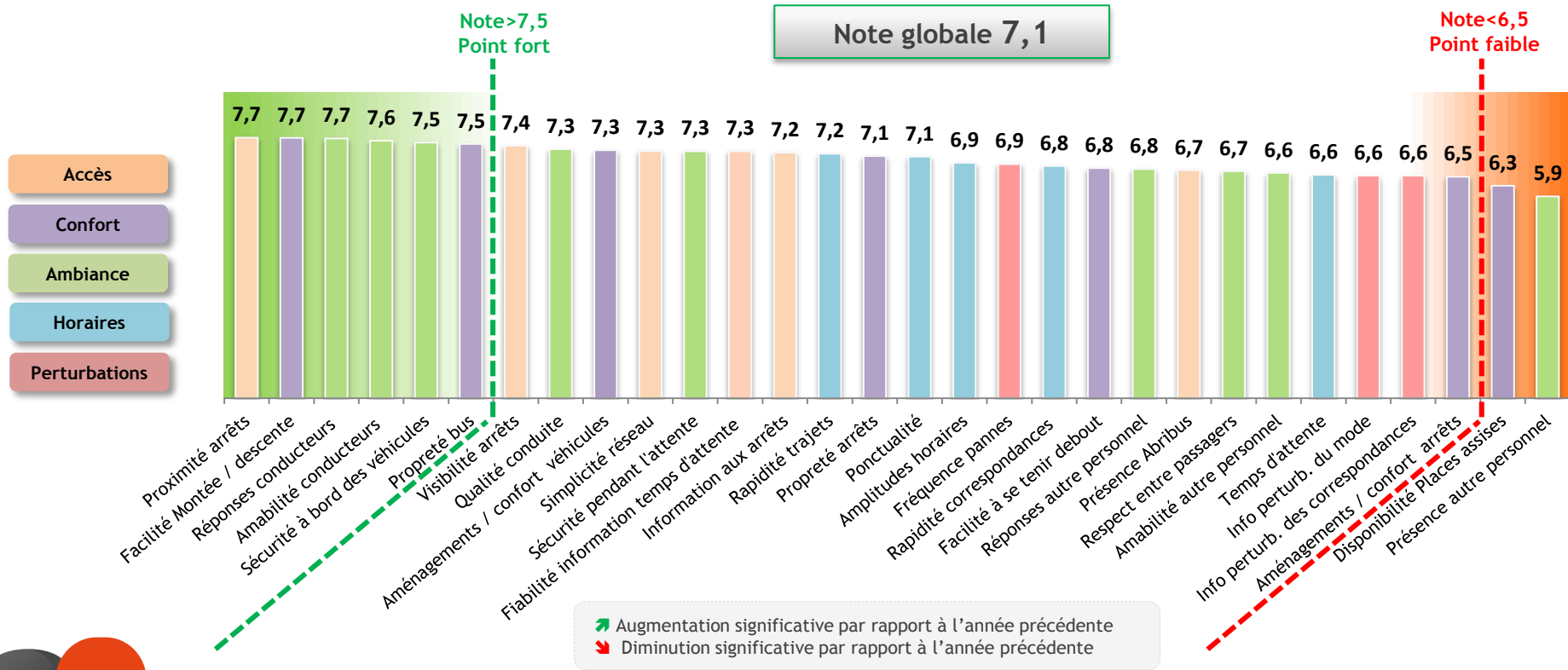
Points faibles : présence de personnel autre que le conducteur, facilité à trouver des places assises, confort aux arrêts et, en cas de perturbation, information dans les bus ou sur les modes en correspondance

SATISFACTION DETAILLEE DU BUS

Q33. Je vais vous demander de donner une note sur 10 à différentes caractéristiques du Bus.



Base redressée,
283 clients mensuels du bus



Accès : un jugement qui se dégrade en tendance concernant la présence d'abribus

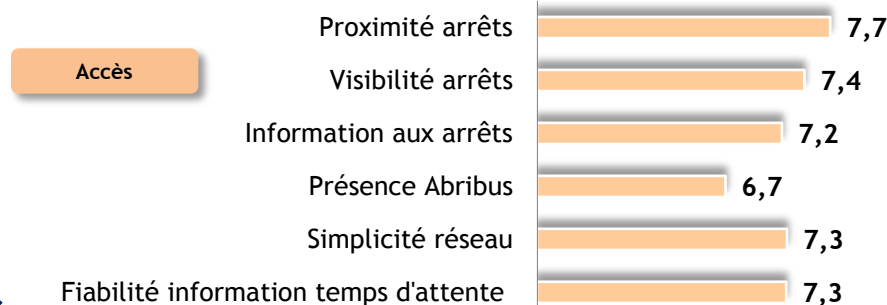
Confort : une relative stabilité des opinions concernant le confort, avec des tendances à l'amélioration pour le confort d'attente aux arrêts et la possibilité de s'asseoir dans le bus

SATISFACTION DETAILLEE DU BUS : Evolutions

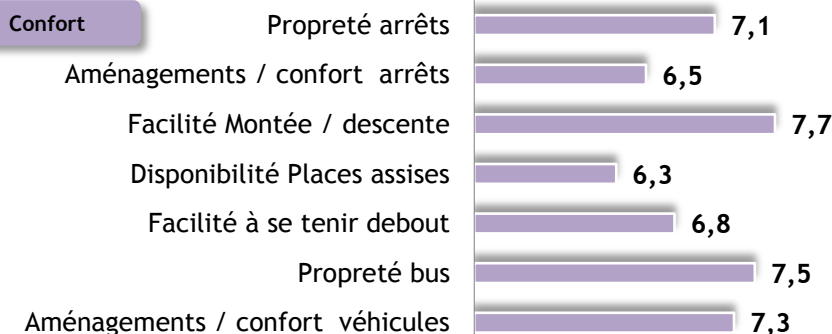


> Les notes de satisfaction du bus, leur évolution 2014 / 2015

Base redressée,
283 clients mensuels du bus



2014	2013	Evolution 2015/2014	Evolution 2015/2013
7,5	7,9	+0,2	-0,2
7,3	8,2	+0,1	-0,8
7,2	7,3	=	-0,1
7,0	7,1	-0,3	-0,4
7,2	7,4	+0,1	-0,1
7,2	7,2	+0,1	+0,1



7,0	7,6	+0,1	-0,5
6,3	6,8	+0,2	-0,3
7,7	7,8	=	-0,1
6,1	6,5	+0,2	-0,2
6,8	6,8	=	=
7,6	7,7	-0,1	-0,2
7,3	7,5	=	-0,2

Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 Diminution significative par rapport à l'année précédente

**BUS : une
ambiance dans
le bus stable,
avec quelques
points à
surveiller**

Ambiance : stabilité de la satisfaction, hormis de légères détériorations concernant la qualité de conduite et les relations avec le personnel autre que les conducteurs (amabilité et compétence)

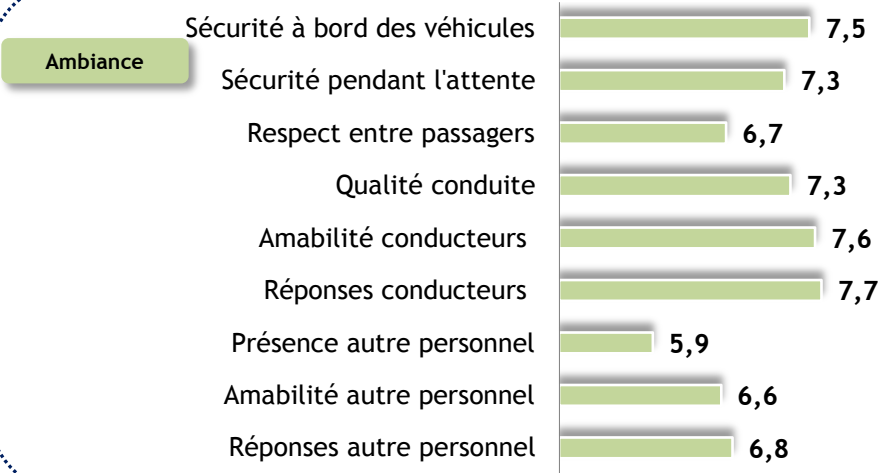
SATISFACTION DETAILLEE DU BUS : Evolutions

> Les notes de satisfaction du bus, leur évolution 2014 / 2015



Base redressée,
283 clients mensuels du bus

2014	2013	Evolution 2015/2014	Evolution 2015/2013
7,7	7,7	-0,2	-0,2
7,2	7,4	+0,1	-0,1
6,6	6,9	+0,1	-0,2
7,6	7,5	-0,3	-0,2
7,7	7,8	-0,1	-0,2
7,6	8,0	+0,1	-0,3
6,0	6,2	-0,1	-0,3
7,0	6,9	-0,4	-0,3
7,1	7,1	-0,3	-0,3



Augmentation significative par rapport à l'année précédente
Diminution significative par rapport à l'année précédente

Horaires : pas d'évolution notable de la satisfaction ... si ce n'est en tendance un léger recul concernant les amplitudes horaires

Perturbations : une amélioration sensible, même si non significative de la satisfaction concernant l'information en cas de perturbation

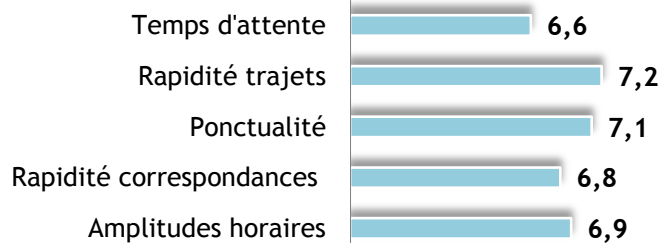
SATISFACTION DETAILLEE DU BUS : Evolutions

> Les notes de satisfaction du bus, leur évolution 2014 / 2015



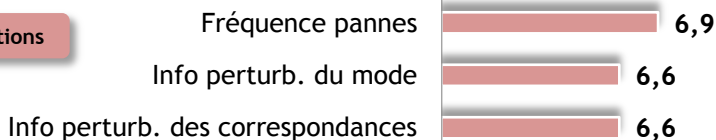
Base redressée,
283 clients mensuels du bus

Horaires



2014	2013	Evolution 2015/2014	Evolution 2015/2013
6,5	6,6	+0,1	=
7,0	7,2	+0,2	=
6,9	7,1	+0,2	=
6,6	6,9	+0,2	-0,1
7,1	7,1	-0,2	-0,2

Perturbations



6,8	7,5	+0,1	-0,6
6,3	6,6	+0,3	=
6,2	6,8	+0,4	-0,2

Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 Diminution significative par rapport à l'année précédente

Les évolutions des jugements concernant le bus sont peu nombreuses en 2015 ... les spécificités par profil sont peu marquées

SATISFACTION DETAILLEE DU BUS : Evolution par profil

*Base redressée,
283 clients mensuels du bus*

Seuls sont présentés ici les critères ayant évolué de manière significative entre 2014 et 2015 pour au moins un sous-échantillon considéré



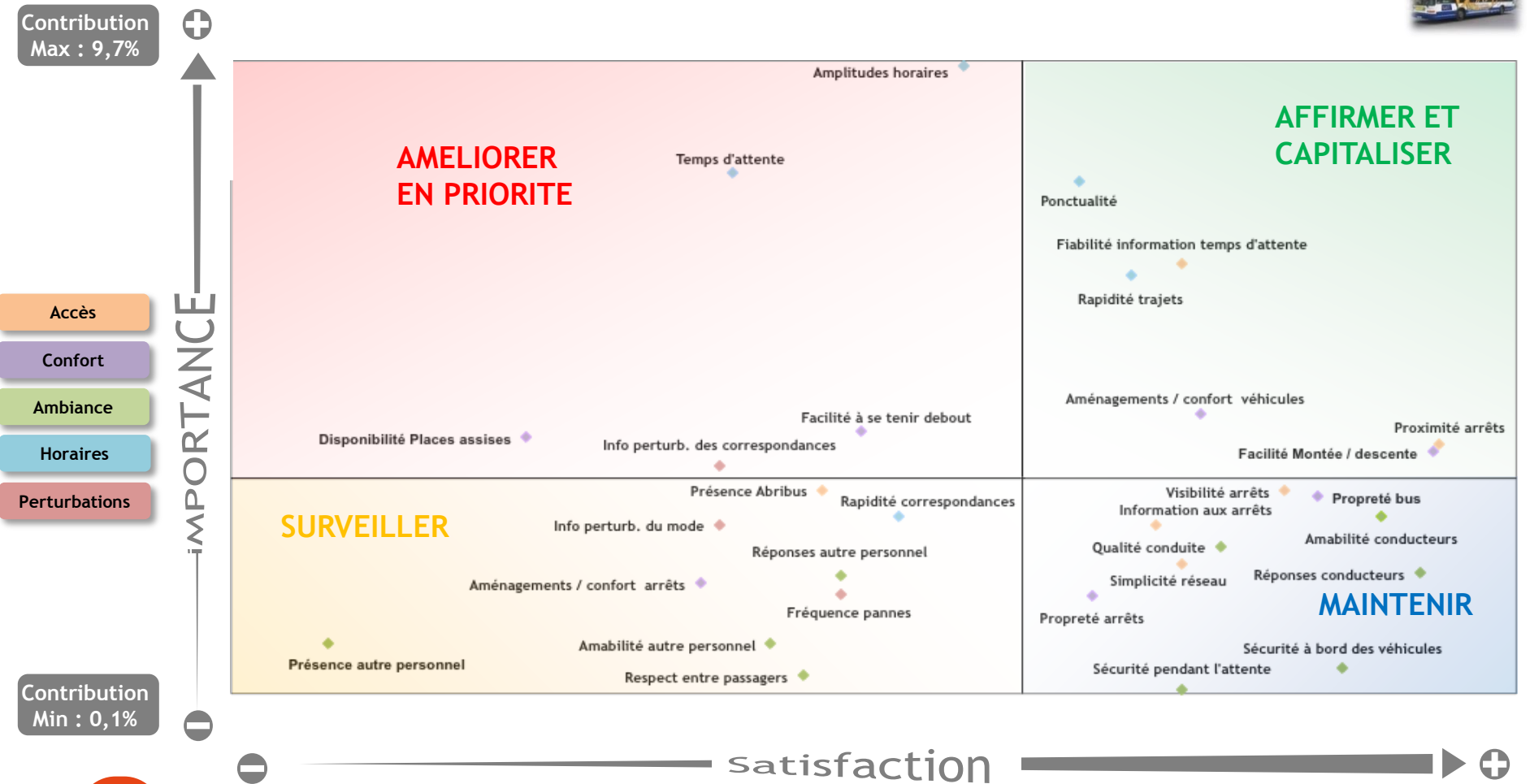
	Score 2015	Evolution 2014/2015	Les évolutions positives par profil entre 2014 et 2015	Les évolutions négatives par profil entre 2014 et 2015
Le confort des arrêts : espace pour s'abriter, s'asseoir	6,5		1ère Périphérie (6,9 vs 6,1)	-
La compétence du personnel Tisséo dans le bus, autre que conducteur, pour répondre aux questions des usagers	6,8		-	25-34 ans (6,2 vs 7,5)
La qualité de conduite du conducteur	7,3		-	-
La ponctualité et le respect des horaires	7,1		CSP+ (6,8 vs 5,8)	-

Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 Diminution significative par rapport à l'année précédente

BUS : attentes pour plus d'amplitudes horaires et de fréquence

A améliorer en priorité : ... les fréquences principalement, puis les amplitudes horaires
A affirmer / renforcer : ... ponctualité, fiabilité de l'information sur le temps d'attente, rapidité des trajets en bus

SATISFACTION DU BUS : AXE DE PROGRES

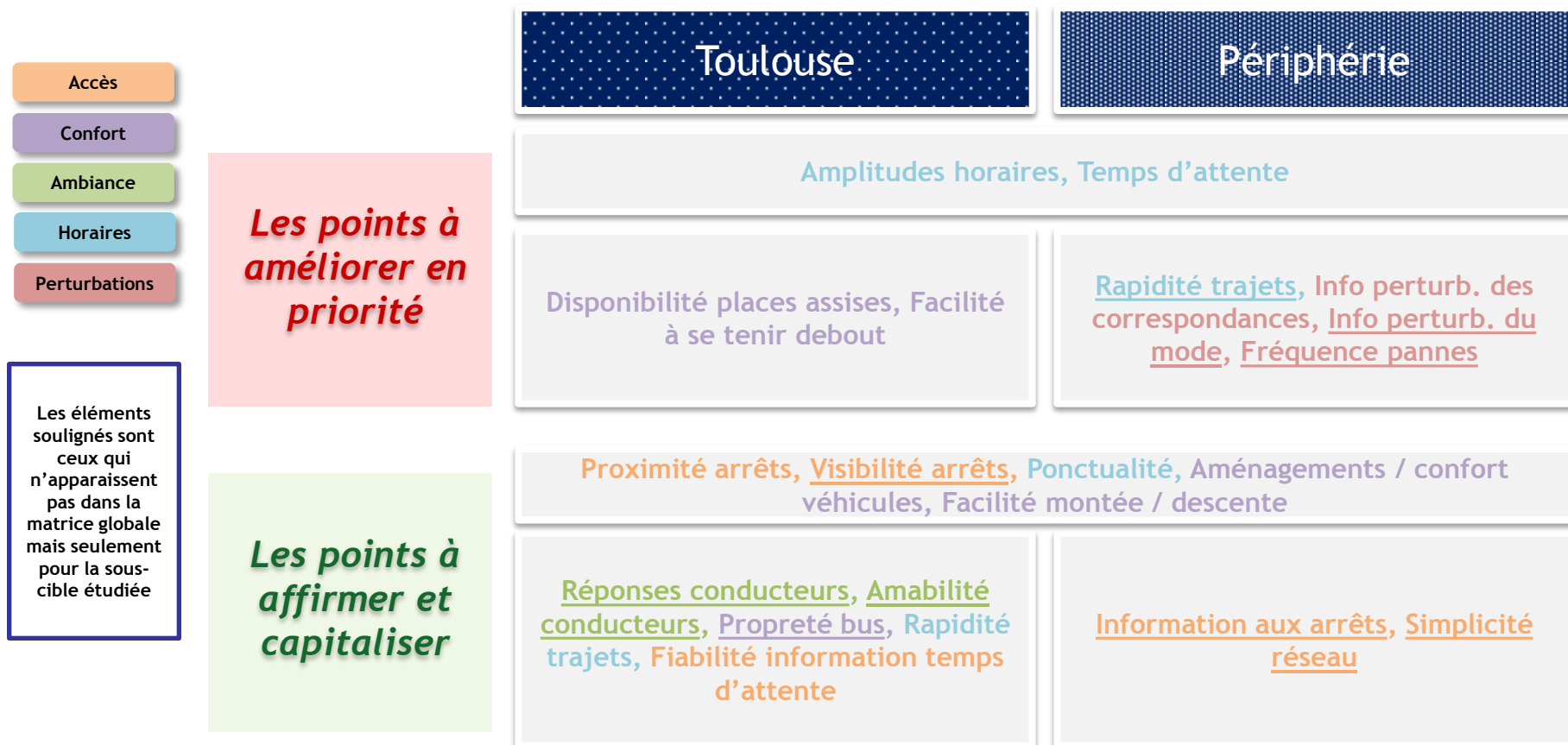


Tous : des axes de progrès dans le renforcement des fréquences et amplitudes horaires

Habitants de Toulouse : ... plus de confort surtout via la disponibilité des places assises et la facilité pour se tenir dans les bus

Habitants de la périphérie : ... Plus de performance en termes de rapidité des trajets et d'information en cas de perturbation

SATISFACTION DU BUS : AXE DE PROGRES SUIVANT LA ZONE D'HABITATION



Les éléments soulignés sont ceux qui n'apparaissent pas dans la matrice globale mais seulement pour la sous-cible étudiée

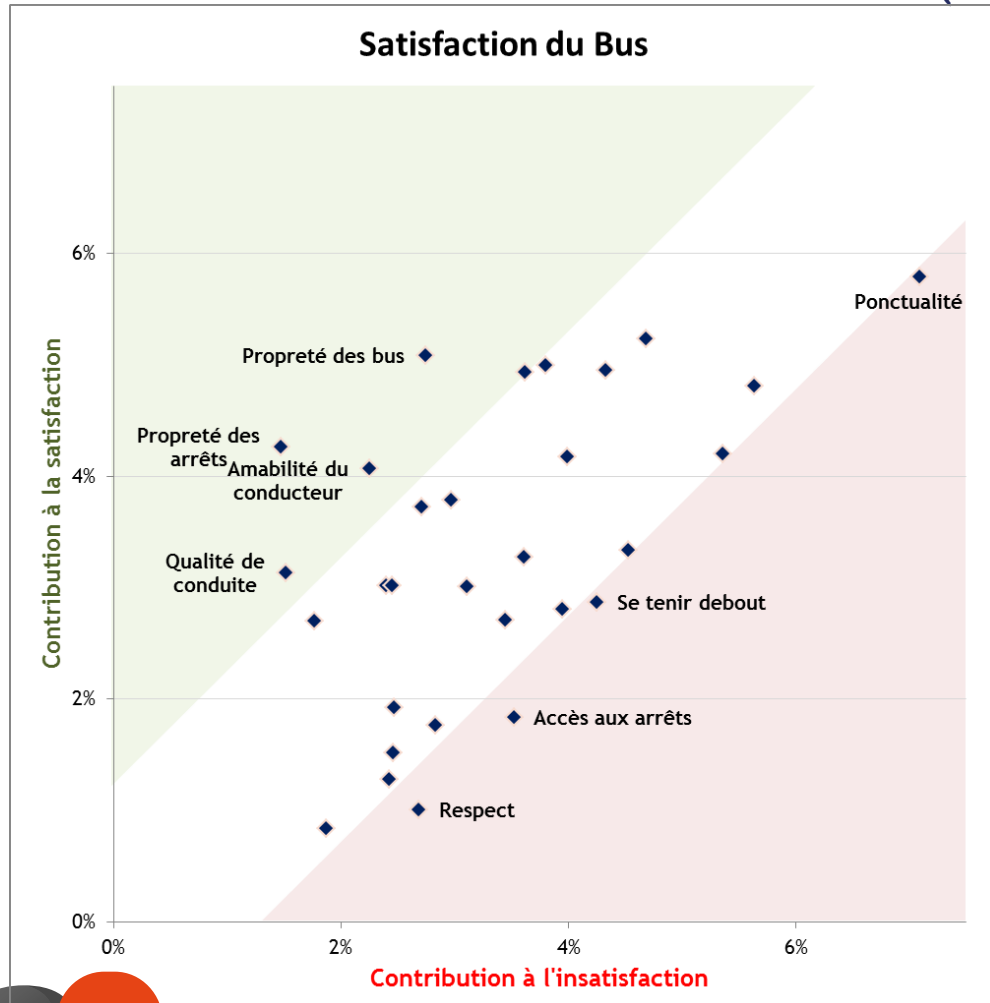
ATTENTES BUS
: humanité,
confort
minimal,
ponctualité,
proximité,

LES ATTENTES MAJEURES BUS

... Un mode respectueux de l'utilisateur en termes de propreté de l'environnement de voyage, de dimension humaine : accueil par le conducteur, mais aussi d'ambiance (relations avec les autres passagers) et de confort en position debout

... Mais aussi un mode fiable / ponctuel, suffisamment proche d'accès

SATISFACTION DU BUS : CONTRIBUTIONS (Analyse dissymétrique)



- Facteurs contribuant le plus fortement en 2015 à la **satisfaction** :
- La propreté des bus et arrêts
 - L'amabilité du conducteur et la qualité de conduite
- Facteurs contribuant le plus fortement en 2015 à l'**insatisfaction** :
- La ponctualité
 - Le confort de voyage en situation debout
 - L'accès aux arrêts
 - Le respect mutuel entre passagers

TRAM : une satisfaction en très légère hausse

Un niveau de satisfaction à l'égard de l'utilisation du tram élevé (note de 7,6), et en légère hausse par rapport à 2014 (retour à un niveau proche de celui de 2013)



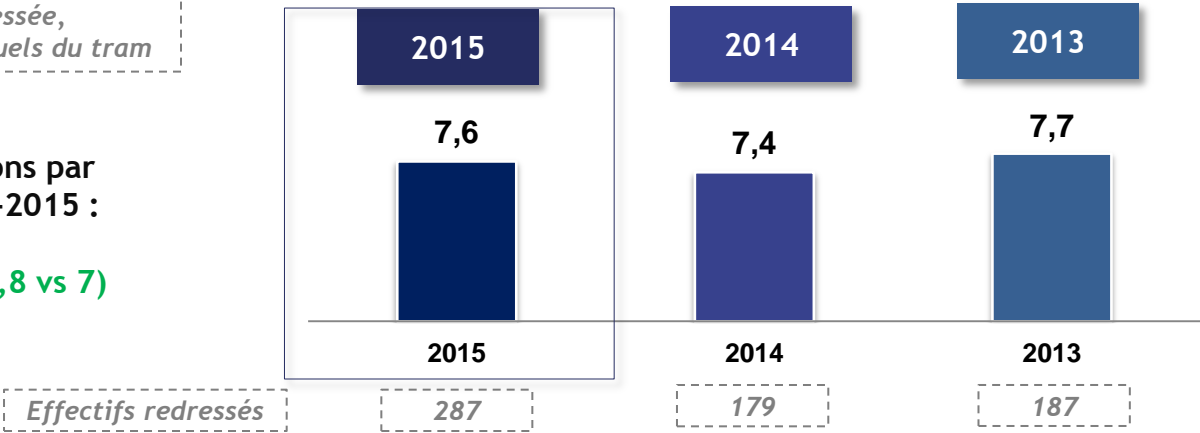
SATISFACTION GLOBALE DU TRAM

Q30. Quelle note de 0 à 10 donneriez-vous concernant votre satisfaction de l'utilisation du Tram ?

Base redressée,
287 clients mensuels du tram

Les évolutions par
profil 2014 -2015 :

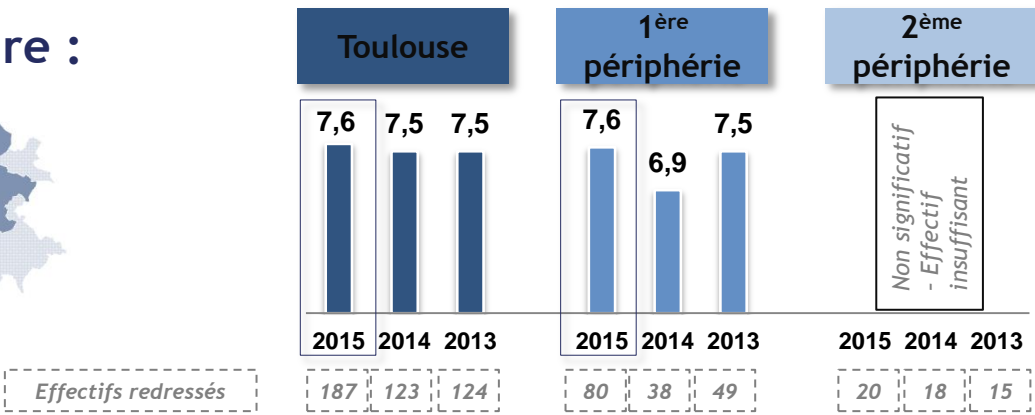
35-49 ans (7,8 vs 7)



Les plus positifs en 2015 :
Aucun

Les moins positifs en 2015 :
25-34 ans (6,8)

... Par territoire :



Augmentation significative par rapport à l'année précédente

Diminution significative par rapport à l'année précédente

Significativement sup. au global

Significativement inf. au global

TRAM :
toujours de
gros points
forts dans le
confort et
l'accessibilité

Points forts : propreté et confort des rames, facilité pour entrer/sortir ... information en station (information en général, fiabilité du temps d'attente affiché)

Points faibles : manque de personnel sur la ligne, manque d'efficacité des solutions proposées en cas de perturbation et rapidité de circulation

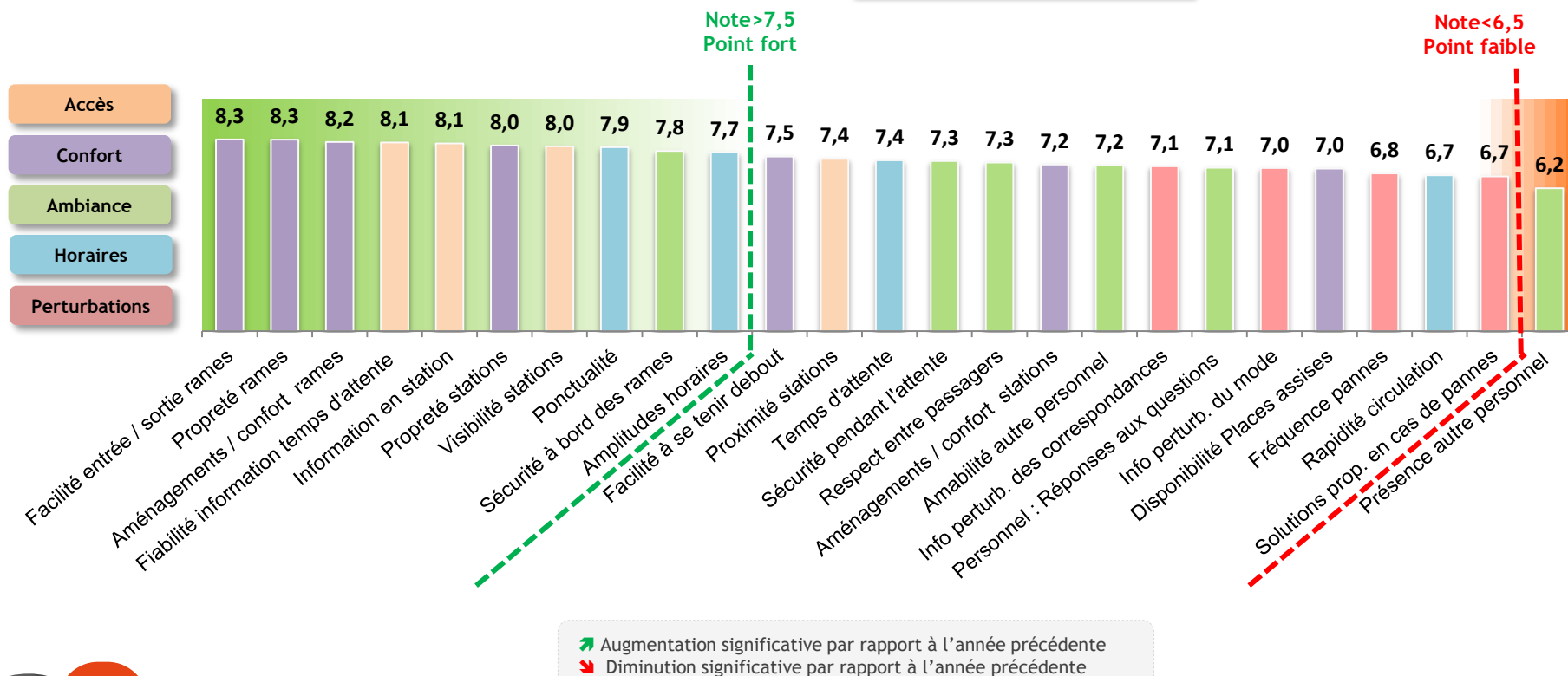
SATISFACTION DETAILLEE DU TRAM

Q31. Je vais vous demander de donner une note sur 10 à différentes caractéristiques du Tram.



Base redressée,
287 clients mensuels du tram

Note globale 7,6



Accès : en tendance, une amélioration de satisfaction concernant la proximité des stations (impact de la nouvelle ligne T2) et de l'information en station

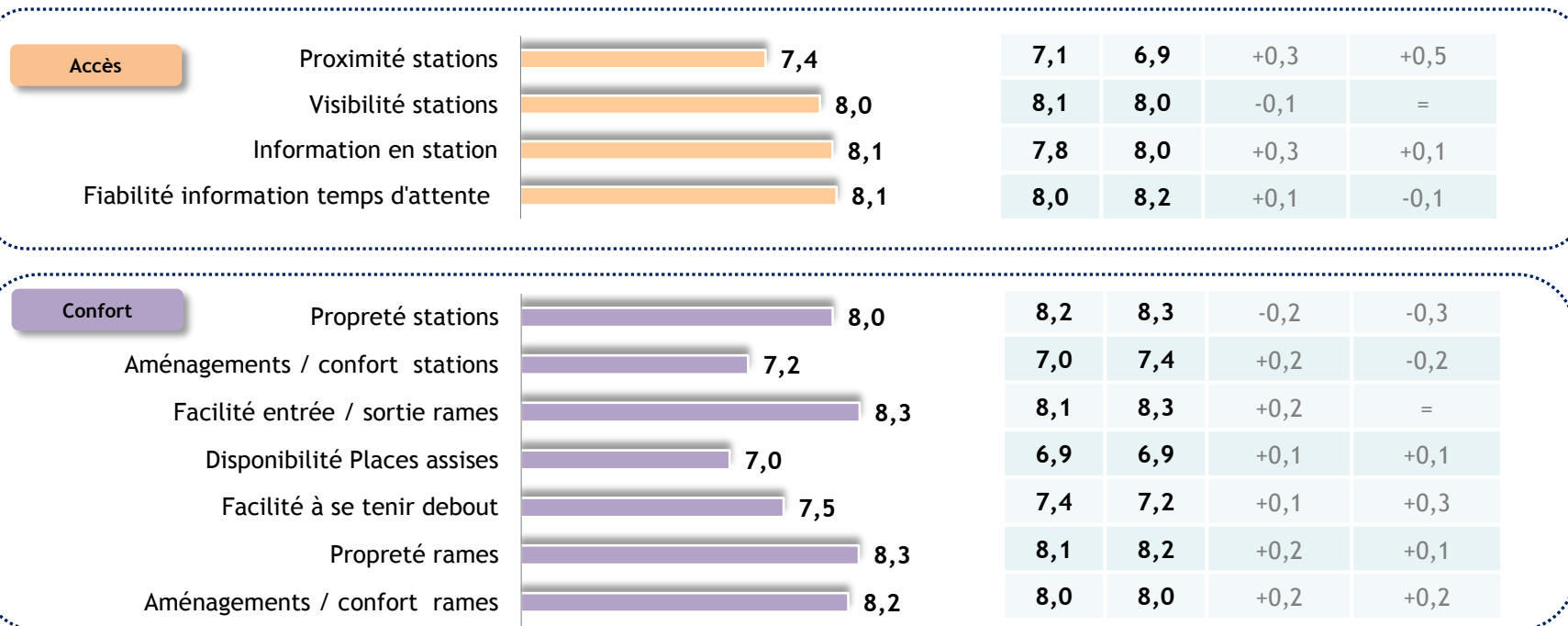
Confort : une satisfaction ayant peu évolué

SATISFACTION DETAILLEE DU TRAM : Evolutions



> Les notes de satisfaction du tram, leur évolution 2014 / 2015

Base redressée,
287 clients mensuels du tram



Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 Diminution significative par rapport à l'année précédente

TRAM :
dans le détail,
retour à la
normale pour
la gestion des
perturbations

Ambiance : une tendance à la dégradation du sentiment de sécurité pendant l'attente à surveiller

Horaires : amélioration en tendance du jugement sur le temps d'attente

Perturbations : un retour à la situation 2013 pour la gestion des situations perturbées (information et solutions alternatives proposées)

SATISFACTION DETAILLEE DU TRAM : Evolutions

> Les notes de satisfaction du tram, leur évolution 2014 / 2015

Base redressée,
287 clients mensuels du tram



2014	2013	Evolution 2015/2014	Evolution 2015/2013
------	------	------------------------	------------------------

Ambiance

Sécurité à bord des rames	7,8
Sécurité pendant l'attente	7,3
Respect entre passagers	7,3
Présence autre personnel	6,2
Amabilité autre personnel	7,2
Personnel : Réponses aux questions	7,1

7,8	8,1	=	-0,3
7,6	7,7	-0,3	-0,4
7,1	7,2	+0,2	+0,1
6,3	6,1	-0,1	+0,1
7,1	7,0	+0,1	+0,2
7,3	7,0	-0,2	+0,1

Horaires

Temps d'attente	7,4
Rapidité circulation	6,7
Ponctualité	7,9
Amplitudes horaires	7,7

7,0	7,1	+0,4	+0,3
6,7	6,7	=	=
7,9	7,8	=	+0,1
7,5	7,5	+0,2	+0,2

Perturbations

Fréquence pannes	6,8
Info perturb. du mode	7,0
Info perturb. des correspondances	7,1
Solutions proposées en cas de pannes	6,7

7,0	7,0	-0,2	-0,2
6,7	7,3	+0,3	-0,3
6,8	7,2	+0,3	-0,1
6,4	6,6	+0,3	+0,1

▲ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
▼ Diminution significative par rapport à l'année précédente

En 2015, les 35-49 ans ont exprimé un jugement plus positif concernant les stations (proximité, information, confort), le respect entre passagers et le temps d'attente
 ... Les étudiants-scolaires sont en revanche moins satisfaits qu'en 2014 de la sécurité (à bord ou aux stations) et de la rapidité de circulation

SATISFACTION DETAILLEE DU TRAM : Evolution par profil

*Base redressée,
287 clients mensuels du tram*

Seuls sont présentés ici les critères ayant évolué de manière significative entre 2014 et 2015 pour au moins un sous-échantillon considéré



	Score 2015	Evolution 2014/2015	Les évolutions positives par profil entre 2014 et 2015	Les évolutions négatives par profil entre 2014 et 2015
La proximité des stations par rapport à vos lieux de départ, de destination	7,4		50-64 ans (8,1 vs 6,9); 35-49 ans (7,6 vs 6,4)	-
L'information pour les usagers dans les stations : plans, horaires, messages affichés, orientation	8,1		35-49 ans (8,2 vs 7,3)	-
Le confort dans les stations : espace pour s'abriter, s'asseoir...	7,2		35-49 ans (7,5 vs 6,7)	-
La facilité pour se tenir debout pendant le voyage	7,5		Employés-Ouvriers (8 vs 7,2)	-
Le sentiment de sécurité pendant le voyage	7,8		-	Etudiants - Scolaires (7,6 vs 8,5)
Le sentiment de sécurité pendant l'attente	7,3		-	Util. Bus mensuel (7,2 vs 7,7); Etudiants - Scolaires (7 vs 8,4)
Le respect entre les passagers	7,3		35-49 ans (7,5 vs 6,6)	-
La compétence du personnel Tisséo dans le Tram pour répondre aux questions des usagers	7,1		-	-
La disponibilité et l'amabilité du personnel Tisséo dans le Tram	7,2		-	-
Le temps d'attente entre deux Tram	7,4		Employés-Ouvriers (7,7 vs 6,7); 50-64 ans (7,7 vs 6,5); 35-49 ans (7,5 vs 6,7)	
La rapidité de circulation	6,7			Etudiants - Scolaires (6,3 vs 7,5)

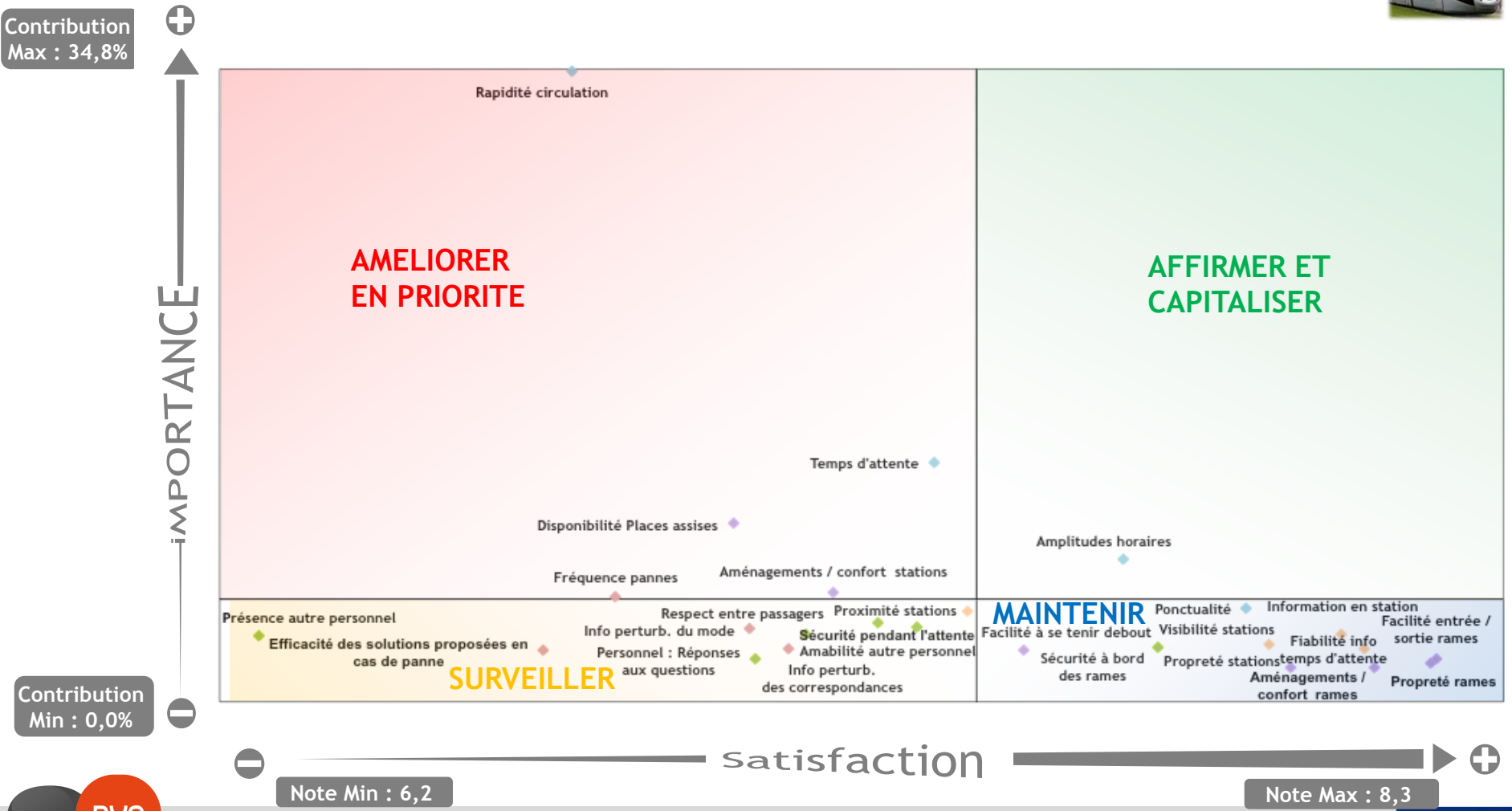
▲ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 ▼ Diminution significative par rapport à l'année précédente

TRAM :
des attentes
pour plus de
rapidité, de
places assises,
de fréquence

A améliorer en priorité : des leviers d'amélioration de la satisfaction dans la rapidité des trajets, le temps d'attente et la disponibilité des places assises

A affirmer / renforcer : les amplitudes horaires

SATISFACTION DU TRAM : AXE DE PROGRES



TRAM :
des attentes
pour plus de
rapidité et de
confort

Tous : des leviers de satisfaction dans l'amélioration de la rapidité des trajets et du confort via la disponibilité de places assises

Clients de Toulouse : ... Egalement des attentes concernant les temps d'attente et l'amabilité du personnel

Clients de la périphérie : ... Des attentes spécifiques sur le confort (facilité à se tenir dans le tram) et sur la gestion des situations perturbées

SATISFACTION DU TRAM : ATTENTES SUIVANT LA ZONE D'HABITATION



- Accès
- Confort
- Ambiance
- Horaires
- Perturbations

Les points à améliorer en priorité

Les points à affirmer et capitaliser

Les éléments soulignés sont ceux qui n'apparaissent pas dans la matrice globale mais seulement pour la sous-cible étudiée

Toulouse	Périphérie
Rapidité circulation, Disponibilité places assises	
<u>Temps d'attente</u> , <u>Amabilité autre personnel</u>	<u>Facilité à se tenir debout</u> , <u>Fréquence pannes</u> , <u>Info perturb. du mode</u>
Amplitudes horaires, <u>Ponctualité</u>	
Pas de point spécifique	<u>Temps d'attente</u>

ATTENTES
TRAM :
propreté et
sécurité,
rapidité et
hyper
disponibilité

LES ATTENTES MAJEURES TRAM

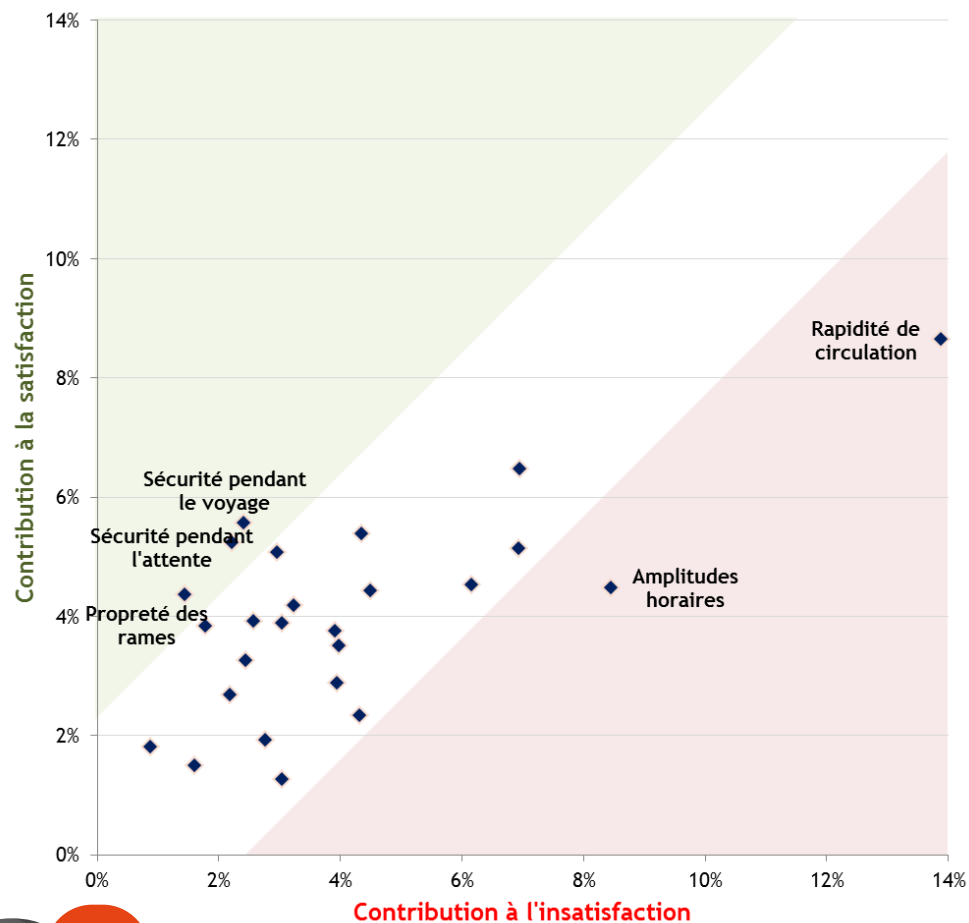
... Un mode respectueux de l'utilisateur en termes de propreté de l'environnement et de sentiment de sécurité

... Mais aussi un mode rapide et très disponible en termes de plages horaires

SATISFACTION DU TRAM : CONTRIBUTIONS (Analyse dissymétrique)



Satisfaction du Tram



Facteurs contribuant le plus fortement en 2015 à la **satisfaction** :

- Sentiment de sécurité pendant l'attente ou le voyage
- Propreté des rames

Facteurs contribuant le plus fortement en 2015 à l'**insatisfaction** :

- Rapidité de circulation
- Amplitudes horaires

3.3 - Satisfaction des autres aspects du service

**SERVICE :
évolutions
plutôt
favorables de
la satisfaction**

Par rapport à 2014, une amélioration des jugements concernant l'information mise à disposition et l'efficacité des solutions de substitution en cas de fortes perturbations, se traduisant par un rattrapage des scores de 2013 ...

Pour la plupart des autres critères, hormis le déroulement des contrôles, des évolutions en tendance favorables

SATISFACTION SUR LE SERVICE DE TISSEO

Q39. Concernant le service de TISSEO, quelle note de 0 à 10 donneriez-vous aux éléments suivants ?

Base redressée,
968 clients mensuels de TISSEO

		2014	2013	Evolution 2015/2014	Evolution 2015/2013
La simplicité et la rapidité pour faire un changement entre le métro, le tram et les bus...	7,3	7,2	7,3	+0,1	=
Les moyens d'information mis à votre disposition	7,3 ↗	7,0	7,5	+0,3	-0,2
L'information sur les titres de transports	7,2	7,0	7,2	+0,2	=
Le déroulement des contrôles de titres de transport	7,0	7,0	7,3	=	-0,3
Le prix, les différents tarifs qui vous sont proposés	6,7	6,5	6,8	+0,2	-0,1
La desserte de Toulouse et des communes périphériques	6,4	6,1	6,3	+0,3	+0,1
L'efficacité de la mise en place d'un service minimum en cas de fortes perturbations du...	6,3 ↗	6,0	6,2	+0,3	+0,1

↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente

SERVICE : des femmes, résidant de 1^{ère} périphérie, 25-34 ans ... plus positifs en 2015

Des jugements qui progressent en particulier auprès d'un profil de femmes, de 25-34 ans, de résidents de la 1^{ère} périphérie et d'utilisateurs mensuels du métro

SATISFACTION SUR LE SERVICE DE TISSEO : EVOLUTION PAR PROFIL

Q39. Concernant le service de TISSEO, quelle note de 0 à 10 donneriez-vous aux éléments suivants ?

Base redressée, 968 clients mensuels de TISSEO	Score 2015	Evolution 2014/2015	Les évolutions positives par profil entre 2014 et 2015	Les évolutions négatives par profil entre 2014 et 2015
La simplicité et la rapidité pour faire un changement entre le métro, le tram et les bus et/ou le TAD	7,3	+ 0,1 point	65 ans et + (7,8 vs 7,2); Retraités (7,7 vs 7,2); Réalisant des correspondances (7,6 vs 7,2); Util. Bus (7,6 vs 7,3); 1 ^{ère} périphérie (7,5 vs 7,1); Femme (7,4 vs 7,1); Util Métro (7,4 vs 7,2)	-
Les moyens d'information mis à votre disposition	7,3	+ 0,3 point	Util. Bus (7,5 vs 7,2); Réalisant des correspondances (7,5 vs 7,1); Employés-Ouvriers (7,4 vs 6,9); Homme (7,4 vs 7,1); 1 ^{ère} périphérie (7,4 vs 6,9); Util Métro (7,4 vs 7,0); Femme (7,3 vs 6,9); 35-49 ans (7,2 vs 6,8); CSP+ (7,0 vs 6,7)	-
L'information sur les titres de transports	7,2	+ 0,2 point	Homme (7,4 vs 7,0); Réalisant des correspondances (7,4 vs 7,1); 25-34 ans (7,3 vs 6,7); Util Métro (7,3 vs 7,0)	-
Le déroulement des contrôles de titres de transport	7,0	=	-	-
Le prix, les différents tarifs qui vous sont proposés	6,7	+ 0,2 point	2 ^{ème} périphérie (7,0 vs 6,5); Femme (6,7 vs 6,3); 1 ^{ère} périphérie (7,0 vs 6,2); Util Métro (6,7 vs 6,5); 25-34 ans (6,5 vs 5,9)	-
La desserte de Toulouse et des communes périphériques	6,4	+ 0,3 point	Util. Bus (6,7 vs 6,4); Homme (6,7 vs 6,2); 1 ^{ère} périphérie (6,6 vs 5,9); Réalisant des correspondances (6,6 vs 6,3); Util Métro (6,5 vs 6,1); 25-34 ans (6,5 vs 5,8); Femme (6,4 vs 6,1); CSP+ (5,8 vs 5,1)	-
L'efficacité de la mise en place d'un service minimum en cas de fortes perturbations du réseau Tisséo	6,3	+ 0,3 point	Réalisant des correspondances (6,5 vs 6,1); Femme (6,5 vs 6,0); 1 ^{ère} périphérie (6,5 vs 5,7); Util Métro (6,4 vs 6,0); 25-34 ans (6,4 vs 5,7)	-

Des clients des parcs-relais toujours peu satisfaits de la facilité à trouver une place de stationnement ...

... Et dont le jugement s'est dégradé en tendance sur la facilité du parcours entre la place de parking et l'arrêt ou la station

SATISFACTION SUR LES PARCS RELAIS

Q43. Quelle note donneriez-vous en ce qui concerne ...

Base redressée, 157 clients mensuels de TISSEO également utilisateurs de la voiture lors des 4 dernières semaines

2014	2013	Evolution 2015/2014	Evolution 2015/2013
N.D	7,3	N.D	-0,4
N.D	7,0	N.D	-0,2
N.D	5,6	N.D	-0,2

La facilité pour aller des places de parking à la station de tram et/ou de métro ou à l'arrêt de bus

6,9

Votre sentiment de sécurité dans ce parking

6,8

La facilité pour trouver une place disponible dans ce parking

5,4

N.D : données non disponibles

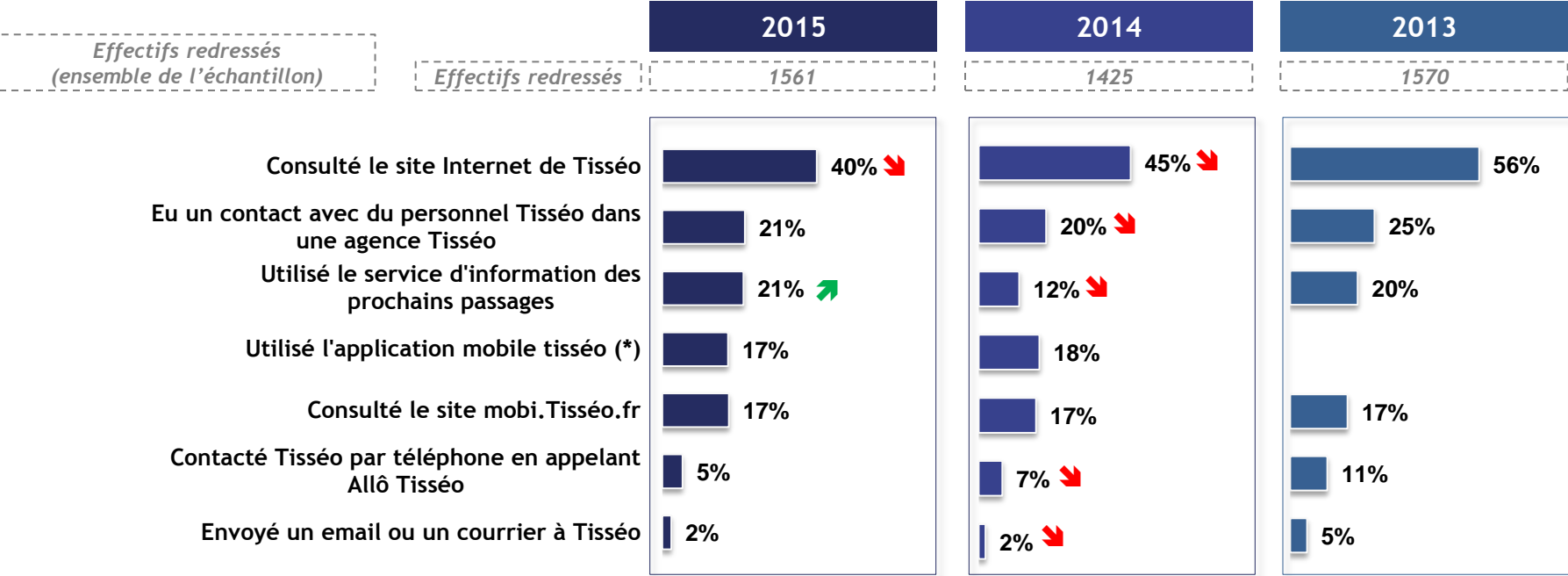
Des moyens d'information à distance très utilisés : le site Internet (utilisé par 40% des habitants de l'agglomération, mais moins qu'en 2014) puis le service d'information des prochains passages (21%, en nette progression), l'application mobile Tisséo (par 17%) ou le site Mobi-Tisséo (par 17%)

Des agences fréquentées par 21% des habitants de l'agglomération, proportion qui se stabilise en 2015

LES MOYENS DE CONTACT AVEC TISSEO

(*) Nouveau mode de contact en 2014

Q51. Au cours des 6 derniers mois, avez-vous...



Des 15-24 ans et étudiants-scolaires utilisant plus souvent les outils numériques (site internet, application mobile, site mobile, service d'information des prochains passages) pour contacter Tisséo

... et un service d'information des prochains passages dont l'usage se développe auprès de nombreux profils

LES MOYENS DE CONTACT AVEC TISSEO

Q51. Au cours des 6 derniers mois, avez-vous...

En 2015, des profils contactant plus souvent Tisséo via ...

- ... le site internet : Util. Abo (59%) ou 10 dép. (53%), 15-17 ans (58%), étud-scolaires (56%), 18-24 ans (53%), CSP+ (48%)
- ... un contact direct avec du personnel en agence : 15-17 ans (38%), Util. Abonnements (37%) ou Titres gratuits (36%), étudiants-scolaires (29%)
- ... le service d'information des prochains passages : 15-17 ans (57%), étudiants-scolaires (46%), 18-24 ans (41%), Util. Abonnements (37%) ou Titres gratuits (29%)
- ... l'application mobile tisséo : 15-17 ans (50%), étud-scolaires (43%), 18-24 ans (37%), Util. Abonnements (33%) ou 10 déplacements (26%)
- ... le site mobi.tisseo.fr : 15-17 ans (44%), étudiants-scolaires (41%), 18-24 ans (36%), Util. Abonnements (32%)

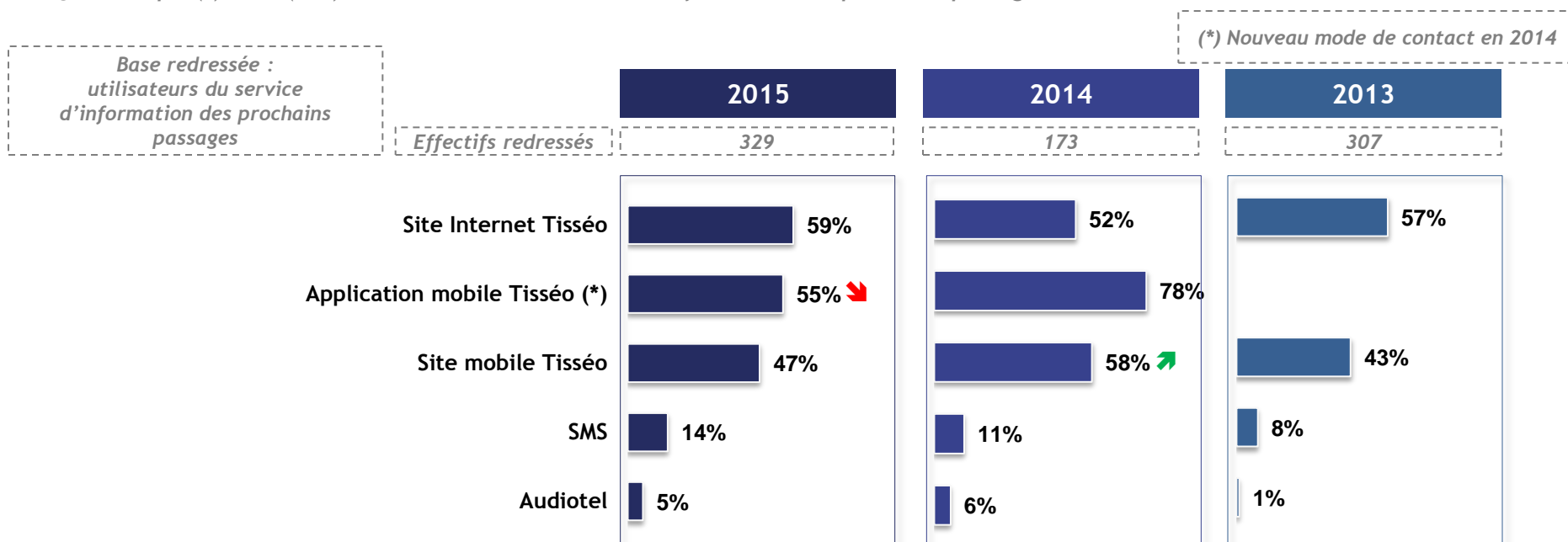
Evolutions 2014-2015 par profil des contacts avec Tisséo via ...

- ... le site Internet : les CSP- (32% vs 44%), les 35-49 ans (41% vs 51%)
- ... le service d'information des prochains passages : les 25-34 ans (23% vs 12%), les 35-49 ans (18% vs 10%), les 50-64 ans (12% vs 5%), les 65 ans et + (8% vs 3%), les CSP+ (20% vs 11%), les étudiants-scolaires (46% vs 31%), les autres inactifs (26% vs 5%), Util. 10 dép. (24% vs 12%) et gratuits (29% vs 6%)
- ... l'application mobile : CSP- (12% vs 20%)
- ... le site mobi.tisseo.fr : Util. 10 dép. (26% vs 16%), Util. titres unitaires (3% vs 18%)
- ... le téléphone : femmes (6% vs 10%)

Des utilisateurs du service d'information sur les prochains passages utilisant moins largement qu'en 2014 l'application mobile Tisséo (55% d'entre eux vs 78% en 2014) ou le site mobile Tisséo ... et plus le site internet

LES CANAUX D'UTILISATION DU SERVICE D'INFORMATION DES PROCHAINS PASSAGES

Q52. Par quel(s) canal(aux) avez-vous utilisé le service d'information des prochains passages ?



Les profils utilisant plus souvent en 2015 le service d'information des prochains passages via ...

- ... le site internet : 25-34 ans (74%), 50-64 ans (74%)
- ... l'application mobile tisséo : 18-24 ans (71%), étudiants-scolaires (69%), Util. 10 déplacements (69%)
- ... le site mobi.tisséo.fr : 25-34 ans (62%)
- ... des SMS : 15-17 ans (34%)

Evolution 2014-2015 de l'utilisation des canaux :

- Application mobile Tisséo : 35-49 ans (57% vs 90%), Util. Abonnements (59% vs 83%), CSP+ (50% vs 85%)

- ↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
- ↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente

Des taux de satisfaction particulièrement élevés pour le service d'information des prochains passages et les visites en agence

... Un service d'information sur les prochains passages et des appels téléphoniques générateurs d'une plus grande satisfaction qu'en 2014

LES MOYENS DE CONTACT AVEC TISSEO : SATISFACTION

Q54. Dans l'ensemble avez-vous été satisfait(e) de...

Base redressée,
Utilisateurs des services

Effectifs redressés

...ST assez + très satisfait

2014	2013	Evolution 2015/2014	Evolution 2015/2013
90%	93%	+9 pts	+6 pts
93%	93%	+3 pts	+3 pts
94%	90%	=	+4 pts
90%	-	+4 pts	-
95%	94%	-2 pts	-1 pt
81%	78%	+9 pts	+12 pts
84%	76%	=	+8 pts

329 Service d'information des prochains passages



334 Visites dans une agence Tisséo



266 Site « mobi.tisséo.fr »



263 Application mobile tisséo



621 Site Internet de Tisséo



82 "Allô Tisséo"



31(*) Email ou courrier de Tisséo



(*) Attention : Base répondant faible
pour ce mode de contact

■ Pas du tout ■ Pas vraiment ■ Plutôt ■ Tout à fait

3.4 – Bilan de satisfaction

Une amélioration de la satisfaction par rapport à 2014 qui peut s'expliquer par la moindre importance jouée par le critère de « l'efficacité du service minimum en situation perturbée » (un retour à la normale par rapport à 2014).

D'autre part, parmi les facteurs impactant le plus fortement la satisfaction, se trouve l'image du tram, qui s'est sensiblement améliorée en 2015

SATISFACTION GLOBALE : AXE DE PROGRES

Contribution
Max : 18,3%

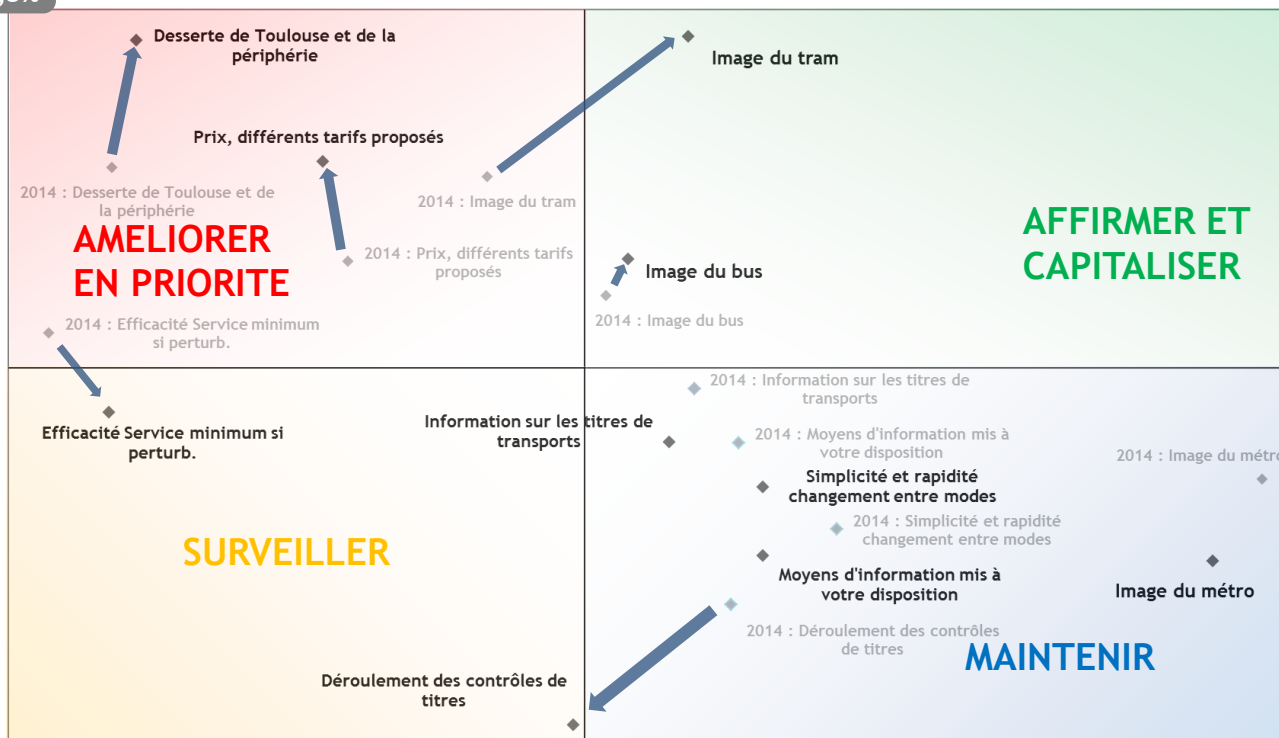
IMPORTANCE

Contribution
Min : 1,0%

Principe : Comparaison des matrices contribution / satisfaction 2014 et 2015, en intégrant, pour cette analyse

- La **satisfaction globale** du service,
- La **satisfaction sur les grandes dimensions du service** (rappel : ces critères contribuent plus que ceux concernant le mode à la satisfaction globale),
- La **note d'image des modes**, qui permet d'avoir pour tous les clients l'appréciation de tous les modes (et pas seulement des modes tirés au sort)

A noter que le principe est valide car pour les clients, image et satisfaction sont très comparables.



Note Min : 6,3

satisfaction

Aide à la lecture :



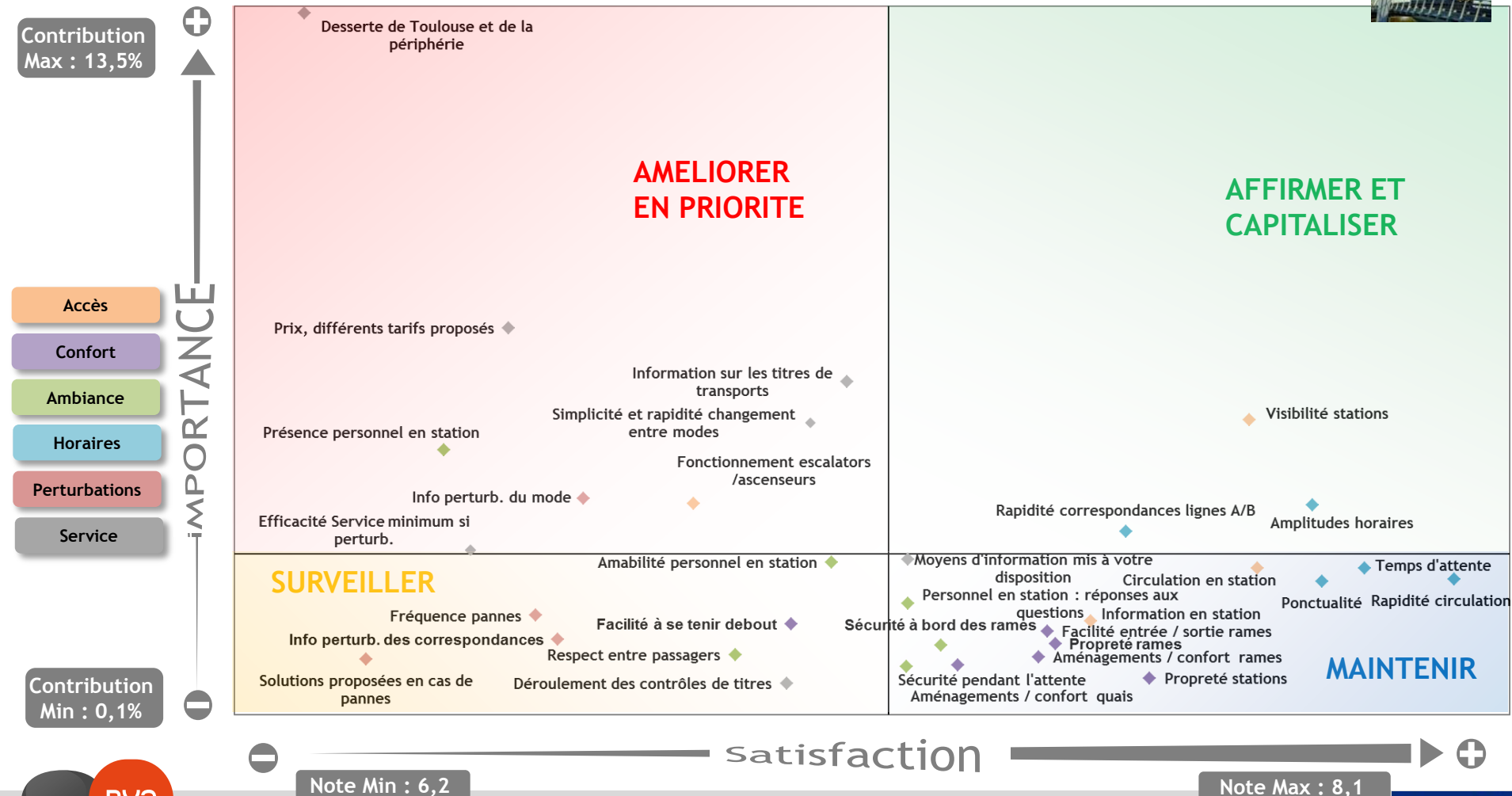
Evolution du positionnement entre 2014 et 2015

Note Max : 7,9

CLIENTS METRO : les attentes 2015

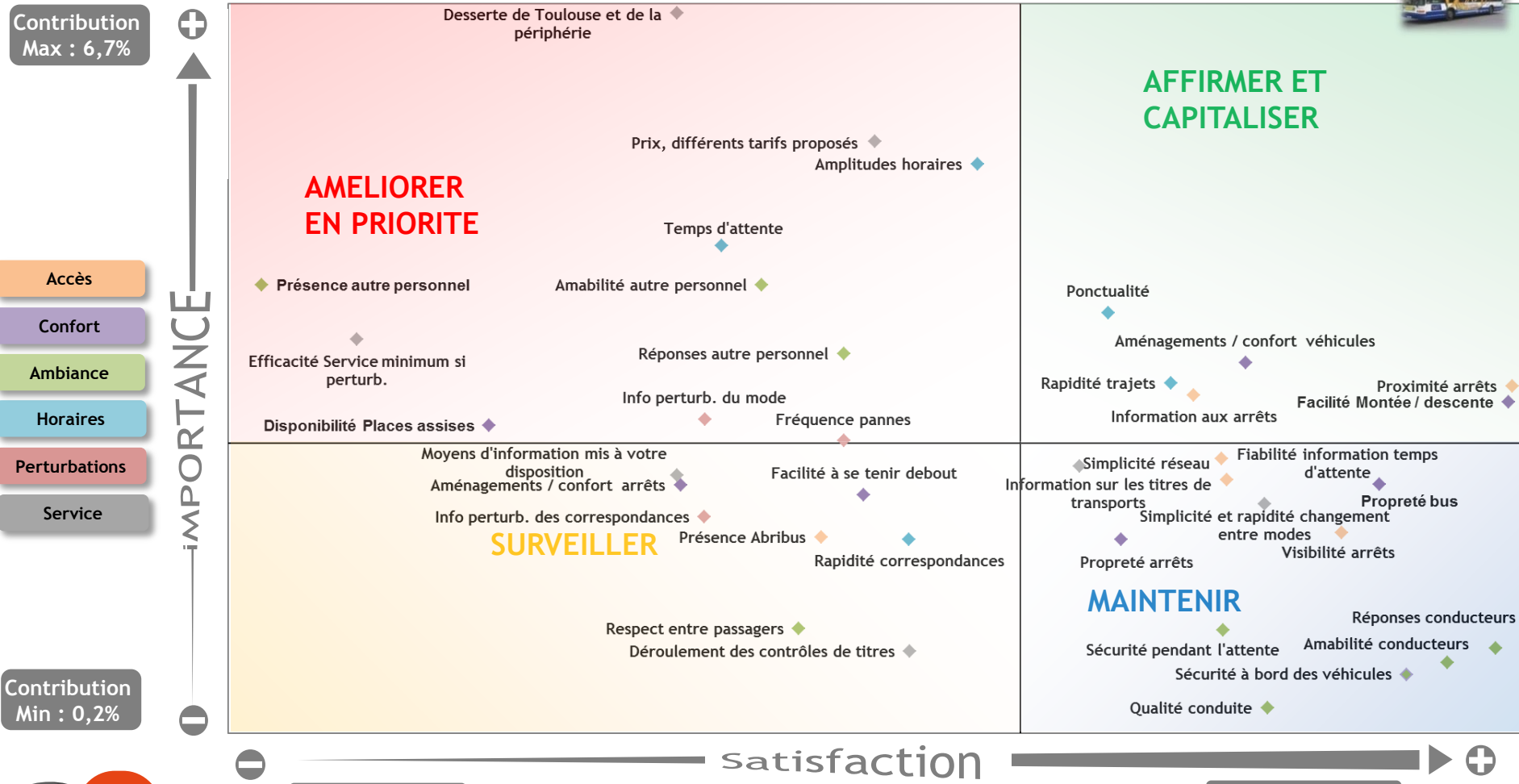
A améliorer en priorité : ... en premier lieu, la proximité des stations (exclue de la représentation graphique), puis la desserte de l'agglomération en général et les tarifs (dont l'information), la simplicité et la rapidité des changements entre modes de transport, la présence du personnel en station, l'information en situation perturbée et le fonctionnement des escalators et ascenseurs

LEVIERS POUR LA SATISFACTION GLOBALE : CLIENTS DU METRO



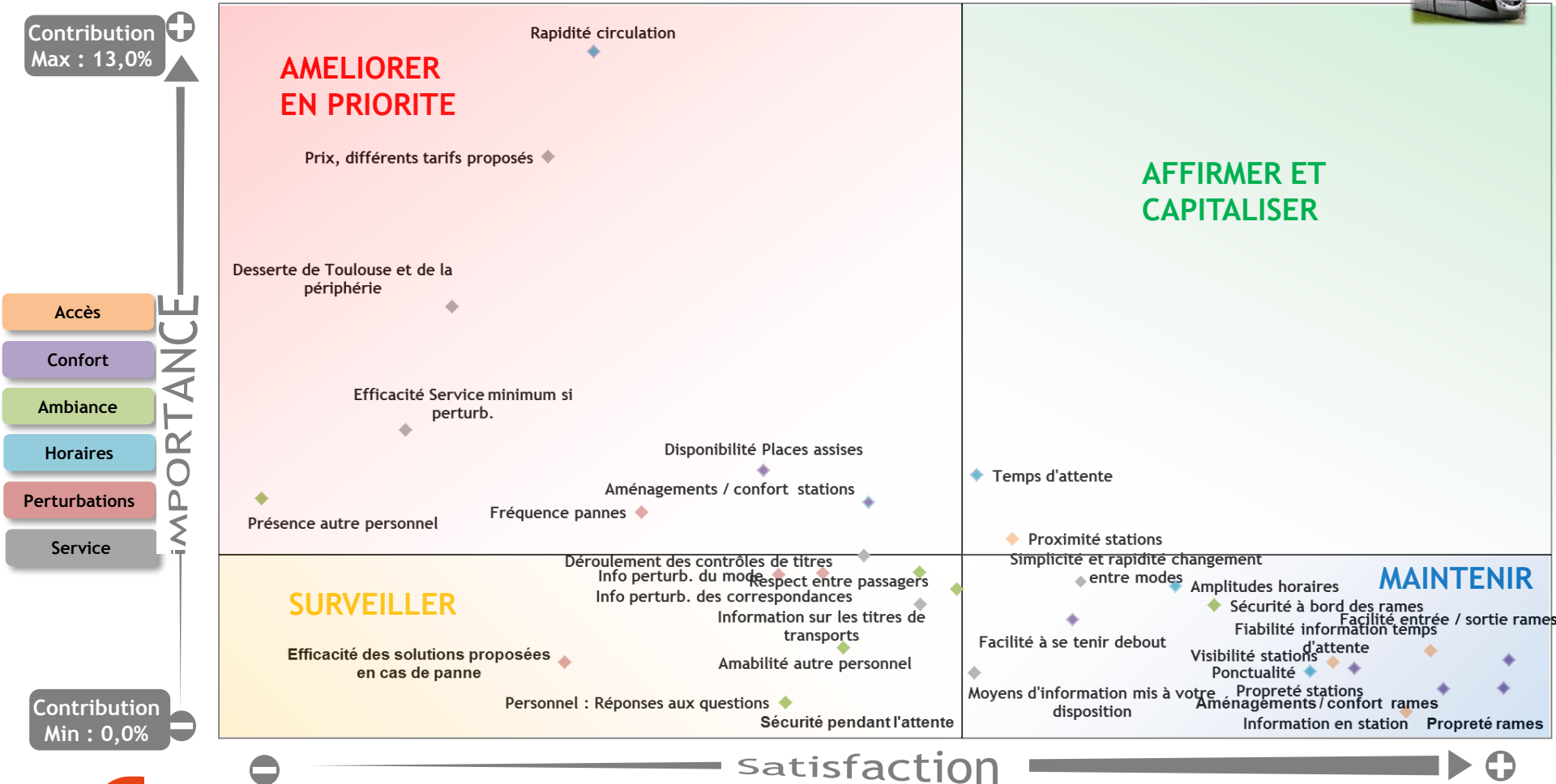
A améliorer en priorité : ... D'abord la desserte de l'agglomération en général, les tarifs proposés ... puis la performance du bus (temps d'attente, amplitudes horaires) ... et enfin relation au personnel autre que les conducteurs en général (présence, amabilité, réponses)

LEVIERS POUR LA SATISFACTION GLOBALE : CLIENTS DU BUS



A améliorer en priorité : ... Une rapidité de circulation qui laisse insatisfaite une partie des clients de ce mode ... puis les tarifs proposés et la desserte de l'agglomération en général, ... ou encore la gestion des perturbations (fréquence et proposition d'un service de substitution) et le confort d'attente (aménagements en station) ou de voyage (présence de places assises)

LEVIERES POUR LA SATISFACTION GLOBALE : CLIENTS DU TRAM

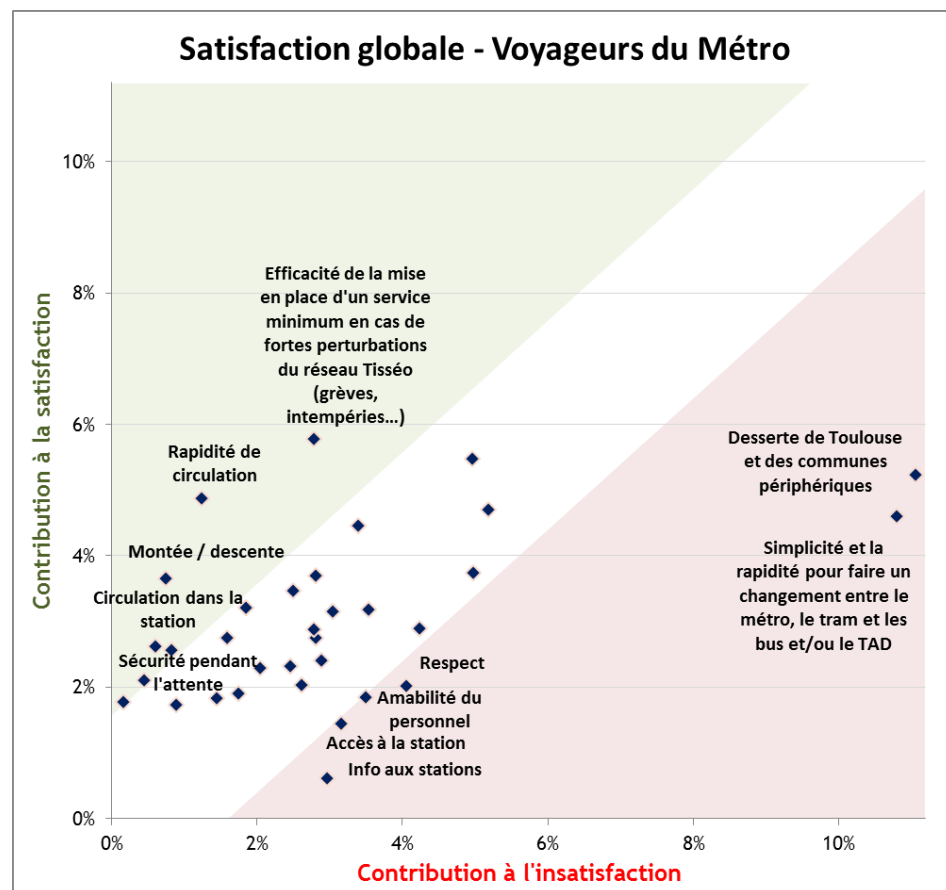


Construction de la satisfaction des clients métro

Facteurs contribuant positivement à la satisfaction des clients métro : mise en place d'un service minimum, rapidité de circulation, facilité pour monter/descendre des rames

Facteurs contribuant négativement à la satisfaction des clients métro : desserte, simplicité et rapidité des changements entre modes

SATISFACTION GLOBALE - Clients du métro : CONTRIBUTIONS (Analyse dissymétrique)



Facteurs contribuant le plus fortement en 2015 à la **satisfaction** :

- L'efficacité du service minimum
- La rapidité de circulation
- La facilité pour monter/descendre du métro
- La circulation dans la station
- La sécurité en station pendant l'attente

Facteurs contribuant le plus fortement en 2015 à l'**insatisfaction** :

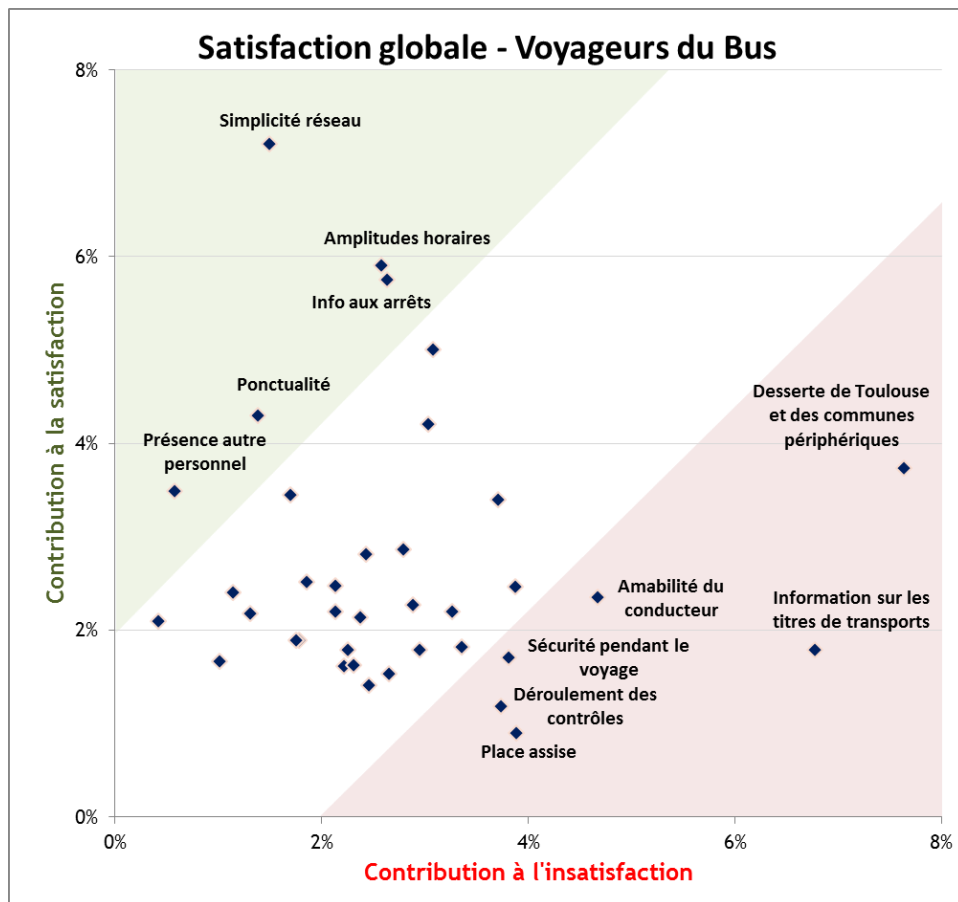
- La desserte de Toulouse et de son agglomération
- La simplicité et la rapidité des changements entre modes
- Le respect entre voyageurs
- L'amabilité du personnel
- L'accès à la station
- L'information dans les stations

Construction de la satisfaction des clients bus

Facteurs contribuant positivement à la satisfaction des clients bus : simplicité du réseau, amplitudes horaires et information aux arrêts

Facteurs contribuant négativement à la satisfaction des clients bus : desserte, information sur les titres de transports, amabilité du conducteur

SATISFACTION GLOBALE - Clients du bus : CONTRIBUTIONS (Analyse dissymétrique)



Facteurs contribuant le plus fortement en 2015 à la **satisfaction**

- La simplicité du réseau
- Les amplitudes horaires
- L'information aux arrêts
- La ponctualité
- La présence d'autre personnel que le conducteur

Facteurs contribuant le plus fortement en 2015 à l'**insatisfaction** :

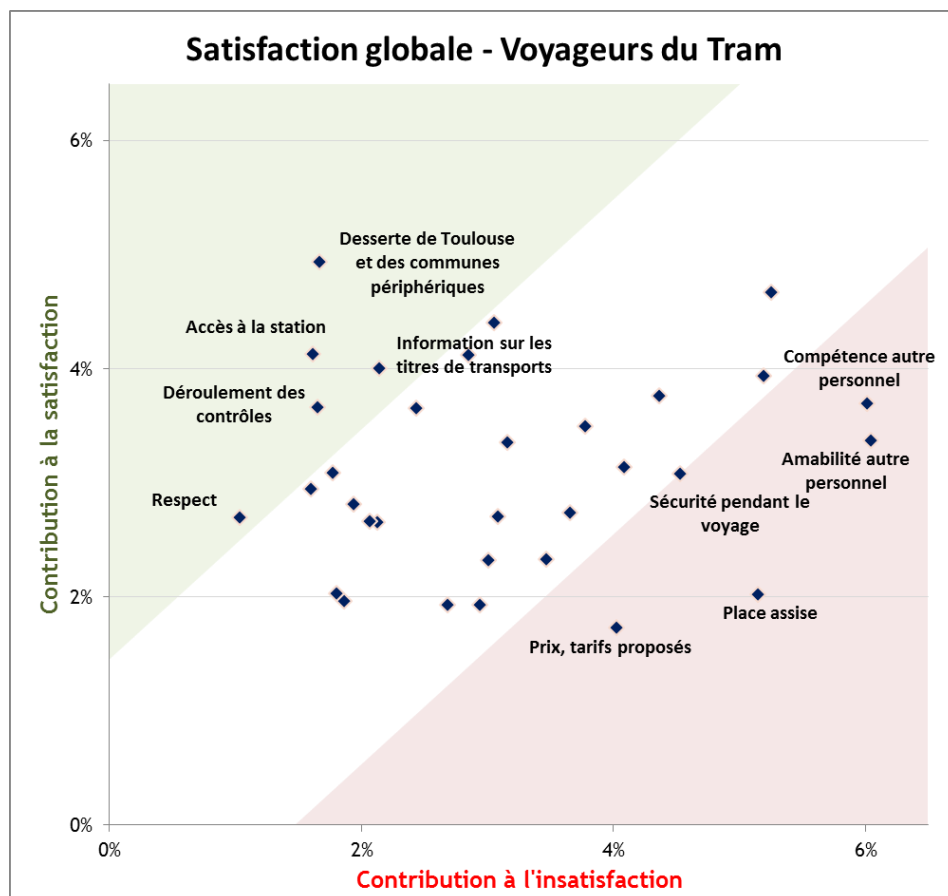
- La desserte de Toulouse et son agglomération
- L'amabilité du conducteur
- L'information sur les titres de transports
- La sécurité pendant le voyage
- Le déroulement des contrôles
- La disponibilité de places assises

Construction de la satisfaction des clients Tram

Facteurs contribuant positivement à la satisfaction des clients métro : desserte, accès aux stations, information sur les titres de transport

Facteurs contribuant négativement à la satisfaction des clients métro : compétence et amabilité du personnel, sécurité pendant le voyage

SATISFACTION GLOBALE - Clients du tram : CONTRIBUTIONS (Analyse dissymétrique)



Facteurs contribuant le plus fortement en 2015 à la **satisfaction** :

- La desserte de Toulouse et de son agglomération
- L'accès aux stations
- L'information sur les titres de transport
- Le déroulement des contrôles
- Le respect entre voyageurs

Facteurs contribuant le plus fortement en 2015 à l'**insatisfaction** :

- La compétence du personnel (autre que le conducteur)
- L'amabilité du personnel (autre que le conducteur)
- La sécurité pendant le voyage
- La facilité pour trouver une place assise
- Les prix et tarifs proposés



Bva

4. ANNEXES - INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

En 2015, une présence plus importante de 25-34 ans parmi les clients du réseau, et moindre des inactifs hors retraités et scolaires/étudiants

PROFIL DES CLIENTS MENSUELS

% sur 100 clients mensuels

Base redressée,
Clients TC Mensuels

Effectifs redressés

2015

968

2014

952

2013

1137

Sexe

Homme 45%
Femme 55%

47%
53%

46%
54%

Âge

15-17 ans 5%
18-24 ans 20%
25-34 ans 19% ↗
35-49 ans 23%
50-64 ans 16%
65 ans et plus 17%

7%
18%
14%
25%
20%
15%

7%
19%
17%
23%
19%
17%

CSP

CSP + 33%
CSP - 24%
Retraités 20%
Etudiants - Scolaires 21%
Autres inactifs 3% ↘

33%
22%
20%
19%
6%

32%
23%
20%
18%
6%

Habitat

Toulouse 61%
Périphérie 39%

60%
40%

59%
41%

↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente

Les profils des clients des différents modes de transport restent très proches en termes de sexe, d'âge, de CSP ou d'habitat, avec une présence moindre des CSP+ dans les bus, et au contraire plus d'étudiants-scolaires

PROFIL DES CLIENTS SUIVANT LES MODES DE TRANSPORT

% sur 100 clients mensuels

2015



... Le bus



... Le métro



... Le tram

Effectifs redressés

500

893

336

Sexe

Homme 45%
Femme 55%

45%
55%

45%
55%

Âge

15-17 ans 8%
18-24 ans 23%
25-34 ans 21%
35-49 ans 18%
50-64 ans 13%
65 ans et plus 16%

5%
20%
19%
23%
16%
16%

3%
23%
19%
23%
14%
18%

CSP

CSP + 27%
CSP - 23%
Retraités 18%
Etudiants-Scolaires 28%
Autres inactifs 4%

33%
24%
19%
21%
3%

32%
23%
19%
23%
3%

Habitat

Toulouse 64%
Périphérie 36%

62%
38%

65%
35%

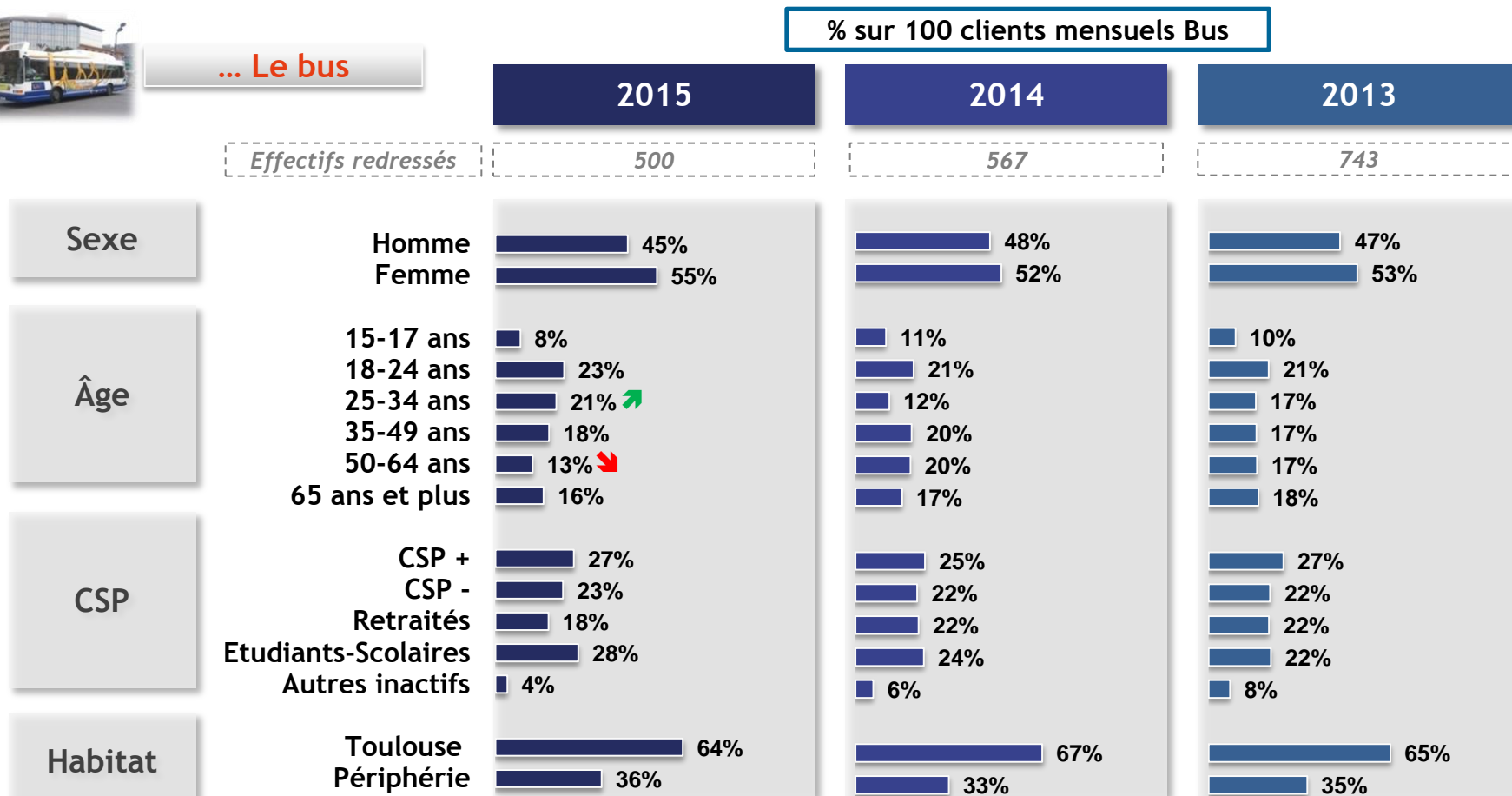
Un profil des clients mensuels du bus très comparable à celui des années précédentes, avec cependant plus de 25-34 ans parmi eux, et moins de 50-64 ans

PROFIL DES CLIENTS MENSUELS DU BUS



... Le bus

% sur 100 clients mensuels Bus



Le profil de la population utilisatrice du métro a très peu évolué en 3 ans ...

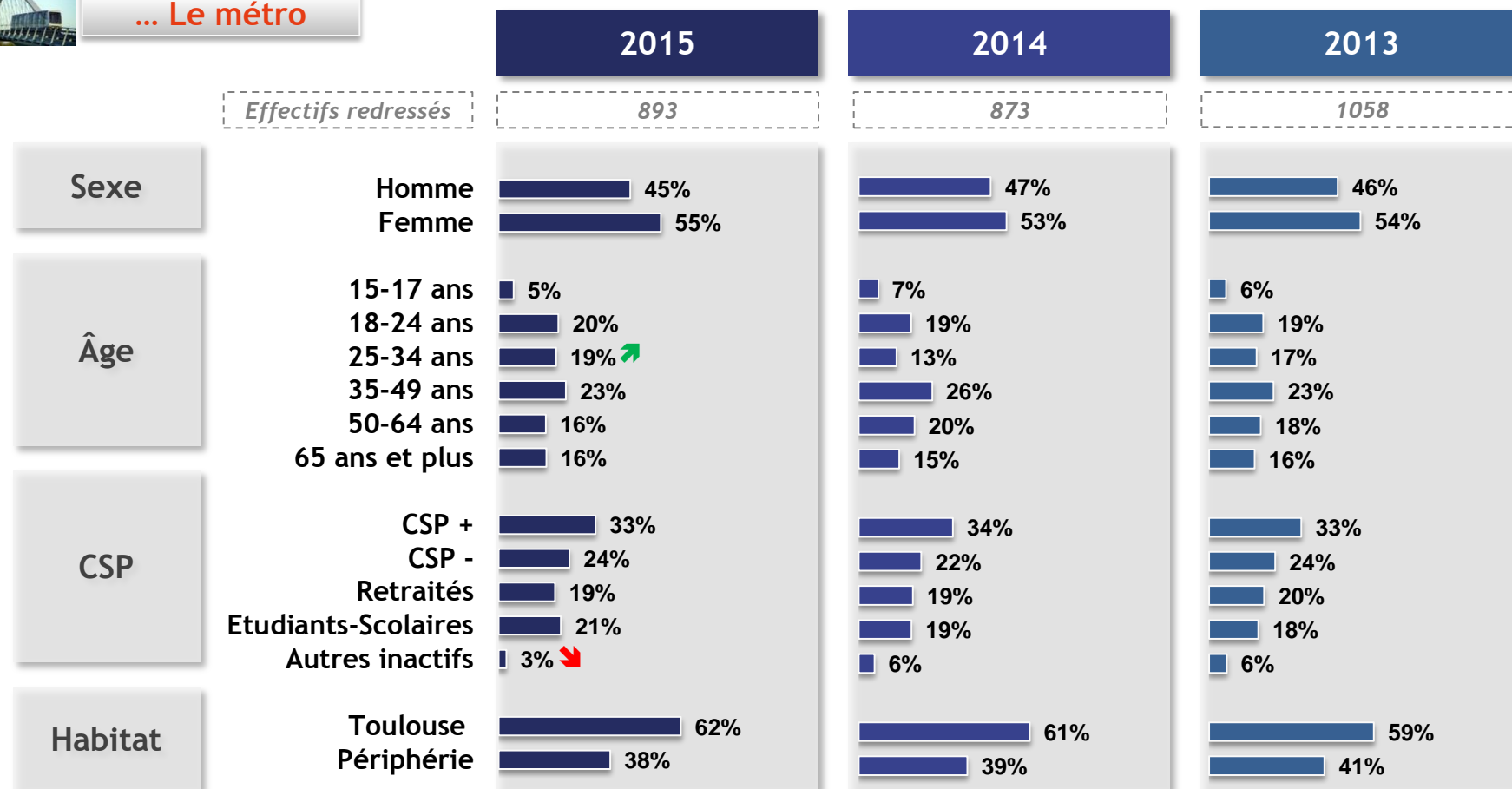
En 2015, la part des 25-34 ans progresse (après une diminution en tendance en 2014) alors que les autres inactifs sont moins nombreux

PROFIL DES CLIENTS MENSUELS DU METRO



... Le métro

% sur 100 clients mensuels Métro



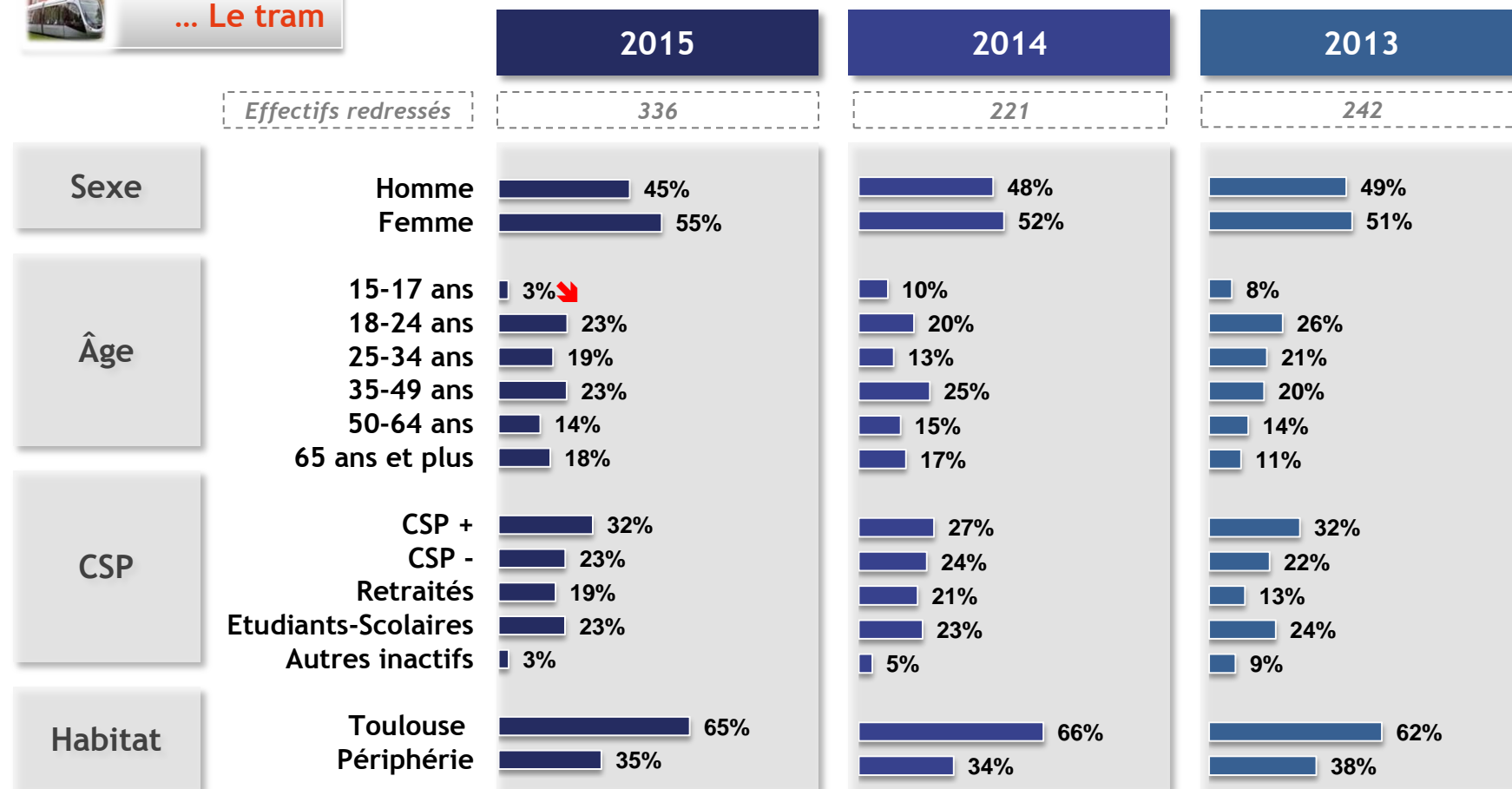
Un profil de la population utilisatrice du tram plus équilibrée qui se confirme en 2015 ...
Avec cependant le retour d'une prépondérance des CSP+ (en recul en 2014) et une diminution des 15-17 ans

PROFIL DES CLIENTS MENSUELS DU TRAM



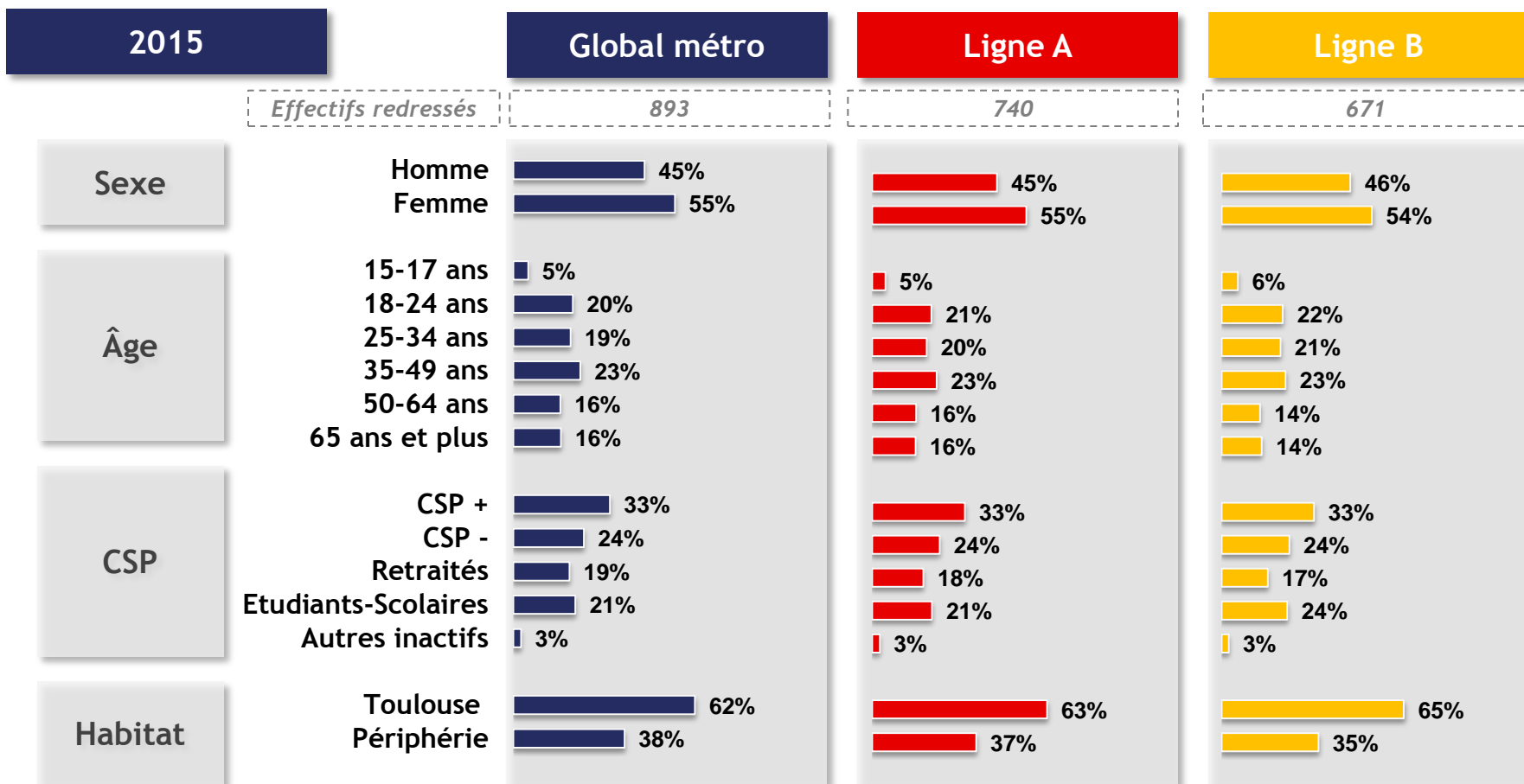
... Le tram

% sur 100 clients mensuels Tram



Des profils de clients de la ligne A et de la ligne B très comparables en 2015, avec notamment un tiers des clients actifs CSP+

PROFIL DES CLIENTS MENSUELS LIGNE A ET LIGNE B

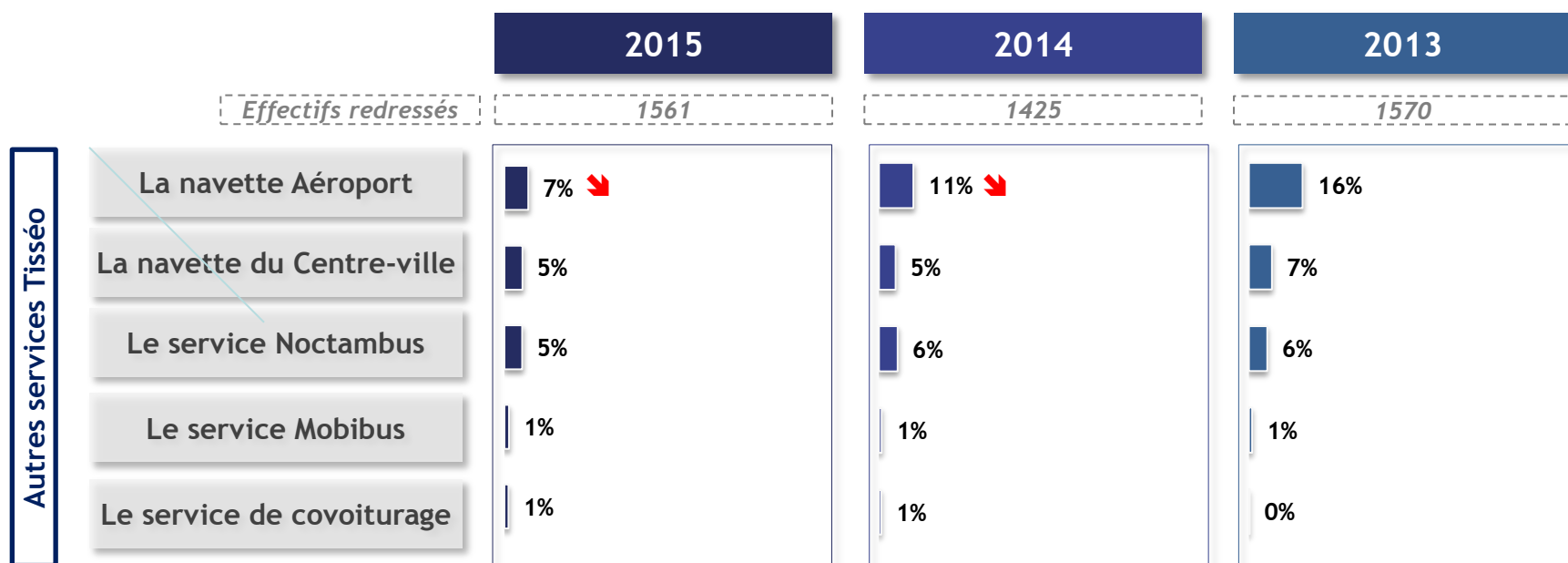


■ Significativement supérieur au global en 2015
■ Significativement inférieur au global en 2015

Une navette Aéroport de moins en moins utilisée (baisse observée en 2014 confirmée en 2015) ... Relative stabilité à un faible niveau d'utilisation pour la navette du centre-ville et Noctambus, très faible pour Mobibus et le service de covoiturage

UTILISATION DES AUTRES SERVICES TISSEO

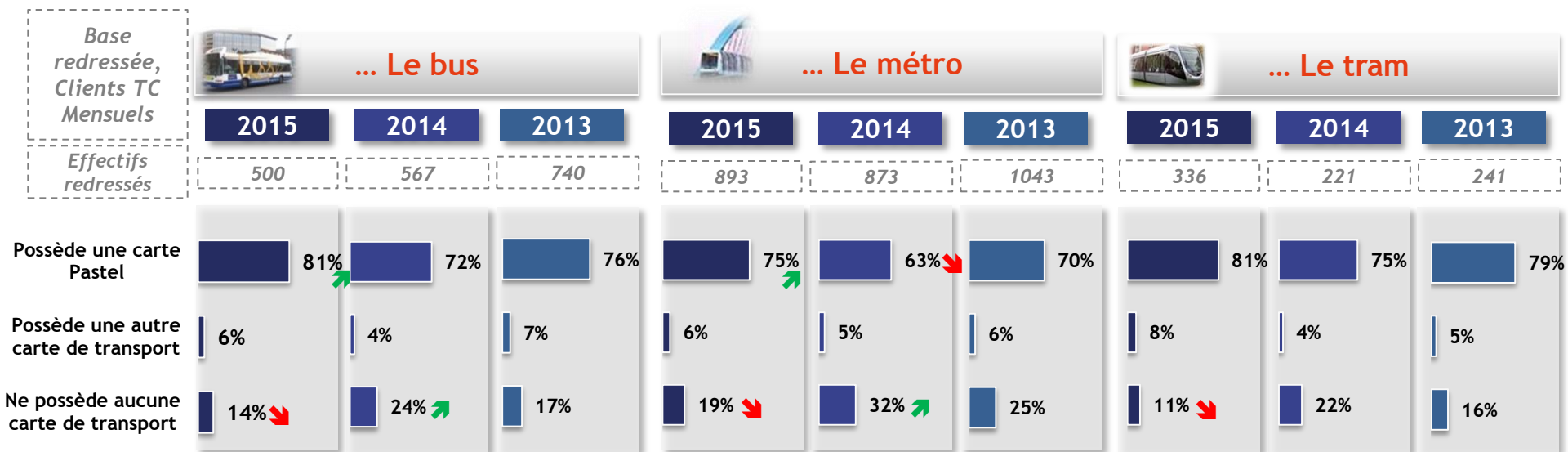
Q18. Avez-vous utilisé au MOINS UNE FOIS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS...



Quel que soit le mode utilisé, on dénombre plus de possesseurs de cartes Pastel en 2015 : + 6 points parmi les utilisateurs du tram, + 9 points pour ceux du bus et + 12 points pour ceux du métro

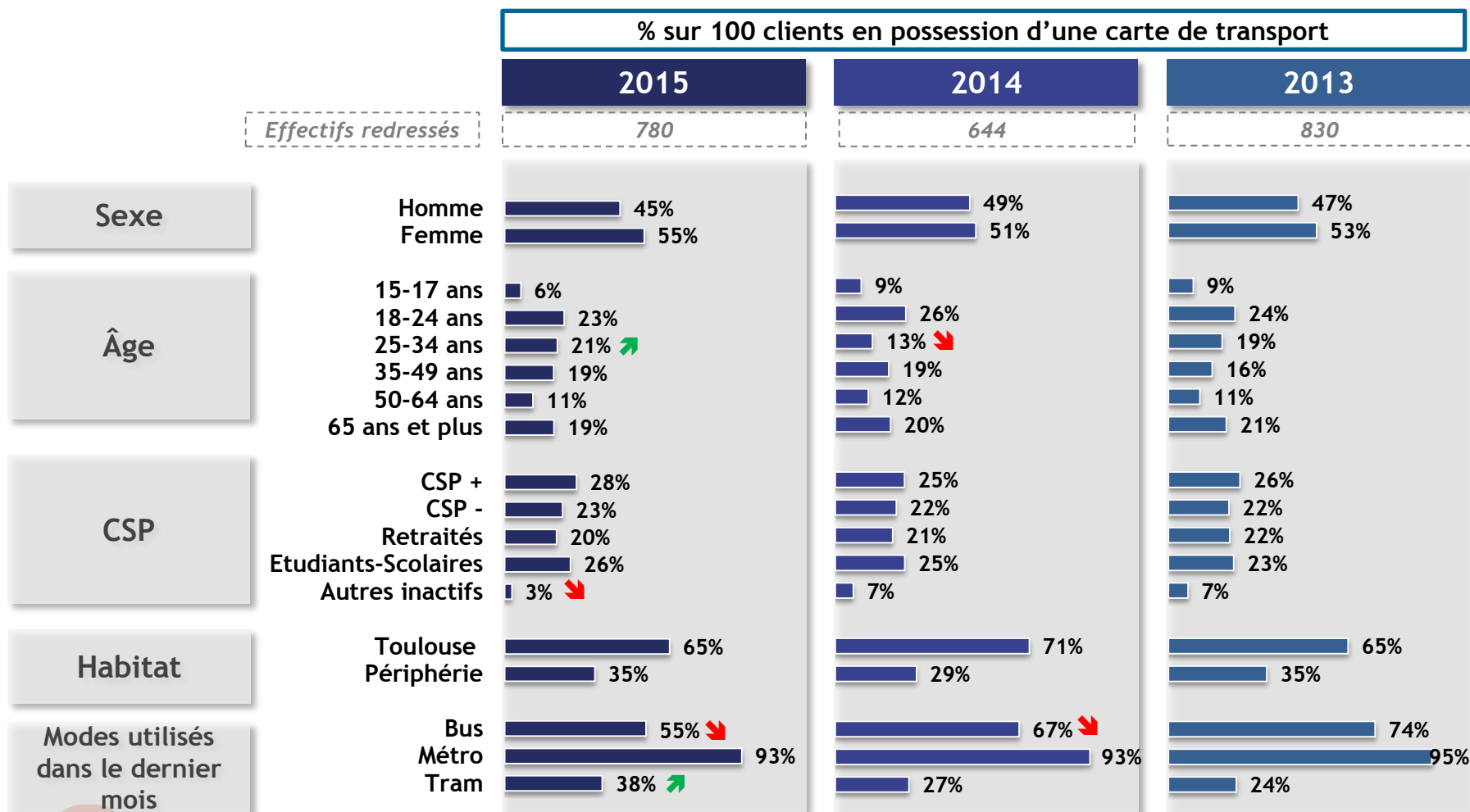
TITRE DE TRANSPORT UTILISES PAR LES CLIENTS MENSUELS

Q44. Etes-vous titulaire d'une carte de transport Pastel à votre nom ?



Entre 2014 et 2015, le profil des possesseurs de carte a assez peu évolué ... Ils ont un peu plus 25-34 ans, sont moins nombreux à avoir utilisé le bus durant les 4 dernières semaines et en revanche plus nombreux à avoir utilisé le tram

PROFIL DES UTILISATEURS D'UNE CARTE DE TRANSPORT

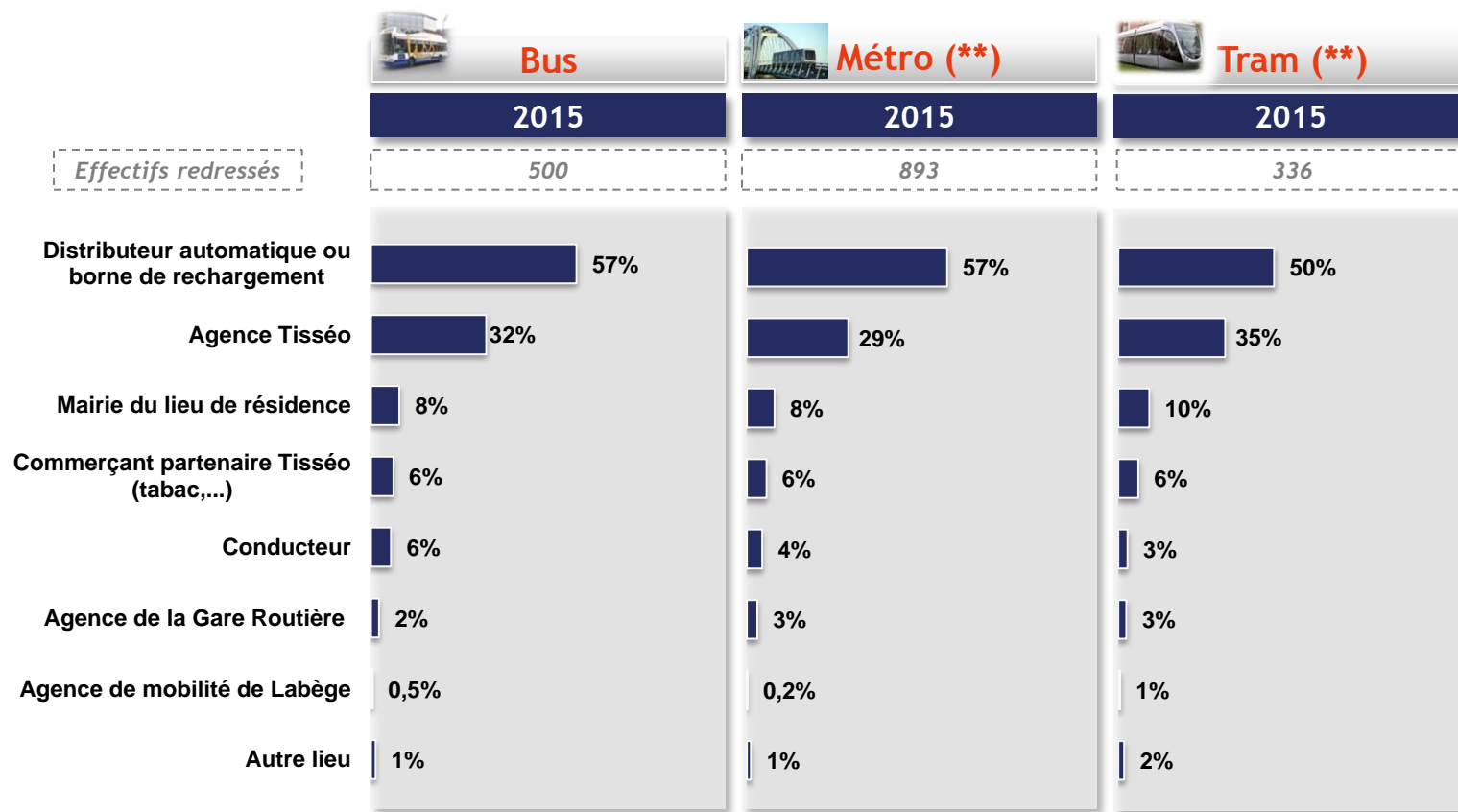


↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 ↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente


Quel que soit le ou les modes de transports utilisés, les distributeurs automatiques et bornes de rechargement sont privilégiés pour acheter ou recharger ses titres de transport ... Les clients se rendent en second lieu en agence Tisséo pour leurs démarches d'achat ou de rechargement

LIEUX D'ACHAT DES TITRES DE TRANSPORT

Q48. Où avez-vous l'habitude d'acheter ou de recharger votre titre de transport ?



(**) L'échantillon considéré est celui des utilisateurs du métro ou du tram et non des utilisateurs exclusifs du métro ou du tram, d'où un poids non nul de la modalité « auprès du conducteur » pour cette population

 Habitudes d'achat significativement différentes entre les voyageurs du bus, ceux du métro et ceux du tram

L'image des transports en commun est particulièrement favorable auprès des clients Tisséo, notamment en cas d'utilisation quotidienne ou hebdomadaire

Cette image est également beaucoup plus positive auprès des plus jeunes (moins de 25 ans, étudiants ou scolaires) et des retraités

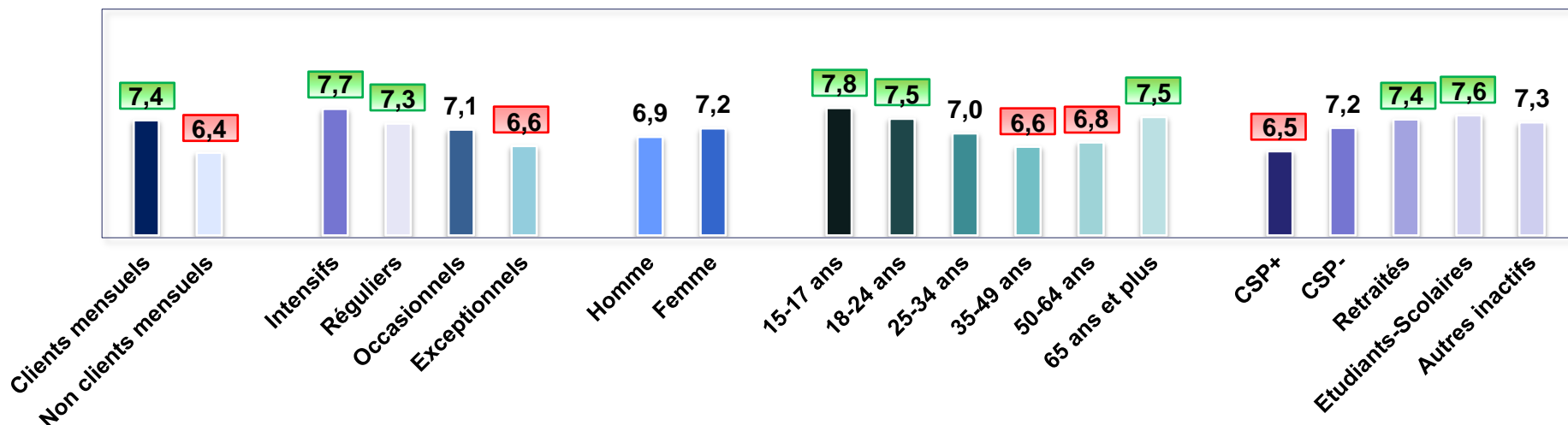
IMAGE DES TRANSPORTS EN COMMUN

Q21. Quelle image avez-vous des modes de transport suivants pour vous déplacer dans Toulouse et son agglomération ?

b) Les transports en commun

2015

Les transports en commun



Significativement supérieur au global en 2015
Significativement inférieur au global en 2015

Une image du bus liée à la fréquence d'utilisation des transports en commun, notamment plus favorable auprès des clients quotidiens

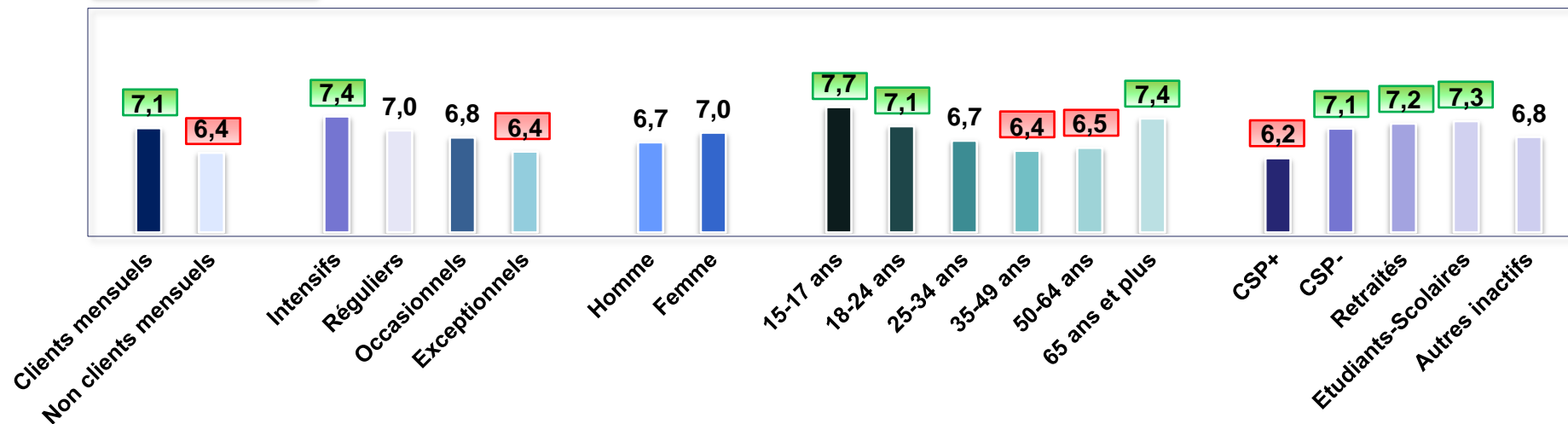
Un mode particulièrement bien perçu par les plus jeunes (moins de 25 ans), les étudiants-scolaires et les retraités ... Beaucoup plus mal jugé par les actifs CSP+ et les 35-64 ans

IMAGES SPECIFIQUES DU BUS

Q22. Et pour les transports en commun, quelle image avez-vous plus précisément de ces modes de transport ?

2015

Le bus



Significativement supérieur au global en 2015
Significativement inférieur au global en 2015

Bénéficiant toujours d'une image très positive auprès de l'ensemble de la population, le métro toulousain est particulièrement bien jugé par les clients mensuels de Tisséo, quelle que soit leur fréquence d'utilisation, les 65 ans et plus et les retraités

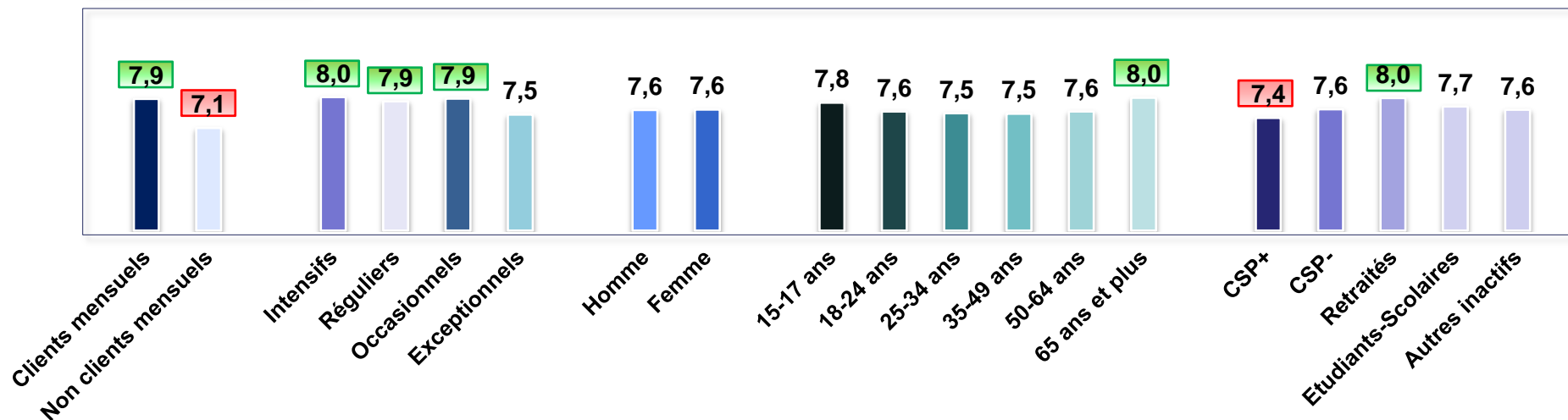
Les actifs CSP+ ont une opinion un peu moins favorable (mais qui reste cependant à un niveau très élevé)

IMAGES SPECIFIQUES DU METRO

Q22. Et pour les transports en commun, quelle image avez-vous plus précisément de ces modes de transport ?

2015

Le métro



Significativement supérieur au global en 2015
Significativement inférieur au global en 2015

Une image du tram assez positive auprès des clients quotidiens des TC, des plus jeunes (15-17 ans), des étudiants/scolaires et des plus âgés (65 ans et plus), retraités.

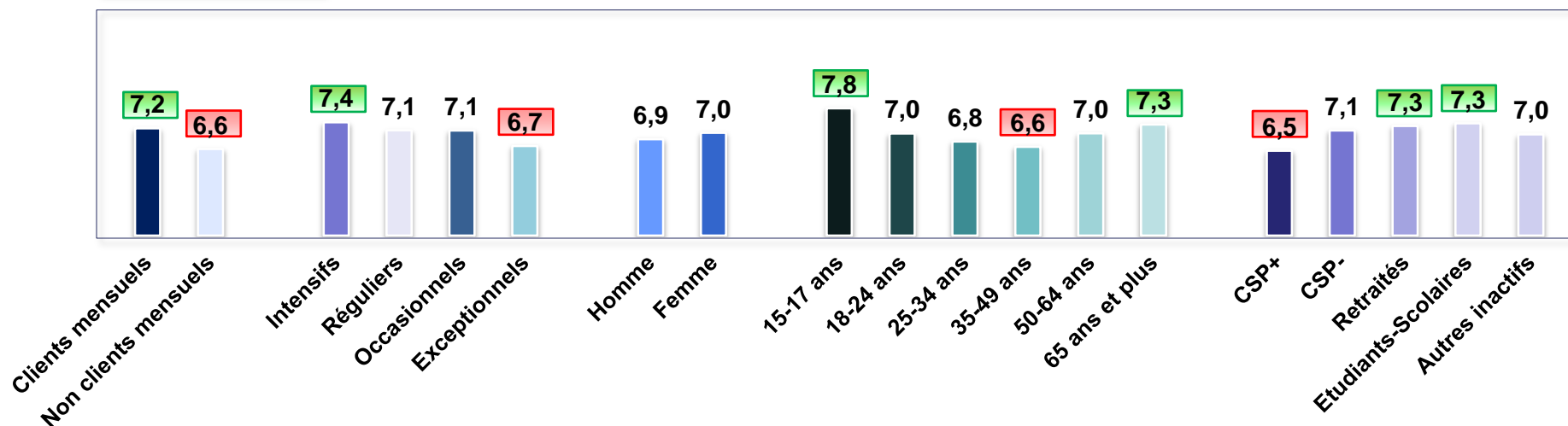
... et moins bien perçu spécifiquement par les actifs CSP+ et les 35-49 ans

IMAGES SPECIFIQUES DU TRAM

Q22. Et pour les transports en commun, quelle image avez-vous plus précisément de ces modes de transport ?

2015

Le tram



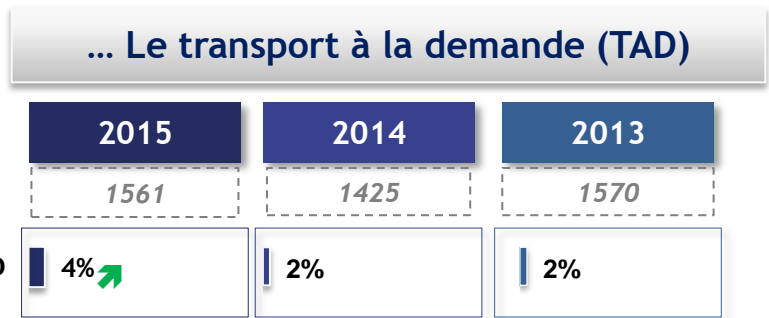
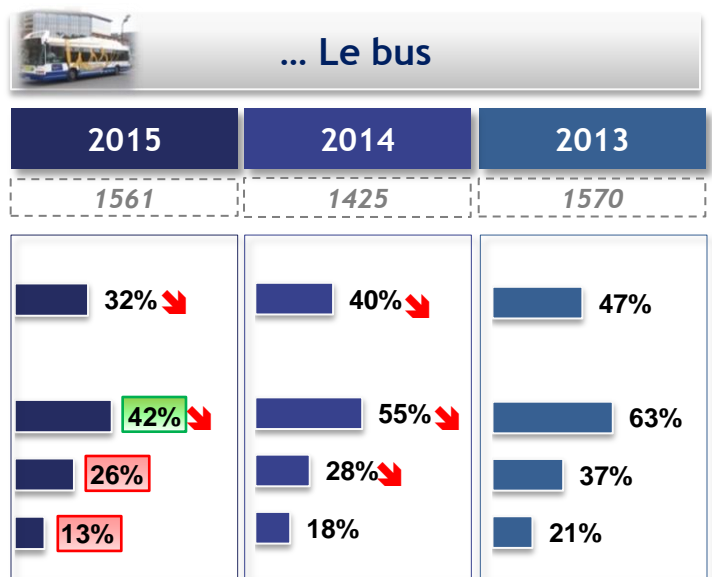
Significativement supérieur au global en 2015
Significativement inférieur au global en 2015

Pénétration
bus : une
baisse forte et
régulière
depuis 2013

En 2015, confirmation de la diminution de l'utilisation mensuelle du bus déjà observée en 2014
 ... Une baisse qui s'accroît notamment auprès des toulousains (13 points de moins en 2015)

UTILISATION MENSUELLE DU BUS

Q14. Au cours des 4 dernières semaines, avez-vous utilisé AU MOINS UNE FOIS...
 a) Un bus Tisséo Hors TAD b) Un TAD Tisséo



Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 Diminution significative par rapport à l'année précédente
 Significativement supérieur au global en 2015
 Significativement inférieur au global en 2015

En 2015, une utilisation du métro qui suit une tendance à la baisse, et ce depuis 2 ans
 ... Une diminution toutefois ralentie en 1^{ère} périphérie (-3 pts vs -10 pts en 2014)
 ... Mais cependant une utilisation conjointe des 2 lignes qui progresse en tendance

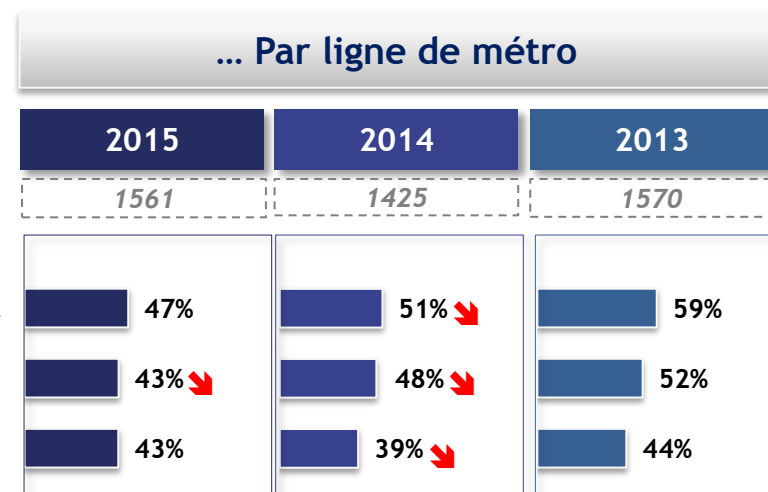
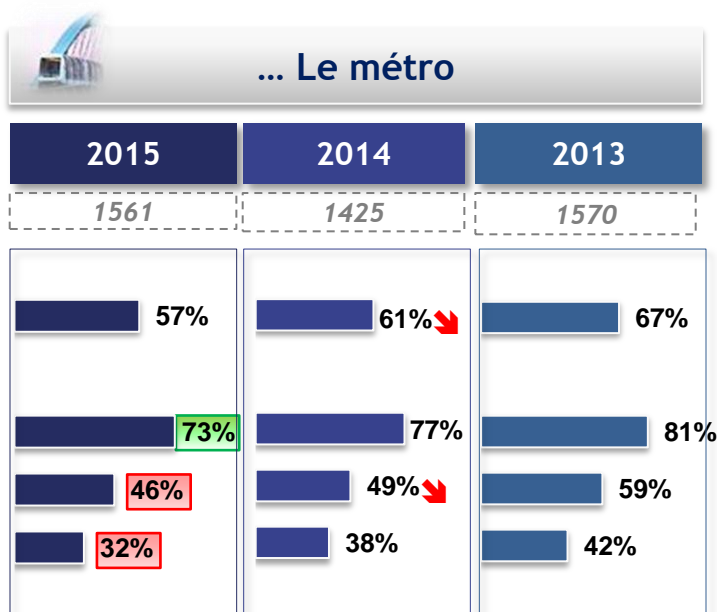
UTILISATION MENSUELLE DU METRO

Q14. Au cours des 4 dernières semaines, avez-vous utilisé AU MOINS UNE FOIS...

c) Le métro Tisséo

Q15. Et plus précisément, avez-vous utilisé AU COURS DES 4 DERNIERES SEMAINES...

b) La ligne A du Métro c) la ligne B du Métro



↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
 ↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente
 ↗ Significativement supérieur au global en 2015
 ↘ Significativement inférieur au global en 2015

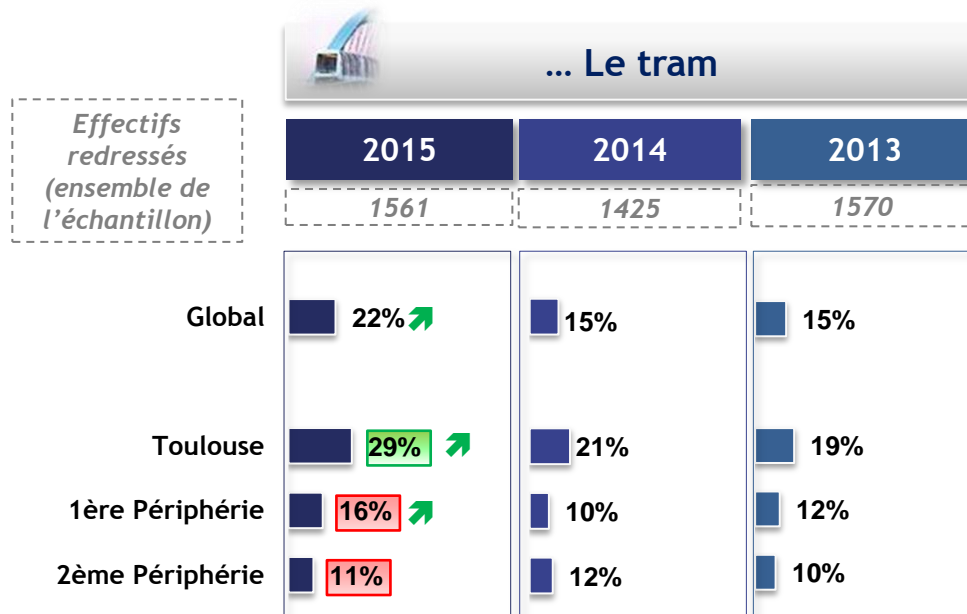
Une pénétration mensuelle du tram qui augmente nettement en 2015, notamment en raison de la mise ne service de la ligne T2 en avril 2015

... Et deux fois plus élevée à Toulouse qu'en périphérie, la 2^{ème} périphérie n'ayant pas été concernée par la hausse d'utilisation de 2015

UTILISATION MENSUELLE DU TRAM

Q14. Au cours des 4 dernières semaines, avez-vous utilisé AU MOINS UNE FOIS...

d) Le tram Tisséo



- ↗ Augmentation significative par rapport à l'année précédente
- ↘ Diminution significative par rapport à l'année précédente
- Significativement supérieur au global en 2015
- Significativement inférieur au global en 2015