

**Leger**

Rapport

Étude des clientèles actuelles et potentielles du Réseau de transport de la Capitale

Rapport d'analyse du volet 1 :
Sondage hybride



**RÉSEAU DE TRANSPORT
DE LA CAPITALE**

DATE 2018-11-30 NUMÉRO DE PROJET 70241-030

Table des matières

Contexte et objectifs	3
Approche méthodologique	5
Segmentation	9
Faits saillants	12
Résultats détaillés	15
1. Profils des clientèles du RTC	16
1.1 Évolution de la fréquence d'utilisation	17
1.1.1 Répartition des répondants dans les différents segments	18
1.2 Profil sociodémographique selon les segments	19
1.3 Répartition sur le territoire desservi	21
1.3.1 Extrapolation selon la population de la région de Québec	25
2. Habitudes de déplacement	26
2.1 Déplacements pour le travail ou les études	27
2.1.1 Mode de transport le plus désirable	28
2.1.2 Mode de transport estival	31
2.1.3 Mode de transport estival, selon le lieu de résidence	33
2.1.4 Mode de transport estival, selon le lieu de travail ou d'études	34
2.1.5 Mode de transport hivernal	35
2.1.6 Mode de transport hivernal, selon le lieu de résidence	37
2.1.7 Mode de transport hivernal, selon le lieu de travail ou d'études	36

Suite à la page suivante

Table des matières

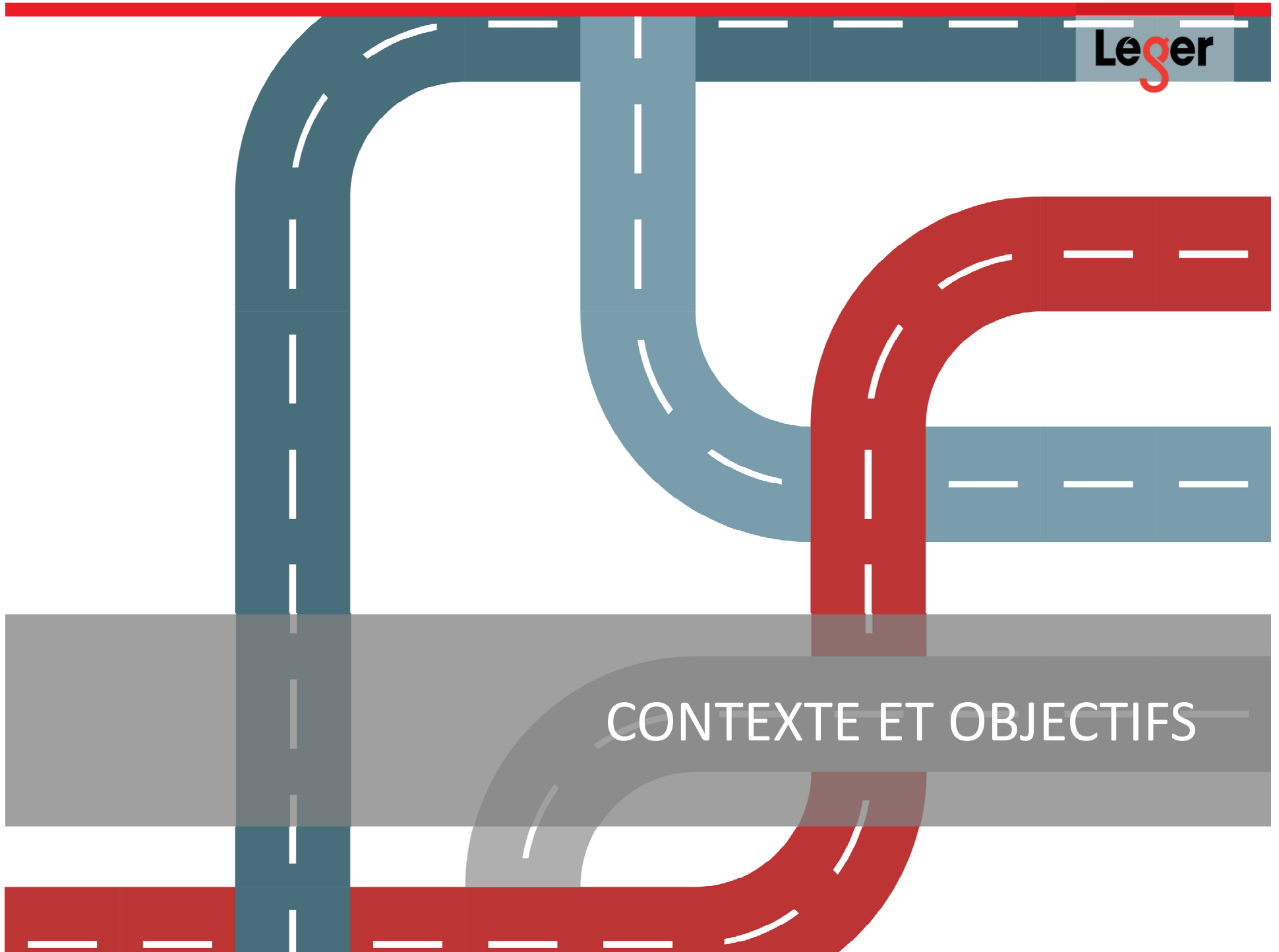
2.2	Déplacements pour des motifs autres que le travail ou les études	39
2.2.1	Évolution des habitudes de déplacement	41
2.2.2	Selon le lieu de résidence	42
2.3	Améliorations souhaités pour l'ensemble des déplacements	43
3.	Habitudes d'utilisation des services du RTC	45
3.1	Le transport en commun: un choix ou une obligation?	46
3.2	Usagers de longue date et nouveaux usagers	47
3.3	Types de trajets utilisés	48
3.4	Méthodes de paiement du transport en commun	49
3.5	Les outils d'information	50
4.	Perception du RTC et de ses services	53
4.1	Perception générale	54
4.2	Avantages perçus à utiliser les services du RTC	56
4.3	Performance du RTC sur les éléments les plus importants	58
4.4	Rapidité perçue des services de transport du RTC	61
5.	Satisfaction à l'égard des services du RTC	62
5.1	Satisfaction générale	63
5.2	Satisfaction à l'égard des outils d'information	66

Suite à la page suivante

Table des matières

6. Services bonifiés et incitatifs	69
6.1 Éléments d'importance dans l'utilisation du transport en commun	70
6.1.1 Améliorer le confort	72
6.2 Améliorer l'expérience des usagers	73
6.2.1 Éléments les plus susceptibles d'améliorer l'expérience	74
6.3 Inciter les non usagers	76
Annexes	78
Annexe 1: profil des répondants	79

CONTEXTE ET OBJECTIFS



CONTEXTE ET OBJECTIFS

Contexte de l'étude

Dans le cadre de ses efforts visant à favoriser l'acquisition de nouvelles clientèles et à mieux comprendre le comportement, les intentions et les perceptions de ses clients, la Direction des communications et de l'expérience client (DCE) du Réseau de transport de la Capitale (RTC), a mandaté Léger afin de mener la présente enquête sur les segments prédéfinis d'utilisateurs et de non-utilisateurs du transport en commun à Québec.

Cette enquête 2018 fait suite à trois études précédentes, menées tous les trois ans soit : deux études téléphoniques réalisées en 2010 et 2007, ainsi qu'une étude hybride, réalisée en 2014.

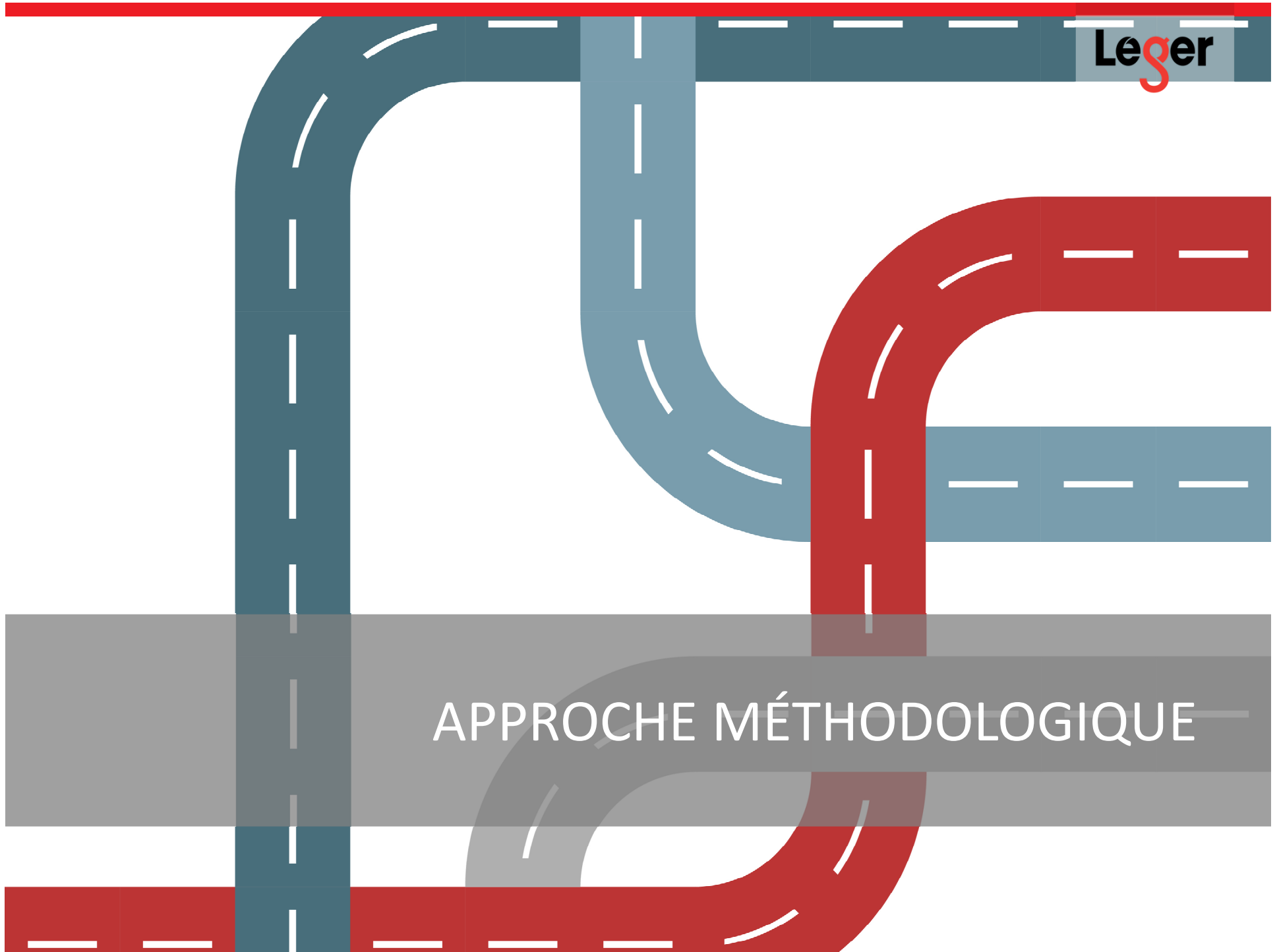
Les **objectifs** de la présente enquête sont les suivants :

- ✓ Mesurer l'évolution des réponses à certaines questions versus nos études antérieures;
- ✓ Quantifier différents segments de clientèles prédéfinis;
- ✓ Qualifier ces différents segments sur la base de divers éléments (utilisation, perception et connaissance des services du RTC, intention d'utilisation, besoins, facteurs d'influence, etc.);
- ✓ Évaluer le potentiel de chaque segment;
- ✓ Valider et trouver différentes pistes d'actions pour communiquer efficacement et convertir ces différents segments;
- ✓ Approfondir la compréhension et la perception de la population envers différents projets majeurs dans lequel le RTC sera impliqué dans les prochaines années (mobilité intégrée, stationnements incitatifs, guichet unique, etc.).

Afin de répondre à ces objectifs tant quantitatifs que qualitatifs, l'étude comprend deux volets : le volet 1 (quantitatif), consiste en un sondage auprès d'un échantillon représentatif de la population de la ville de Québec, alors que le volet 2 (qualitatif), sera abordé via cinq groupes de discussion auprès de répondants du sondage, qui permettront d'approfondir la connaissance du RTC des segments jugés prioritaires après l'analyse du volet 1.

Le présent rapport montre les résultats du volet 1 de cette enquête.

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

Population à l'étude

Les résidents de la région de Québec âgés de 16 ans et plus, pouvant s'exprimer en français et accessibles par voie téléphonique à partir d'une ligne téléphonique fixe ou par voie électronique à partir d'un ordinateur ou d'un téléphone intelligent.

☞ Afin d'être admissibles à participer à l'étude, les répondants devaient demeurer dans l'un des six arrondissements de la ville de Québec, dans les villes de L'Ancienne-Lorette et de Saint-Augustin-de-Desmaures ou à l'intérieur de la réserve indienne Wendake.

Échantillonnage et précision statistique

Le sondage hybride (téléphone et web) a été mené auprès de 2 538 résidents de la ville de Québec et des environs, âgés de 16 ans et plus et pouvant s'exprimer en français.

À titre indicatif, la marge d'erreur maximale associée à un échantillon probabiliste de même taille est de $\pm 1,94\%$ dans un intervalle de confiance de 95% (19 fois sur 20).

La répartition de l'échantillon selon les secteurs de la région de Québec est présentée au tableau ci-contre.

Méthode de collecte des données

La présente étude a été réalisée par voie téléphonique (1 125 répondants) et par Internet (1 413 répondants).

Sondage téléphonique

L'échantillon a été sélectionné de manière aléatoire à l'aide du logiciel Échantillonneur Canada de la firme ASDE parmi tous les ménages du territoire à l'étude.

Sondage par Internet

À partir du panel d'internautes de Léger, l'échantillon a été tiré de façon aléatoire auprès des répondants potentiels selon un algorithme qui stratifie les invitations en fonction des caractéristiques sociodémographiques (sexe, âge, lieu de résidence). L'ancienneté des panélistes chez Léger est aussi prise en compte lors du tirage de l'échantillon.

☞ Une méthode de collecte des données hybride permet de s'assurer de rejoindre toutes les catégories d'utilisateurs du transport en commun. Les taux de branchement d'une ligne téléphonique fixe étant en diminution, notamment chez les jeunes, l'approche par Internet permet d'atteindre les utilisateurs de toutes les catégories d'âge et de profession.

	Total
Ville de Québec	
Arr. Beauport	357
Arr. Charlesbourg	358
Arr. La Cité - Limoilou	502
Arr. Sainte-Foy - Sillery - Cap-Rouge	481
Arr. La Haute-Saint-Charles	378
Arr. Les Rivières	281
Autres territoires desservis	
Saint-Augustin-de-Desmaures	81
L'Ancienne-Lorette	76
Wendake	24
TOTAL	2538

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

Instrument de mesure

Le questionnaire a été élaboré par les professionnels de Léger, en collaboration avec les professionnels du RTC. Au total, le questionnaire est composé de ± 30 variables et sa durée moyenne de complétion a été de 16 minutes par voie téléphonique et de 7 minutes en ligne.

Prétest du questionnaire

Avant d'entreprendre la collecte officielle des données, deux prétests ont été effectués, un par voie téléphonique et un en ligne, tous deux menés le 10 octobre 2018 auprès de 25 répondants. Les prétests auront permis de valider le questionnaire, d'assurer son déroulement logique et de valider sa durée. Il n'y a pas eu d'ajustements apportés au questionnaire à la suite de ces prétests.

Collecte des données

La collecte des données a été réalisée du 10 octobre 2018 au 12 novembre 2018

Sondage téléphonique

Les entrevues ont été réalisées par les intervieweurs expérimentés de Léger. Tous les intervieweurs ayant travaillé sur ce projet de recherche ont reçu une formation approfondie de la part de la chargée de projet de Léger et du superviseur du centre d'appels dans le but de maîtriser parfaitement le questionnaire avant d'entreprendre la collecte des données.

Toutes les entrevues téléphoniques ont été réalisées et surveillées en continu au centre d'appels de Léger. Les superviseurs étaient présents en tout temps afin d'assurer le contrôle et la qualité des entrevues. L'écoute monitoring en cours de sondage a été effectuée de façon constante, avec surveillance simultanée des informations inscrites sur le fichier informatique. Les superviseurs contrôlaient ainsi non seulement la qualité de l'entrevue, mais aussi la bonne adéquation entre les réponses fournies et le code entré au fichier.

Sondage par Internet

Un courriel d'invitation a été envoyé aux panélistes pour les inviter à répondre au sondage (code d'accès unique) et Léger a assuré l'hébergement du sondage sur son serveur de façon sécuritaire. Un contrôle de qualité a été réalisé en continu tout au long de la collecte des données.

Pondération et représentativité

Afin de redresser les déséquilibres et de rendre l'échantillon représentatif de la population à l'étude, les données brutes ont été pondérées en fonction de la distribution réelle de la population selon le secteur de résidence, le sexe, l'âge et la présence d'enfants dans le ménage.

(source : Statistique Canada, recensement 2016).

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

Analyse des résultats

Pour chacune des variables à l'étude, les résultats globaux sont présentés dans un tableau ou un graphique. Des tests de proportions ont été effectués pour identifier les différences statistiquement significatives; ces différences sont d'ailleurs relevées dans l'analyse lorsque pertinentes à l'interprétation des résultats.

Notes de lecture du rapport

- Dans les tableaux et les graphiques, le « n » représente le nombre réel de personnes interrogées.
- Le cas échéant, les totaux différents de 100% sont dus à la non-réponse ou à l'arrondissement à l'entier. Aussi, dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Les totaux à ces questions excèdent 100%.
- Afin de faire ressortir les écarts entre les sous-groupes à l'étude, les proportions significativement supérieures sont présentées en **rouge** dans les tableaux et graphiques, alors que les proportions significativement inférieures sont présentées en **bleu**.
- Lorsqu'applicables, des comparaisons avec les résultats des études menées en 2010 et 2014 sont effectuées. Le cas échéant, la flèche **↑** montre un résultat statistiquement supérieur à la dernière mesure, alors que la flèche **↓** indique un résultat statistiquement inférieur.
- Les résultats des sous-groupes composés de moins de 30 répondants sont présentés à titre informatif seulement étant donné le faible nombre de répondants que cela représente.
- La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée qu'à la seule fin d'alléger le texte et d'en faciliter la compréhension.

Définition des termes

Dans ce rapport, les appellations suivantes désignent :

Usager : tout résident de la région sondée qui utilise le transport en commun une fois ou plus par mois.

Non usager : tout résident de la région sondée qui utilise le transport en commun moins d'une fois par mois.

Client : Tout usager du transport en commun qui s'inscrit dans un des segments de clientèle décrits en page 12.

Non client : Tout non usager du transport en commun qui s'inscrit dans un des segments décrits en page 13.

👉 **Le graphique en page 20 permet d'avoir une vue d'ensemble de la relation entre ces différents groupes.**

Les quartiers centraux regroupent les arrondissements de Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge et La Cité-Limoilou. L'ensemble des autres arrondissements sont regroupés sous l'appellation **quartiers périphériques**.

SEGMENTATION

	Clients réguliers			Clients occasionnels
Segment	Travailleurs	Étudiants	Retraités	
Type d'usagers	Utilisent le transport en commun 3 jours par semaine ou plus et ont identifié le travail comme leur principale occupation	Utilisent le transport en commun 3 jours par semaine ou plus et ont identifié les études comme leur principale occupation	Utilisent le transport en commun 3 jours par semaine ou plus et sont à la retraite	Utilisent le transport en commun au moins une fois par mois mais moins de 3 jours par semaine
En quelques mots...	<ul style="list-style-type: none"> Pas de différence significative entre les genres. Âgés de 25 à 34 ans (27%) et de 35 à 44 ans (26%) Revenu de 55 000\$ et plus (36%). Utilisent une grande diversité de parcours: Métrobus (63%) eXpress (39%) et le Bus (37%). Ne possèdent pas de permis de conduire dans 20% des cas. 24% ont une voiture mais pas de permis de conduire. Ils modifient peu leurs habitudes de transport en fonction des saisons. 38% ont des enfants. 	<ul style="list-style-type: none"> Pas de différence significative entre les genres. Âgés de 16 à 24 ans (80%) Revenu annuel de 15 000 \$ et moins (60%) Utilisent les parcours Métrobus (69%), eXpress (37%) et le Bus (42%). Seulement 25% des répondants qui composent ce segment possèdent une voiture. 	<ul style="list-style-type: none"> Âgés de 65 à 74 ans (46%) 18% des répondants qui composent ce segment possèdent une voiture et ont un permis de conduire Revenu inférieur à 25 000\$ (43%) Utilisent principalement les parcours Métrobus (87%) et le Bus (27%) Plus forte proportion de personnes à la retraite parmi les usagers occasionnels (18%) que les usagers réguliers (5%) 	<ul style="list-style-type: none"> De sexe féminin (58%) Revenu annuel inférieur à 25 000\$ (28%) Utilisent principalement les parcours Métrobus (78%) Seulement 55% de ce segment possède à la fois une voiture et un permis de conduire 18% seulement ont au moins un enfant. Une proportion plus importante (18%) des répondants qui travaillent ou étudient dans le même arrondissement que leur arrondissement de résidence sont des clients occasionnels. Ils sont aussi plus nombreux à utiliser le transport actif pour se rendre au travail ou aux études (29% de ceux qui l'utilisent l'été et 34% en hiver)
% de la population	11%	4%	1%	16%

*Les critères de segmentation ont été choisis par le RTC.

Le total n'égal pas 100% car seuls les profils présentant un intérêt particulier pour le RTC ont été inclus dans les segments choisis.

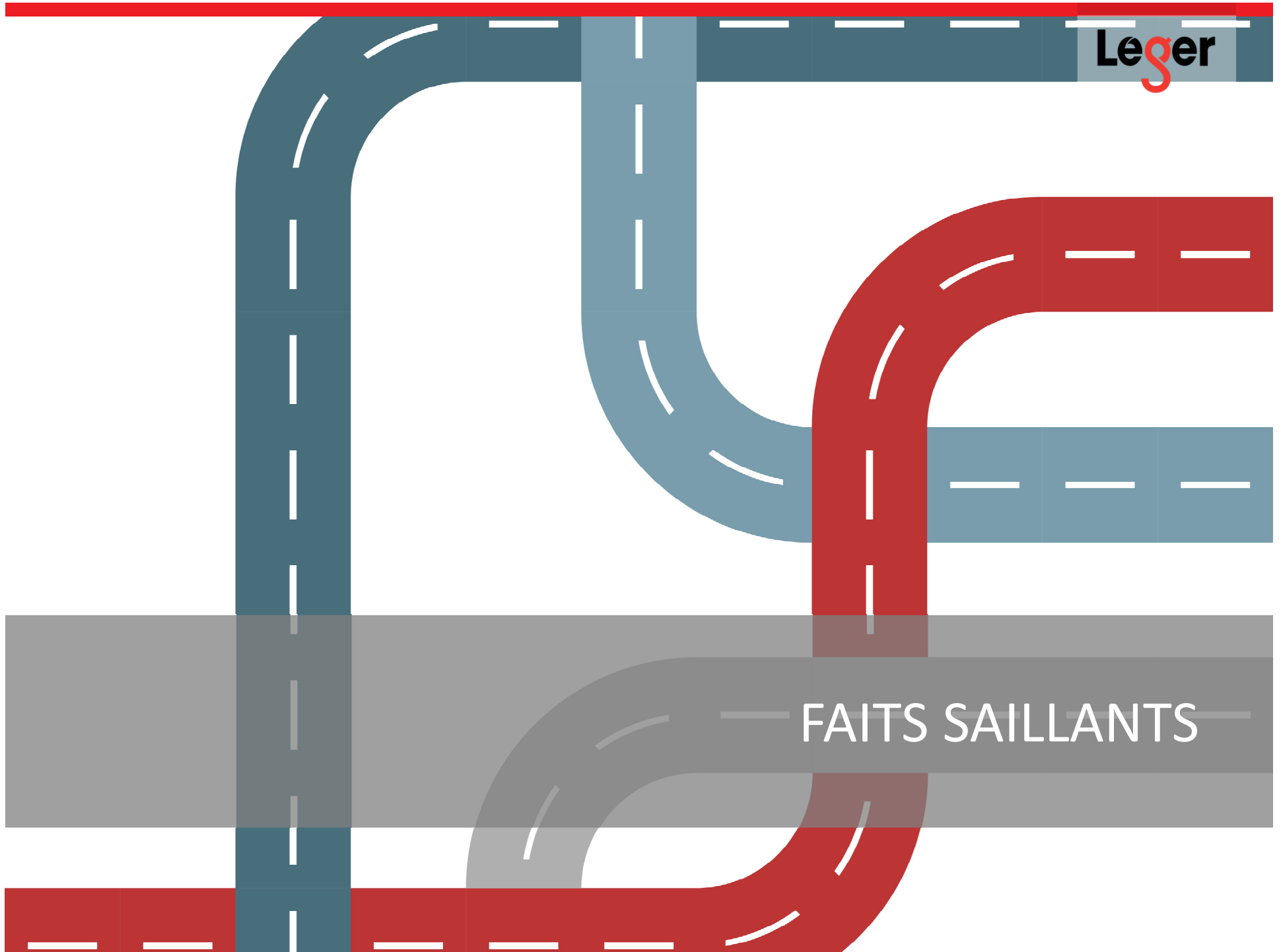
SEGMENTATION

	Non clients ouverts			Non clients fermés
Segment	Travailleurs	Étudiants	Retraités	
Type d'usagers	Utilisent le transport en commun moins d'une fois par mois et ont identifié le travail comme leur principale occupation	Utilisent le transport en commun moins d'une fois par mois et ont identifié les études comme leur principale occupation	Utilisent le transport en commun moins d'une fois par mois et sont à la retraite	Utilisent le transport en commun moins d'une fois par mois et ont affirmé qu'ils n'utiliseront jamais le bus
En quelques mots...	<ul style="list-style-type: none"> De sexe masculin (53%). 95% sont propriétaire ou locataire d'une automobile Âgés de 35 à 64 ans (65%) Parent d'au moins un enfant de moins de 18 ans dans 35% des cas Revenu annuel entre 35 000\$ et 44 999\$ (18%) Diplômés collégial (41%) 	<ul style="list-style-type: none"> À cause du faible sous-échantillon, aucune différence significative ne se dégage pour ce segment. 	<ul style="list-style-type: none"> De sexe féminin (58%) Âgés de plus de 65 ans (72%) 85% possèdent une voiture et ont un permis de conduire Revenu entre 25 000\$ et 34 999\$ (14%) 	<ul style="list-style-type: none"> De sexe masculin (60%) Éducation de niveau primaire, secondaire et collégial (74%) 90% possèdent une voiture Revenu annuel de 55 000\$ et plus (38%)
% de la population	29%	2%	20%	9%

*Les critères de segmentation ont été choisis par le RTC.

Le total n'égalé pas 100% car seuls les profils présentant un intérêt particulier pour le RTC ont été inclus dans les segments choisis.

FAITS SAILLANTS



FAITS SAILLANTS

Le RTC a connu dans les quatre dernières années une augmentation du nombre d'usagers.

► **Les répondants sont aujourd'hui 33% à utiliser les services de transport en commun de la ville de Québec contre 30% en 2014.**

La fréquentation du réseau connaît donc une **progression constante** puisque les usagers du RTC représentaient 27% des répondants lors de l'étude menée en 2010.

Plus précisément, c'est la proportion de répondants qui utilise les services du RTC de **1 à 3 jours par semaine** qui a connu une **augmentation significative (9% contre 5% en 2014)**.

► La proportion des non usagers est quant à elle en baisse, passant de 70% à 66% des répondants

À l'intérieur de cette catégorie, on constate une **baisse significative de la proportion des répondants affirmant ne jamais prendre le transport en commun** (41% contre 49% en 2014) alors que celle des **répondants qui l'utilisent moins d'une fois par mois a quant à elle augmenté** (25% contre 20% en 2014).

Un avenir en commun

On constate que les répondants appartenant aux générations plus jeunes sont plus enclins à utiliser des modes de transport alternatifs à la voiture en solo. Ainsi, les répondants âgés de 16 à 34 ans utilisent significativement plus le transport en commun (40%), le covoiturage (22%) et les transports actifs (32%) en été, comme en hiver (respectivement 44%, 25% et 21%).

- Ils sont aussi **significativement plus nombreux à considérer le transport en commun comme un choix et non une obligation** (64%).

Portefeuille de choix de modes de transport

Les **usagers du transport en commun** (59%), **du transport actif** (73%) et les répondants qui **pratiquent le covoiturage** (70%) sont significativement **plus nombreux à utiliser plus d'un mode de transport** en été. Les mêmes sous-échantillons sont aussi plus nombreux à utiliser au moins deux modes de transport différents en hiver (respectivement 54%, 67% et 68%).

Ces résultats ne permettent toutefois pas de savoir si l'usage de ces différents modes de transport sont combinés dans un même déplacement.

Les automobilistes solo restent quant à eux très attachés à leur véhicule. Ils sont en effet significativement plus nombreux à n'utiliser que ce mode de transport, été (72%) comme hiver (78%).

FAITS SAILLANTS

Le clivage marqué usagers /non usagers

La diversité des modes de transport utilisé n'est d'ailleurs qu'un des éléments de divergence entre les usagers et les non usagers.

En effet, l'opinion que les répondants entretiennent au sujet du RTC comme organisation et du transport en commun en général est aussi très différente entre les usagers et les non usagers.

- ▶ Les usagers sont significativement plus nombreux à affirmer avoir une bonne opinion du RTC (91%) et du transport en commun (87%)
- ▶ Les non usagers sont quant à eux significativement plus nombreux à entretenir une mauvaise opinion de l'organisation (19%) et du transport en commun, en général (20%)

Leur opinion au sujet du **réseau structurant de transport en commun de la Ville de Québec** répond au même clivage : **71% des usagers ont une bonne opinion** du projet, contre **58% des non usagers**.

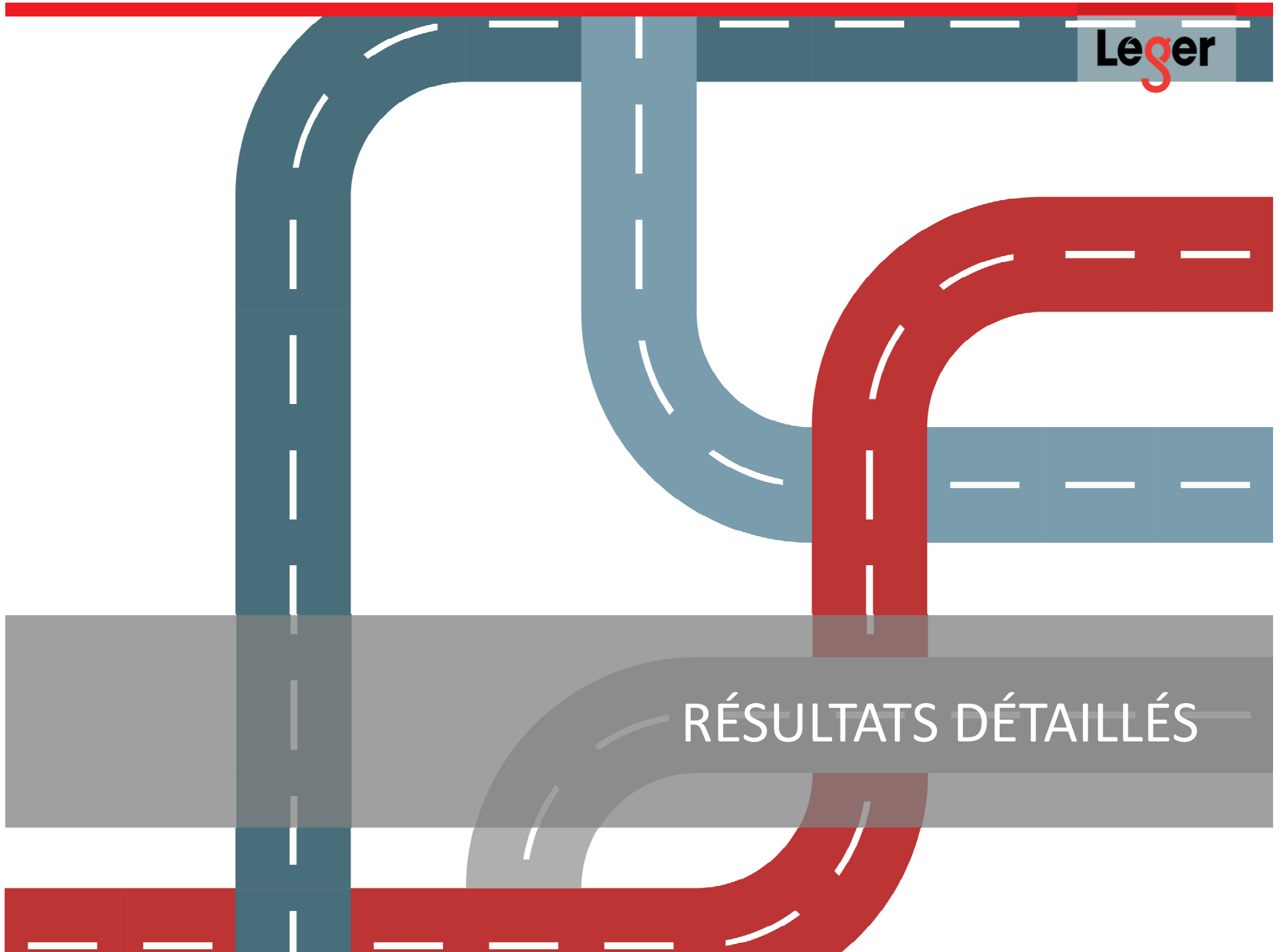
- Notons enfin que cette division suit un motif géographique certain, et que les **résidents des quartiers centraux** sont surreprésentés parmi les **usagers du transport en commun (46%)**, alors que ceux des **quartiers périphériques** constituent une proportion significativement supérieure des **non usagers (72%)**.

Quels incitatifs?

Les différents segments sont aussi sensibles à des **incitatifs différents** selon qu'ils sont des **clients occasionnels du RTC** ou des **non clients**.

- ▶ Les **clients occasionnels** sont significativement plus nombreux à affirmer qu'une **diminution du prix (43%) plus de confort à l'arrêt (11%) et dans l'autobus (13%)** les convaincront d'utiliser davantage les services du RTC.
- ▶ Les **non clients ouverts travailleurs** identifient quant à eux la **couverture du territoire (39%)** et la **rapidité des trajets (46%)** comme les deux éléments qui pourraient les inciter à délaisser leur voiture.
- ▶ Les **non clients ouverts retraités**, eux, sont significativement plus nombreux à se dire sensibles au **confort**, aussi bien à **l'arrêt (11%)** que **dans les autobus (12%)**.
 - Soulignons aussi que **64% des non clients fermés** affirment que **rien ne pourrait les convaincre d'utiliser le transport en commun**.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS



An abstract graphic of a road with dashed white lines on a black background, curving and looping across the page. The road is set against a light gray background with horizontal bands of varying shades of gray.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1. Profil des clientèles du RTC

PROFIL DES CLIENTÈLES

1.1. ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENCE D'UTILISATION

Les usagers du transport en commun représentent aujourd'hui 33% des habitants de l'agglomération de Québec. C'est une hausse significative de trois points de pourcentage comparativement à 2014.

☞ **C'est la proportion de répondants ayant affirmé ne jamais utiliser le transport en commun qui a connu la chute la plus remarquable, passant de 49% à 41%.**

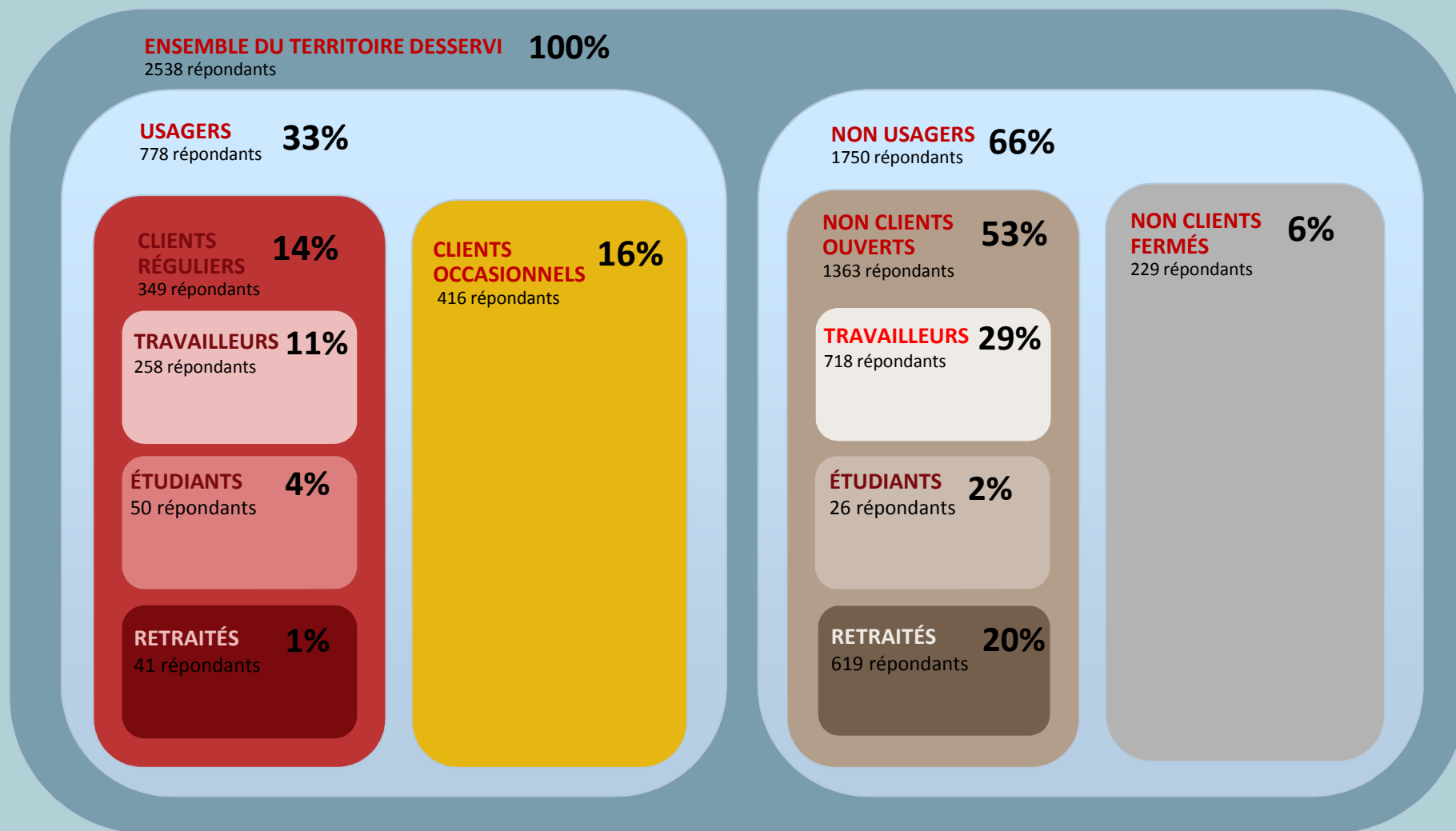
De façon plus détaillée, les usagers réguliers, qui prennent l'autobus plus de trois jours par semaine, représentent maintenant 17% des résidents de l'agglomération. Les usagers occasionnels, qui utilisent les services du RTC un à trois jours par semaine constituent 9% de la population et la proportion d'usagers très occasionnels reste inchangée à 7% de la population totale.

La fréquence d'utilisation du transport en commun du RTC Q6. Vous personnellement, à quelle fréquence utilisez-vous le transport en commun du RTC, le Réseau de transport de la Capitale (les autobus de la ville de Québec) ? Base : l'ensemble des répondants	Total 2010 (n=1390)	Total 2014 (n=2429)	Total 2018 (n=2538)
TOTAL USAGER DU RTC	27%	30%	33% ↑
Plus de trois jours par semaine	14%	18%	17%
Un à trois jours par semaine	7%	5%	9%
Un à trois jours par mois (moins d'une fois par semaine)	6%	7%	7%
TOTAL non usager du RTC	74%	70%	66% ↓
Moins d'une fois par mois	15%	20%	25%
Jamais	59%	49%	41%

PROFIL DES CLIENTÈLES

1.1. ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENCE D'UTILISATION

1.1.1. Répartition des répondants dans les différents segments



*Le nombre de clients n'est pas égal au nombre d'usagers. La segmentation clients vs non clients ne comprend pas tous les répondants.

PROFIL DES CLIENTÈLES

1.2. PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE SELON LA FRÉQUENCE D'UTILISATION

Les tableaux suivants dressent un portrait du profil sociodémographique des usagers et des non usagers du transport en commun qui résident sur le territoire servi par le Réseau de transport de la Capitale.

Le profil sociodémographique des usagers et des non usagers	Clients réguliers (n=349)			Clients occasionnels (n=416)	Non clients ouverts (n=1363)			Non clients fermés (n=229)	TOTAL des répondants (n=2538)
	Travailleurs (n=258)	Étudiants (n=50)	Retraités (n=41)		Travailleurs (n=718)	Étudiants (n=26)	Retraités (n=619)		
Sexe									
Homme	55%	43%	45%	42%	53%	63%	42%	60%	48%
Femme	45%	57%	55%	58%	47%	37%	58%	40%	52%
Âge									
16 et 17 ans	2%	12%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%
Entre 18 et 24 ans	14%	68%	0%	17%	5%	73%	0%	5%	11%
Entre 25 et 34 ans	27%	17%	0%	15%	27%	22%	0%	11%	16%
Entre 35 et 44 ans	26%	2%	0%	13%	24%	5%	0%	15%	15%
Entre 45 et 54 ans	18%	0%	6%	11%	27%	0%	2%	19%	15%
Entre 55 et 64 ans	12%	1%	26%	17%	15%	0%	26%	20%	17%
Entre 65 et 74 ans	1%	0%	46%	16%	2%	0%	37%	15%	14%
75 ans et plus	0%	0%	8%	9%	0%	0%	35%	14%	11%
Détention d'un permis de conduire et d'un véhicule									
Possède un permis de conduire et une voiture	56%	25%	18%	55%	95%	76%	85%	90%	75%
Possède un permis de conduire mais pas de voiture	24%	42%	41%	22%	3%	15%	10%	4%	13%
Ne possède pas de permis de conduire	20%	28%	41%	22%	2%	10%	6%	5%	11%
Présence d'enfants dans le ménage									
Oui	38%	26%	0%	18%	35%	24%	1%	21%	23%
Non	61%	74%	100%	82%	65%	76%	99%	78%	77%

*Le complément à 100% représente la non-réponse.

PROFIL DES CLIENTÈLES

1.2. PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE SELON LA FRÉQUENCE D'UTILISATION - SUITE

Profil sociodémographique des usagers et des non usagers	Clients réguliers (n=349)			Clients occasionnels (n=416)	Non clients ouverts (n=1363)			Non clients fermés (n=229)	TOTAL des répondants (n=2538)
	Travailleurs (n=258)	Étudiants (n=50)	Retraités (n=41)		Travailleurs (n=718)	Étudiants (n=26)	Retraités (n=619)		
Scolarité									
Primaire/secondaire	21%	26%	27%	24%	19%	9%	22%	31%	23%
Collégial	36%	36%	26%	26%	41%	49%	36%	43%	36%
Universitaire	43%	38%	47%	50%	39%	42%	41%	25%	40%
Type d'emploi (travailleurs seulement)									
Cadres ou dirigeants d'entreprise	11%	0%	0%	7%	9%	0%	0%	10%	9%
Professionnel	33%	0%	0%	37%	33%	0%	0%	23%	33%
Employé de bureau	32%	0%	0%	24%	27%	0%	0%	22%	27%
Employé des ventes et services	16%	0%	0%	17%	18%	0%	0%	29%	18%
Employé du secteur industriel ou de la construction	4%	0%	0%	5%	8%	0%	0%	10%	7%
Travailleur autonome	0%	0%	0%	2%	1%	0%	0%	2%	1%
Autres	3%	0%	0%	3%	2%	0%	0%	3%	3%
Revenu personnel brut annuel									
Moins de 15 000 \$	5%	60%	18%	14%	1%	40%	4%	3%	9%
15 000 \$ à 24 999 \$	9%	17%	25%	14%	5%	39%	10%	5%	10%
25 000 \$ à 34 999 \$	7%	7%	5%	13%	12%	2%	14%	13%	12%
35 000 \$ à 44 999 \$	17%	4%	17%	9%	18%	10%	12%	12%	13%
45 000 \$ à 49 999 \$	13%	2%	17%	13%	11%	2%	11%	14%	11%
50 000 \$ à 54 999 \$	5%	0%	0%	4%	4%	0%	5%	4%	4%
55 000 \$ et plus	36%	3%	12%	22%	40%	7%	26%	38%	30%

*Le complément à 100% représente la non-réponse.

PROFIL DES CLIENTÈLES

1.3. RÉPARTITION SUR LE TERRITOIRE DESSERVI

Globalement, on note une très nette différence entre les habitudes de transport de l'arrondissement central La Cité-Limoilou et les autres arrondissements et villes de l'agglomération.

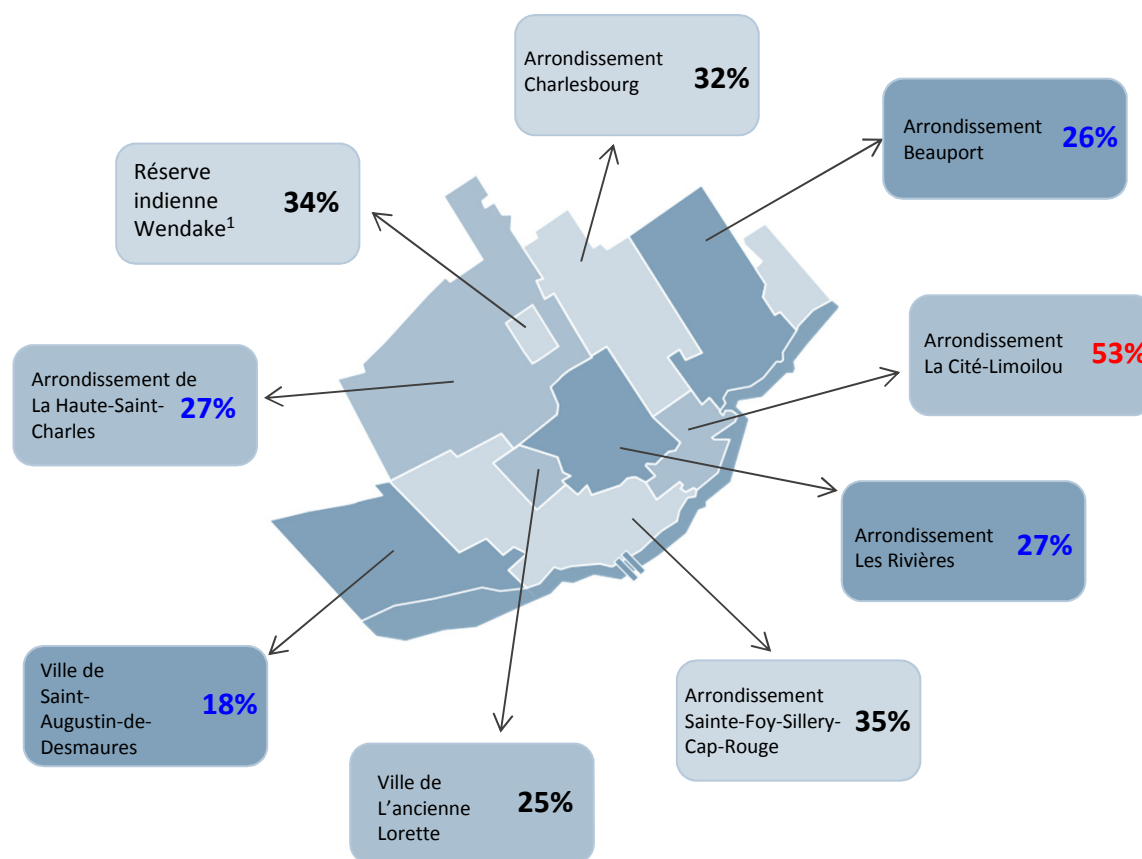
En effet, plus de la moitié des résidents de La Cité-Limoilou utilisent l'autobus (53% d'usagers).

Les résidents des arrondissements de La Haute-Saint-Charles (27%), Les Rivières (27%) et Beauport (26%) sont significativement moins nombreux à en faire autant.

En queue de peloton, les Augustinois ne sont que 18% à utiliser le transport en commun.

Proportion d'usagers du transport en commun selon l'arrondissement de résidence

Base= Usagers du transport en commun (n=778)



¹ Attention : ce secteur ne compte que 24 répondants. Les résultats doivent donc être interprétés avec prudence.

PROFIL DES CLIENTÈLES

1.3. RÉPARTITION SUR LE TERRITOIRE DESSERVI - SUITE

Avec 53% d'usagers du transport en commun parmi ses résidents, c'est sans surprise que l'on constate que c'est dans l'arrondissement de La Cité-Limoilou que se retrouve la plus grande proportion des clients du RTC (30% de tous les usagers), laissant l'arrondissement de Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge bon deuxième (16%).

Territoire	TOTAL des usagers (n=778)	Clients réguliers (n=349)			Clients occasionnels (n=416)	Non clients ouverts (n=1363)			Non clients fermés (n=229)	TOTAL des répondants (n=2538)
		Travailleurs (n=258)	Étudiants (n=50)	Retraités (n=41)		Travailleurs (n=718)	Étudiants (n=26)	Retraités (n=619)		
Arrondissement Charlesbourg	14%	17%	21%	4%	11%	13%	9%	17%	14%	14%
Arrondissement Beauport	11%	19%	3%	2%	8%	15%	27%	15%	19%	14%
Arrondissement La Cité-Limoilou	30%	23%	21%	54%	36%	12%	23%	13%	8%	19%
Arrondissement Les Rivières	15%	14%	7%	13%	18%	22%	2%	19%	23%	18%
Arrondissement Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge	16%	13%	21%	27%	15%	14%	23%	19%	10%	15%
Arrondissement La Haute-Saint-Charles	10%	11%	20%	0%	8%	16%	3%	9%	21%	13%
Ville de l'Ancienne-Lorette	2%	3%	0%	0%	2%	3%	2%	3%	4%	3%
Ville de Saint-Augustin	2%	1%	8%	0%	1%	4%	11%	4%	2%	3%
Réserve Indienne Wendake	<1%	1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%

L'arrondissement de La Cité-Limoilou compte aussi un nombre significativement plus grand de répondants de chacun des segments de clients, qu'ils soient réguliers ou occasionnels, à l'exception des étudiants.

PROFIL DES CLIENTÈLES

1.3. RÉPARTITION SUR LE TERRITOIRE DESSERVI SELON LA FRÉQUENCE D'UTILISATION - SUITE

1.3.1. Extrapolation selon la population de la région de Québec

Par inférence, en tenant compte des chiffres du dernier recensement sur le territoire desservi par le RTC, on est en mesure d'estimer le nombre d'usagers du transport en commun dans l'agglomération en 2018 à environ 161 175 personnes. La clientèle potentielle s'estime quant à elle à 326 491 personnes qui n'utilisent pour l'instant pas le transport en commun.

Extrapolation à l'ensemble de la population de la région de Québec Population âgée de 16 ans et plus ¹	2014 (n=2 429)	2018 (n=2 538)
Ville de Québec	443 935	456 810
Ville de Saint-Augustin-de-Desmaures	14 400	15 725
Ville de L'Ancienne-Lorette	13 950	14 075
Réserve indienne Wendake ²	891	1 795
TOTAL	473 176	488 405
Usagers réguliers (>3 jours/semaine)	85 172	83 030
Usagers occasionnels (1 à 3 jours/semaine)	23 659	43 957
Usagers très occasionnels (1 à 3 jours/mois)	33 122	34 188
Non usagers (<1 fois/mois)	94 635	122 102
Non usagers (jamais)	231 856	200 247

¹ Les données sont tirées du recensement de 2016 de Statistique Canada pour la population âgée de 16 ans et plus des villes de Québec, Saint-Augustin-de-Desmaures, L'Ancienne-Lorette et la Réserve indienne de Wendake. Notons que pour l'étude conduite en 2014, le recensement de 2011 avait été utilisé pour les villes de Québec, Saint-Augustin-de-Desmaures et L'Ancienne-Lorette, alors que pour Wendake, il s'agissait des données du recensement de 2001.

² Attention : ce secteur ne compte que 24 répondants. Les résultats doivent donc être interprétés avec prudence.

The background of the slide is a stylized, abstract representation of a road network. It consists of thick black lines forming various paths, including straight sections, sharp turns, and loops. White dashed lines are placed along these paths to represent lane markings. The overall aesthetic is clean and modern, using a grayscale palette with a prominent red accent at the top.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

2. Habitudes de déplacement

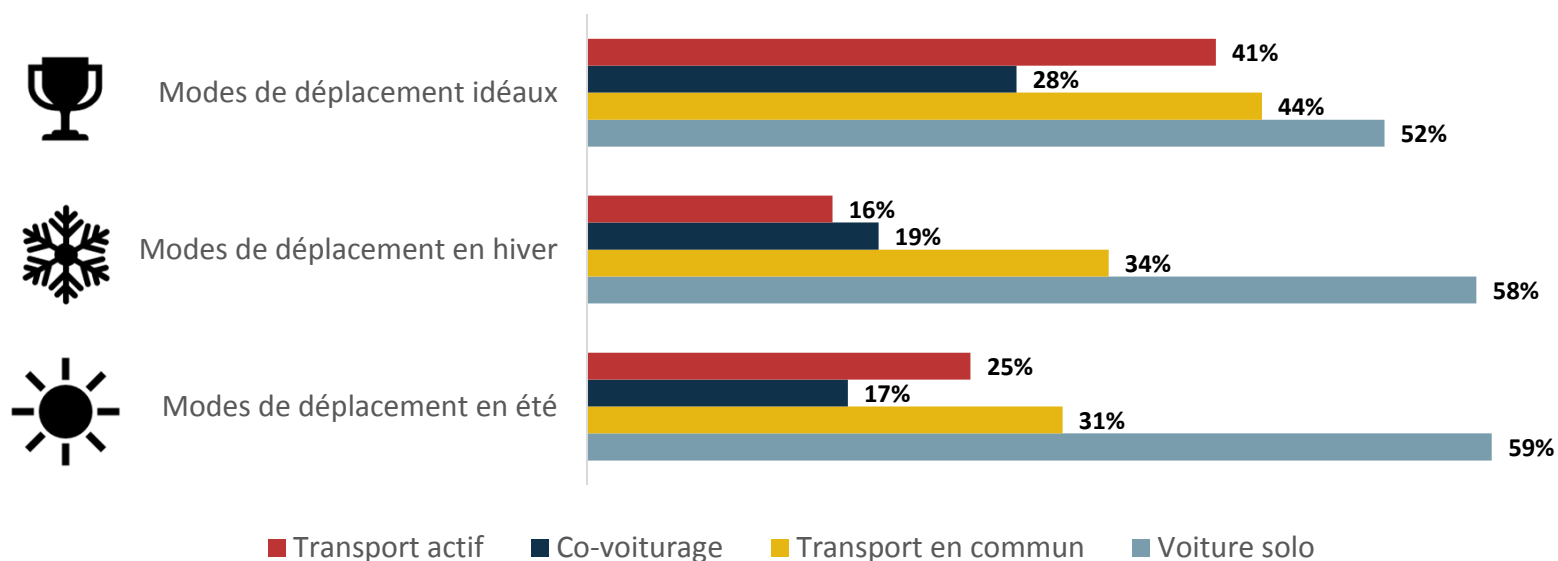
HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.1. DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

Les étudiants et les travailleurs ont été questionnés sur les modes de transport qu'ils utilisent le plus fréquemment pour se rendre au travail en été et en hiver, en plus de répondre à une question portant sur le mode de transport qu'ils souhaiteraient utiliser dans l'éventualité où toutes les options proposées leur permettraient de se rendre à leur lieu de travail ou d'études de façon simple et rapide.

Modes de déplacement estival, hivernal et idéal

Base= les travailleurs et les étudiants (n=1385)



En plus d'une prévisible **hausse de l'usage des moyens de transport actifs en été**, ces questions ont mis en lumière le désir des répondants à **utiliser davantage la marche ou le vélo** d'abord (16 points de pourcentage de plus qu'ils ne le font en été), mais aussi **le transport en commun** (avec 10 points de plus qu'en hiver) et **le covoiturage** (9 points de plus qu'en hiver).

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.1. DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

2.1.1. Mode de transport le plus désirable

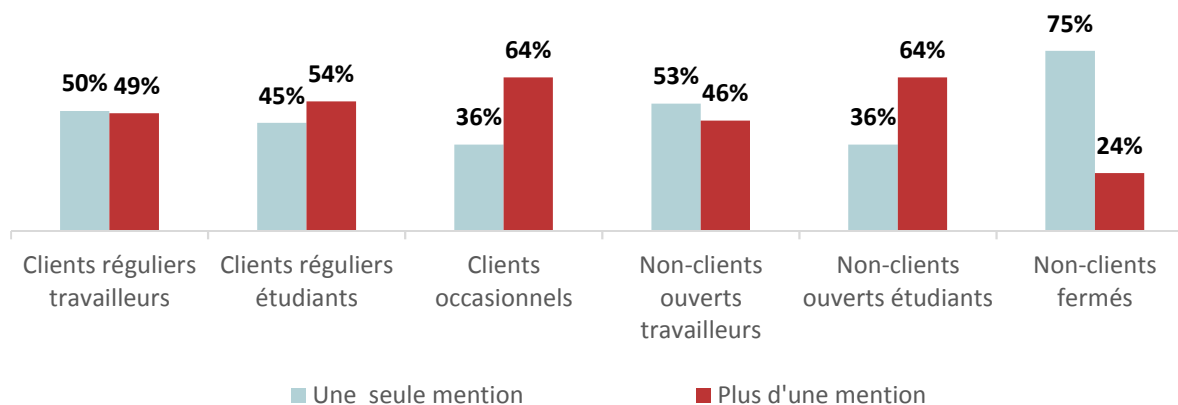
Les répondants pouvaient identifier jusqu'à trois moyens de transport comme étant particulièrement désirables pour se rendre sur leur lieu d'étude ou de travail.

On constate que le nombre de mentions varie significativement parmi les segments.

Ainsi, ce sont les clients occasionnels et les non clients ouverts étudiants qui ont sélectionné le plus grand nombre de mentions (2 en moyenne), alors que les non clients fermés sont les plus nombreux à n'identifier qu'un seul moyen de transport avec une moyenne de 1,3 mention par répondant.

Nombre de mentions choisies selon le segment de clientèle.

Base= les travailleurs et les étudiants (n=1385)



Dans l'hypothèse où tous les modes de transport suivants vous permettraient de vous rendre à votre lieu de travail ou d'études de façon simple et rapide, lesquels souhaiteriez-vous utiliser?	Clients réguliers		Clients occasionnels (n=193)	Non clients ouverts		non clients fermés (n=117)	TOTAL (n=1385)
	Travailleurs (n=258)	Étudiants (n=50)		Travailleurs (n=718)	Étudiants (n=26)		
La voiture en solo	32%	29%	37%	65%	28%	86%	52%
➤ Via un service d'auto-partage	5%	6%	6%	5%	7%	5%	5%
➤ Avec votre propre véhicule	27%	22%	33%	62%	21%	83%	49%
Le covoiturage	21%	32%	32%	31%	20%	14%	28%
➤ Via un service de covoiturage	8%	3%	12%	6%	9%	1%	7%
➤ Avec un membre de la famille, un ami ou un collègue	15%	31%	21%	28%	12%	14%	23%
L'autobus	63%	76%	54%	37%	54%	1%	44%
Le transport actif	48%	39%	58%	33%	72%	1%	41%
➤ La marche	33%	22%	0%	43%	19%	46%	27%
➤ La bicyclette via un service de vélo-partage	22%	22%	0%	28%	19%	34%	21%
➤ La bicyclette avec votre propre vélo	7%	8%	0%	7%	2%	18%	5%

Les totaux supérieurs à 100% sont dus aux réponses multiples. Les totaux incluent les répondants ayant sélectionné au moins une mention de la catégorie.

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.1. DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

2.1.1. Mode de transport le plus désirable



La voiture, en solo
(52% des répondants)

- ▶ Les répondants citant **la voiture en solo** parmi les modes de transport qui seraient les plus désirables pour eux afin de se rendre à leur lieu d'études ou de travail représentent 61% des répondants qui **ont un permis et possèdent une voiture** et 60% de ceux **âgés de 45 à 54 ans**.
- ▶ Ils sont généralement **moins éduqués** puisqu'ils constituent 56% des diplômés du niveau collégial et 59% des répondants détenant un diplôme secondaire ou moins.
- ▶ Faire le trajet jusqu'à leur lieu de travail seuls dans leur véhicule représente aussi un moyen de déplacement idéal pour 56% **des travailleurs**.
- ▶ Enfin, les répondants qui résident en banlieue, tout particulièrement dans l'arrondissement **Les Rivières**, sont particulièrement attachés à leur voiture. 55% d'entre eux affirment en effet que, si tous les moyens de transport proposés pouvaient les amener facilement et rapidement sur leur lieu de travail ou d'études, c'est toujours leur propre véhicule qu'ils privilégieraient.



Le transport en commun du RTC
(44% des répondants)

- ▶ L'autobus a été identifié parmi les moyens de transport favoris de 62% des **usagers actuels** du transport en commun et de 70% des **abonnés au RTC**.
- ▶ 64% des **étudiants** identifient l'autobus comme un des moyens de transport qu'ils souhaiteraient utiliser si tous ceux proposés pouvaient les conduire à leur lieu d'études de façon simple et rapide.
- ▶ 52% des **résidents des quartiers centraux** sauteraient volontiers dans un autobus quand vient le temps de se rendre sur leur lieu de travail ou d'études.
- ▶ 39% des répondants qui ont **un permis de conduire et possèdent une voiture** identifient le transport en commun comme un de leur moyen préféré de transport.

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.1. DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

2.1.1. Mode de transport le plus désirable



Le covoiturage
(28% des répondants)

- ▶ Les répondants qui ont choisi le covoiturage parmi leurs moyens de transport privilégiés pour se rendre au travail ou aux études sont surreprésentés parmi les **clients occasionnels** du RTC. 38% d'entre eux prennent en effet l'autobus de un à trois jours par semaine.
- ▶ La proportion des répondants ayant identifié le covoiturage parmi les modes de transport les plus désirables à leurs yeux quand il s'agit de se rendre au travail ou aux études représente 30% des **résidents des quartiers périphériques** et 35% de ceux qui habitent l'**arrondissement Charlesbourg**.
- ▶ **Les femmes** sont significativement plus nombreuses à préférer le covoiturage (31% des répondantes contre seulement 25% des hommes.)



Le transport actif
(41% des répondants)

- ▶ La marche et la bicyclette ont été identifiées comme des moyens de transport idéaux pour se rendre au travail ou aux études par 50% des **usagers du transport en commun**.
- ▶ C'est aussi le mode de transport préféré de 75% des répondants qui ont identifié la marche ou le vélo comme un de leurs principaux moyens de transport pour se rendre au travail ou aux études en été et de 82% de ceux qui le font en hiver.
- ▶ Seulement 36% des répondants qui **ont un permis de conduire et possèdent une voiture** affirment qu'idéalement, ils marcheraient ou pédaleraient pour se rendre au travail ou aux études.
- ▶ Les personnes sondées qui affirment privilégier le transport actif sont significativement plus nombreuses à résider dans les **quartiers centraux** (55%), principalement dans l'**arrondissement La Cité-Limoilou** (51%).

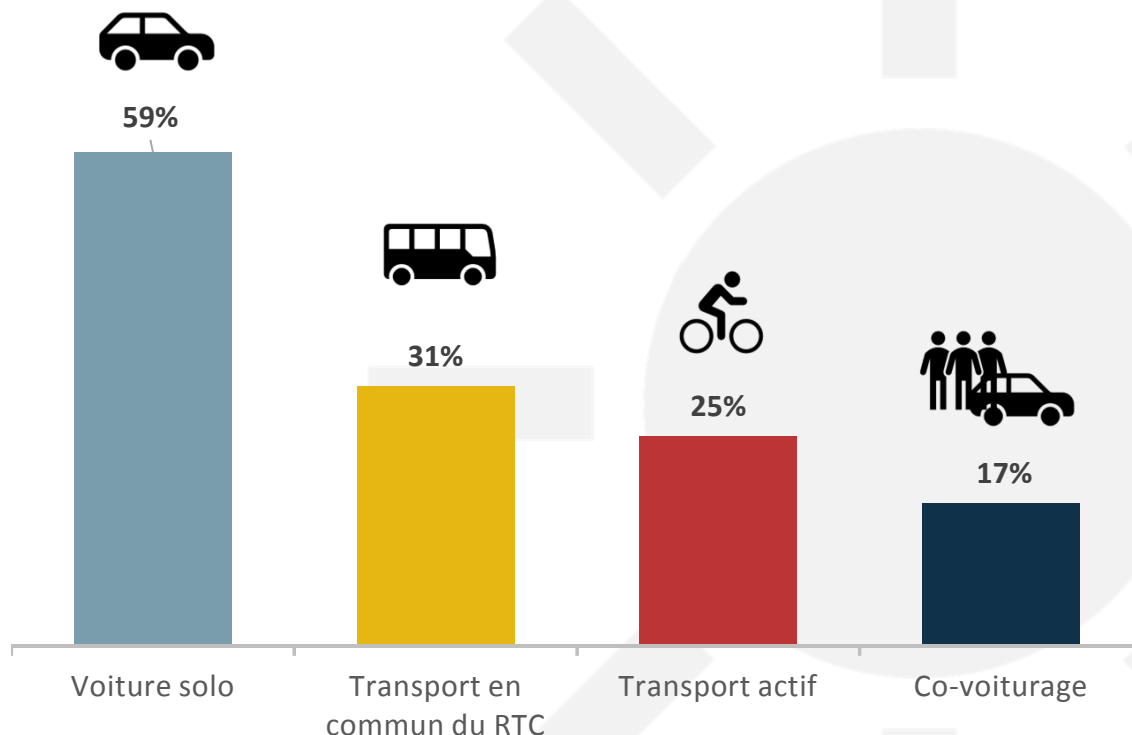
HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.2. DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

2.1.2. Mode de transport estival

Pourriez-vous indiquer les moyens de transport que vous utilisez le plus souvent pour vos déplacements à votre lieu de travail ou d'études durant l'été, soit entre les mois de mai et septembre ?

Base= les travailleurs et les étudiants (n=1385) – Plusieurs mentions possibles



Le climat étant un facteur déterminant dans le choix d'un moyen de transport, les répondants ont eu à identifier leurs principaux modes de déplacement pour le travail ou les études en été, d'une part, et en hiver d'autre part.

Durant la saison estivale, même si la **voiture demeure le principal outil** pour ces déplacements (59%), c'est près **d'un tiers (31%) des répondants qui affirment utiliser les services de transport en commun.**

Parmi ces derniers, les **femmes** sont significativement plus nombreuses (34% d'entre elles), de même que les **diplômés universitaires** (34%) et les **jeunes de 16 à 24 ans** qui utilisent le transport en commun dans une proportion de 57%.

Enfin, la **belle saison favorise l'usage de la marche et du vélo** et les répondants en profitent, 25% d'entre eux ayant affirmé utiliser le transport actif pour se rendre au travail ou aux études.

Notons par ailleurs que les répondants avaient la possibilité d'identifier jusqu'à trois modes de transport pour leurs déplacements estivaux ayant pour objet le travail ou les études. Avec une moyenne de 1,4 mention par répondant, c'est **69% des personnes interrogées qui n'ont identifié qu'un seul moyen de transport.**

Ils sont **beaucoup moins nombreux à affirmer utiliser un portefeuille d'outils de transport diversifié**, alors que 19% d'entre eux ont mentionné en utiliser deux et 12% en ont cité trois.

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.1. DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

2.1.2. Mode de transport estival

Sans surprise, tous les **segments de clients du RTC** sont significativement **moins nombreux à utiliser la voiture en solo** pour leurs déplacements estivaux en lien avec le travail et les études. Remarquons que ceux-ci sont aussi plus volontiers passagers que conducteurs quand ils pratiquent le covoiturage.

Si les **clients réguliers étudiants** du RTC sont aussi significativement **plus nombreux à inclure le transport actif** dans leur portefeuille de moyens de transport (44%), ce sont les **clients occasionnels** qui sont les plus nombreux à pédaler ou marcher quand vient le moment de se rendre au travail ou aux études (52%).

Pourriez-vous indiquer les moyens de transport que vous utilisez le plus souvent pour vos déplacements à votre lieu de travail ou d'études durant l'été, soit entre les mois de mai et septembre.	Clients réguliers		Clients occasionnels (n=193)	Non clients ouverts		Non clients fermés (n=117)	TOTAL (n=1385)
	Travailleurs (n=258)	Étudiants (n=50)		Travailleurs (n=718)	Étudiants (n=26)		
Voiture solo, aucun passager avec vous	11%	32%	39%	83%	76%	81%	59%
Transport en commun	87%	84%	53%	3%	<1%	<1%	31%
➤ Autobus du RTC	85%	79%	51%	3%	<1%	<1%	30%
➤ Autobus de la STLévis ou Autocar des Chutes	1%	5%	2%	<1%	<1%	<1%	1%
➤ Transport adapté du STAC (Service de transport adapté de la Capitale)	1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%
Covoiturage	14%	31%	22%	14%	27%	14%	17%
➤ Covoiturage, comme conducteur	5%	11%	8%	11%	17%	10%	10%
➤ Covoiturage, comme passager	10%	27%	16%	4%	16%	5%	9%
Transport actif	25%	44%	52%	16%	43%	8%	25%
➤ À pied	16%	25%	43%	11%	38%	7%	18%
➤ Bicyclette	12%	22%	17%	7%	11%	1%	10%
Taxi	3%	<1%	2%	1%	<1%	1%	1%
Moto	2%	<1%	2%	2%	3%	7%	2%
Autres	1%	<1%	4%	2%	6%	2%	2%

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.1. DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

2.1.3. Mode de transport estival, selon le lieu de résidence

Sans surprise, les résidents des quartiers périphériques sont les plus grands usagers de la voiture quand il s'agit de se rendre, l'été, sur leur lieu de travail ou d'études. Ils sont en effet 78% à utiliser une automobile dans ces circonstances et 65% sont alors seuls dans leur véhicule.

A contrario, les résidents de l'arrondissement La Cité-Limoilou sont les plus nombreux à utiliser le transport en commun (41%), mais aussi le transport actif (55%) qu'il s'agisse de la marche (44%) ou du vélo (19%). Soulignons toutefois que ces derniers sont favorisés par la proximité de leur lieu de travail ou d'étude qui se situe, dans 32% des cas, dans le même arrondissement.

Pourriez-vous indiquer les moyens de transport que vous utilisez le plus souvent pour vos déplacements à votre lieu de travail ou d'études durant l'été, soit entre les mois de mai et septembre.	Lieu de résidence									
	Beauport (n=213)	Charlesbourg (n=192)	La Cité-Limoilou (n=248)	Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge (n=243)	La Haute-Saint-Charles (n=239)	Les Rivières (n=156)	Saint-Augustin-de-Des. (n=41)	L'Anc.-Lorette (n=39)	Wendake (n=14) ¹	TOTAL (n=1385)
Voiture solo, aucun passager avec vous	65%	55%	37%	58%	67%	67%	74%	66%	71%	59%
Transport en commun	22%	36%	41%	35%	30%	25%	17%	26%	37%	31%
➤ Autobus du RTC	22%	36%	41%	35%	30%	25%	17%	26%	37%	30%
➤ Autobus de la STLévis ou Autocar des Chutes	0%	4%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
➤ Transport adapté du STAC	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	<1%
Covoiturage	25%	13%	15%	17%	22%	11%	28%	7%	4%	17%
➤ Covoiturage, comme conducteur	15%	8%	8%	6%	12%	8%	21%	4%	4%	10%
➤ Covoiturage, comme passager	13%	5%	9%	12%	12%	4%	18%	3%	<1%	9%
Transport actif	10%	19%	55%	36%	11%	18%	19%	29%	12%	25%
➤ À pied	8%	11%	44%	27%	6%	12%	18%	13%	12%	18%
➤ Bicyclette	3%	11%	19%	13%	6%	10%	5%	16%	5%	10%
Taxi	1%	1%	2%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	1%
Moto	2%	1%	1%	0%	0%	3%	0%	0%	3%	2%
Traversier	2%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	1%
Autres	1%	1%	4%	2%	2%	1%	0%	0%	0%	2%

Les totaux supérieurs à 100% sont dus aux réponses multiples. Les totaux incluent les répondants ayant sélectionné au moins une mention de la catégorie.

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.1. DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

2.1.4. Mode de transport estival, selon le lieu de travail ou d'études

Les deux arrondissements qui regroupent les lieux de travail ou d'études de la majorité des répondants, **Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge** (32%) et **La Cité-Limoilou** (25%), sont aussi ceux où les personnes sondées affirment le plus massivement se rendre grâce au réseau de transport en commun.

Cette ouverture à l'utilisation d'autres moyens de transport que l'automobile solo ne semble cependant pas être un incitatif au covoiturage, la proportion totale de répondants affirmant utiliser ce mode de transport pour aller y travailler ou étudier n'étant pas significativement plus élevée qu'ailleurs.

Pourriez-vous indiquer les moyens de transport que vous utilisez le plus souvent pour vos déplacements à votre lieu de travail ou d'études durant l'été, soit entre les mois de mai et septembre.	Lieu de travail ou d'études									
	Beauport (n=213)	Charles-bourg (n=192)	La Cité-Limoilou (n=248)	Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge (n=243)	La Haute-Saint-Charles (n=239)	Les Rivières (n=156)	Saint-Augustin-de-Des. (n=41)	L'Anc.-Lorette (n=39)	Wendake (n=14) ¹	TOTAL (n=1385)
Voiture solo, aucun passager avec vous	65%	66%	44%	59%	73%	69%	68%	73%	34%	59%
Transport en commun	22%	24%	35%	40%	20%	18%	24%	16%	50%	31%
➤ Autobus du RTC	20%	22%	35%	40%	19%	15%	24%	16%	50%	30%
➤ Autobus de la STLévis ou Autocar des Chutes	2%	1%	<1%	<1%	2%	2%	<1%	<1%	<1%	1%
➤ Transport adapté du STAC	<1%	1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%
Covoiturage	27%	8%	15%	20%	14%	15%	21%	5%	18%	17%
➤ Covoiturage, comme conducteur	17%	6%	9%	10%	7%	9%	16%	<1%	5%	10%
➤ Covoiturage, comme passager	18%	16%	38%	26%	19%	16%	24%	24%	40%	9%
Transport actif	18%	16%	38%	26%	19%	16%	24%	24%	40%	25%
➤ À pied	13%	12%	29%	18%	14%	12%	24%	5%	33%	18%
➤ Bicyclette	9%	5%	14%	12%	7%	7%	0%	19%	8%	10%
Taxi	2%	2%	1%	1%	3%	1%	<1%	2%	<1%	1%
Moto	3%	3%	2%	2%	2%	3%	<1%	<1%	<1%	2%
Traversier	2%	<1%	1%	<1%	1%	1%	<1%	2%	<1%	1%
Autres	2%	2%	2%	1%	6%	1%	<1%	<1%	<1%	2%

Les totaux supérieurs à 100% sont dus aux réponses multiples. Les totaux incluent les répondants ayant sélectionné au moins une mention de la catégorie.

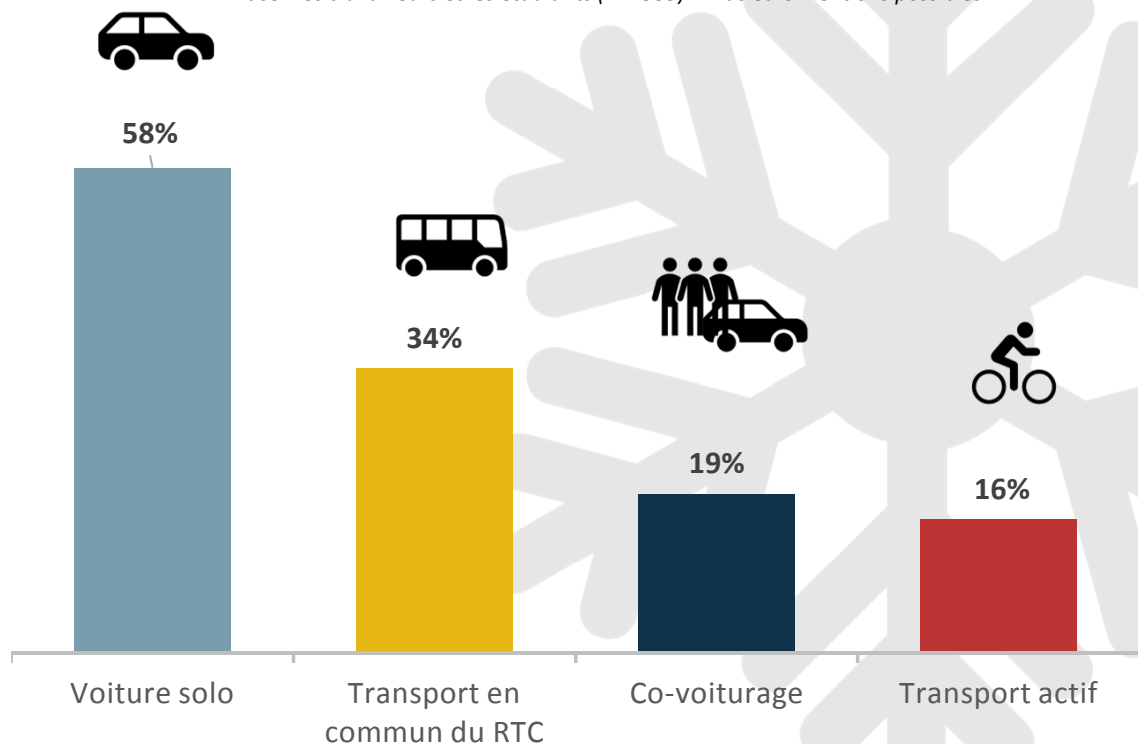
HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.1. DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

2.1.5. Mode de transport hivernal

Durant l'hiver, soit entre octobre et avril, quels sont les moyens de transport que vous utilisez le plus souvent pour vos déplacements à votre lieu de travail ou d'études?

Base= les travailleurs et les étudiants (n=1385) – Plusieurs mentions possibles



La saison froide modifie somme toute assez peu les habitudes de transport des habitants de la région de Québec.

En effet, on remarque que la proportion d'usagers de la voiture en solo demeure stable, tout comme celle des usagers du transport en commun, comparativement à la saison estivale.

La proportion de répondants pratiquant le covoiturage n'augmente pas non plus significativement.

Mais c'est le transport actif qui se trouve le plus affecté par les changements de conditions météorologiques alors que la proportion de répondants qui marchent ou pédalent pour se rendre au travail connaît une chute de près de 10 points (16% en hiver, contre 25% en été).

Les habitudes en matière de diversification des modes de transport sont, elles aussi, légèrement affectées par les changements de saison. Ainsi, la proportion de répondants ne mentionnant utiliser qu'un seul moyen de transport en hiver passe à 74%, 5 points de plus que durant la belle saison.

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.1. DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

2.1.5. Mode de transport hivernal

C'est l'hiver que le transport en commun connaît sa plus grande popularité auprès des clients réguliers étudiants et des travailleurs. Ils sont en effet respectivement 90% et 90% à l'utiliser, contre 84% et 87% en été.

Alors que les clients réguliers étudiants sont 44% à utiliser le transport actif en été, cette proportion chute à 20% en hiver. Cette chute est moins marquée chez les clients occasionnels. En effet, 39% d'entre eux marchent ou pédalent pour se rendre au travail l'hiver (vs. 52% l'été).

Durant l'hiver, soit entre octobre et avril, quels sont les moyens de transport que vous utilisez le plus souvent pour vos déplacements à votre lieu de travail ou d'études?	Clients réguliers		Clients occasionnels (n=193)	Non clients ouverts		Non clients fermés (n=117)	TOTAL (n=1385)
	Travailleurs (n=258)	Étudiants (n=50)		Travailleurs (n=718)	Étudiants (n=26)		
Voiture solo, aucun passager avec vous	9%	25%	41%	83%	79%	82%	58%
Transport en commun	90%	90%	57%	5%	4%	0%	34%
➤ Autobus du RTC	88%	90%	55%	5%	4%	0%	33%
➤ Autobus de la STLévis ou Autocar des Chutes	1%	<1%	2%	<1%	<1%	<1%	1%
➤ Transport adapté du STAC (Service de transport adapté de la Capitale)	1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%
Covoiturage	14%	32%	31%	15%	26%	13%	19%
➤ Covoiturage, comme conducteur	5%	12%	13%	12%	22%	9%	11%
➤ Covoiturage, comme passager	10%	24%	21%	6%	13%	5%	11%
Transport actif	14%	20%	39%	9%	30%	6%	16%
➤ À pied	14%	20%	38%	9%	30%	6%	16%
➤ Bicyclette	1%	1%	1%	1%	<1%	<1%	1%
Taxi	3%	1%	2%	<1%	<1%	1%	1%
Moto	1%	<1%	1%	<1%	<1%	<1%	<1%
Autres	<1%	2%	2%	1%	<1%	<1%	1%

Les totaux supérieurs à 100% sont dus aux réponses multiples. Les totaux incluent les répondants ayant sélectionné au moins une mention de la catégorie.

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.1. DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

2.1.6. Mode de transport hivernal, selon le lieu de résidence

L'hiver ne modifie que très peu les habitudes de déplacement pour le travail ou les études des répondants selon leur lieu de résidence. Ainsi, ce sont toujours les quartiers centraux qui hébergent une plus grande proportion d'utilisateurs du transport en commun (42%) et du transport actif (34%).

Comme en été, les résidents des secteurs périphériques sont plus nombreux à utiliser la voiture pour ce type de déplacements (79%), ce qu'ils font seuls dans une proportion de 64%.

Durant l'hiver, soit entre octobre et avril, quels sont les moyens de transport que vous utilisez le plus souvent pour vos déplacements à votre lieu de travail ou d'études?	Lieu de résidence									
	Beauport (n=213)	Charlesbourg (n=192)	La Cité-Limoilou (n=248)	Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge (n=243)	La Haute-Saint-Charles (n=239)	Les Rivières (n=156)	Saint-Augustin-de-Des. (n=41)	L'Anc.-Lorette (n=39)	Wendake (n=14) ¹	TOTAL (n=1385)
Voiture solo, aucun passager avec vous	62%	54%	38%	57%	67%	68%	82%	63%	71%	58%
Transport en commun	25%	37%	47%	36%	32%	28%	26%	26%	37%	34%
➤ Autobus du RTC	25%	35%	46%	35%	31%	28%	26%	26%	37%	33%
➤ Autobus de la STLévis ou Autocar des Chutes	<1%	2%	1%	<1%	1%	<1%	<1%	<1%	<1%	1%
➤ Transport adapté du STAC	<1%	1%	1%	1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%
Covoiturage	28%	17%	17%	18%	21%	16%	22%	12%	4%	19%
➤ Covoiturage, comme conducteur	17%	11%	9%	7%	12%	10%	21%	9%	4%	11%
➤ Covoiturage, comme passager	15%	6%	10%	13%	12%	8%	13%	3%	0%	11%
Transport actif	4%	8%	41%	24%	5%	10%	8%	25%	5%	16%
➤ À pied	4%	8%	40%	23%	5%	10%	8%	25%	5%	16%
➤ Bicyclette	<1%	<1%	4%	1%	1%	<1%	<1%	<1%	<1%	1%
Taxi	2%	0%	3%	1%	1%	<1%	<1%	<1%	<1%	1%
Moto	1%	2%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%
Traversier	1%	<1%	<1%	<1%	1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%
Autres	1%	1%	1%	1%	2%	1%	<1%	<1%	<1%	1%

Les totaux supérieurs à 100% sont dus aux réponses multiples. Les totaux incluent les répondants ayant sélectionné au moins une mention de la catégorie.

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.1. DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

2.1.7. Mode de transport hivernal, selon le lieu de travail ou d'études

Comme on l'a vu précédemment, ce sont dans les arrondissements de **Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge** (43%) et **La Cité-Limoilou** (43%) que travaillent ou étudient les plus grandes proportions d'usagers hivernaux du transport en commun.

Les travailleurs et étudiants des autres secteurs privilégient plutôt la voiture pour se rendre sur leur lieu d'études ou de travail, ce qu'ils font principalement seuls dans leur véhicule. Notons toutefois qu'une proportion significativement plus large des répondants qui travaillent ou étudient à Beauport pratiquent le covoiturage (29%).

Durant l'hiver, soit entre octobre et avril, quels sont les moyens de transport que vous utilisez le plus souvent pour vos déplacements à votre lieu de travail ou d'études?	Lieu de travail ou d'études									
	Beauport (n=213)	Charles-bourg (n=192)	La Cité-Limoilou (n=248)	Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge (n=243)	La Haute-Saint-Charles (n=239)	Les Rivières (n=156)	Saint-Augustin-de-Des. (n=41)	L'Anc.-Lorette (n=39)	Wendake (n=14) ¹	TOTAL (n=1385)
Voiture solo, aucun passager avec vous	64%	70%	44%	57%	72%	68%	73%	71%	39%	58%
Transport en commun	20%	26%	43%	43%	19%	20%	24%	14%	56%	34%
➤ Autobus du RTC	19%	24%	42%	42%	17%	20%	24%	14%	56%	33%
➤ Autobus de la STLévis ou Autocar des Chutes	1%	3%	<1%	<1%	2%	<1%	<1%	<1%	<1%	1%
➤ Transport adapté du STAC	<1%	1%	1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%
Covoiturage	29%	9%	20%	21%	12%	15%	27%	5%	44%	19%
➤ Covoiturage, comme conducteur	17%	4%	11%	13%	8%	9%	21%	2%	0%	11%
➤ Covoiturage, comme passager	16%	6%	11%	11%	7%	7%	24%	5%	44%	11%
Transport actif	10%	8%	27%	13%	17%	9%	12%	21%	33%	16%
➤ À pied	10%	8%	26%	13%	16%	9%	12%	21%	33%	16%
➤ Bicyclette	2%	<1%	1%	1%	3%	<1%	<1%	<1%	<1%	1%
Taxi	4%	2%	2%	1%	1%	<1%	<1%	6%	<1%	1%
Moto	1%	2%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%
Traversier	0%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	<1%
Autres	2%	2%	1%	1%	5%	1%	<1%	<1%	<1%	1%

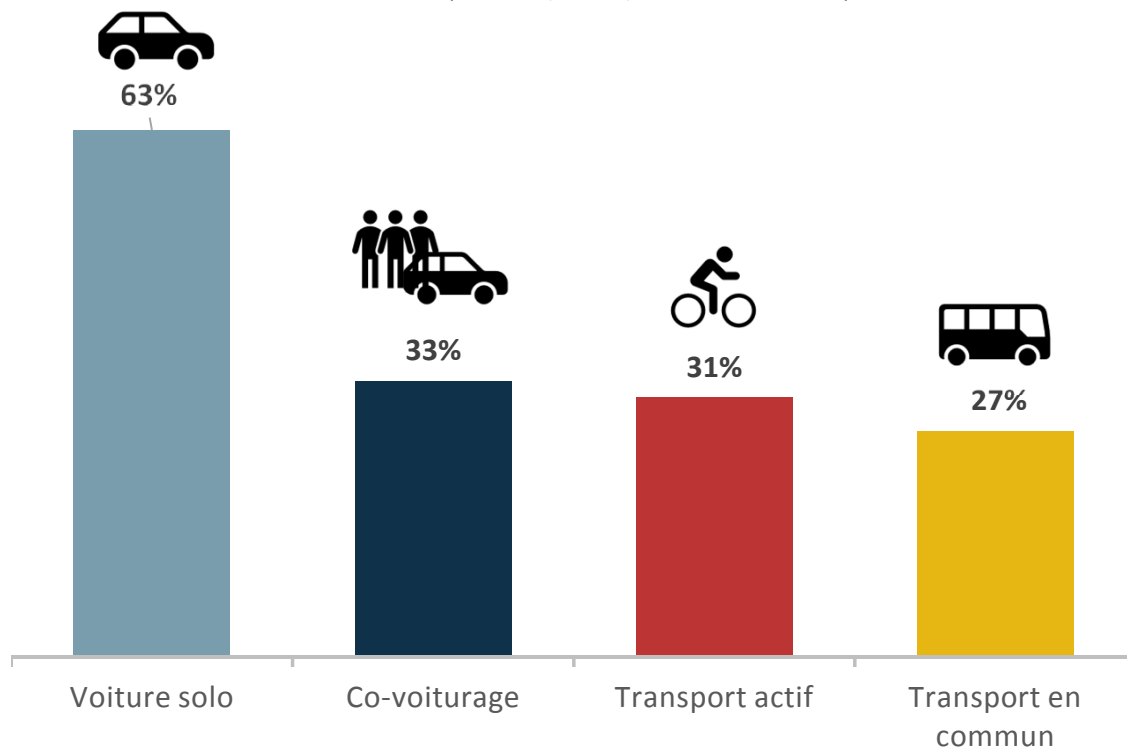
Les totaux supérieurs à 100% sont dus aux réponses multiples. Les totaux incluent les répondants ayant sélectionné au moins une mention de la catégorie.

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.2. DÉPLACEMENTS POUR DES MOTIFS AUTRES QUE LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

Quels sont les principaux moyens de transport que vous utilisez pour vous déplacer dans la région de Québec pour vos loisirs ou pour d'autres raisons que le travail ou les études?

Base= tous les répondants (n=2538) – Plusieurs mentions possibles



Si l'automobile est le premier moyen utilisé pour les déplacements liés au travail et aux études, été comme hiver, dans la région de Québec, cette domination est encore plus marquée pour les autres types de déplacements. Ainsi, ce sont **63% des répondants qui ont recours à la voiture en solo pour leurs déplacements ayant d'autres objets que le travail ou les études.**

Les autres types de moyens de transport sont quant à eux utilisés dans des proportions à peu près équivalentes. En effet, ce sont **33% des répondants qui affirment pratiquer le covoiturage** alors que **31% choisissent un moyen de transport actif**, et **27% le transport en commun.**

Les femmes (29%), les jeunes de 16 à 24 ans (52%), les résidents des quartiers centraux (39%) et les gens qui n'ont pas d'enfant à charge (29%) sont ceux qui auront davantage tendance à utiliser le transport en commun pour leurs loisirs ou pour tout autre motif que le travail ou les études.

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.2. DÉPLACEMENTS POUR DES MOTIFS AUTRES QUE LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

Comme ils le font pour le travail ou les études, les clients réguliers du RTC sont plus nombreux à utiliser le transport en commun pour leurs déplacements ayant d'autres objets.

Remarquons qu'à cet effet, l'écart avec les non clients est toutefois moins grand que pour les déplacements en lien avec le transport et les études et que ces derniers ont plus volontiers recours aux services de transport en commun de façon ponctuelle dans leurs loisirs que dans leurs habitudes quotidiennes.

	Clients réguliers			Clients occasionnels (n=416)	Non clients ouverts			Non clients fermés (n=229)	TOTAL (n=2538)
	Travailleurs (n=258)	Étudiants (n=50)	Retraités (n=41)		Travailleurs (n=718)	Étudiants (n=26)	Retraités (n=619)		
Voiture solo, aucun passager avec vous	40%	30%	16%	41%	82%	79%	69%	79%	63%
Transport en commun	52%	77%	72%	60%	9%	5%	13%	3%	27%
➤ Autobus du RTC	49%	77%	66%	58%	9%	5%	12%	3%	26%
➤ Autobus de la STLévis ou Autocar des Chutes	1%	0%	6%	1%	0%	0%	0%	0%	<1%
➤ Transport adapté du STAC (Service de transport adapté de la Capitale)	1%	0%	4%	1%	0%	0%	1%	0%	1%
Covoiturage	35%	57%	6%	28%	32%	55%	31%	30%	33%
➤ Covoiturage, comme conducteur	11%	19%	2%	11%	27%	33%	19%	21%	19%
➤ Covoiturage, comme passager	27%	46%	4%	21%	16%	35%	15%	13%	31%
Transport actif	30%	36%	61%	50%	25%	27%	29%	12%	31%
➤ À pied	28%	32%	46%	44%	19%	21%	25%	9%	26%
➤ Bicyclette	6%	10%	17%	15%	11%	17%	9%	5%	10%
Taxi	3%	2%	9%	11%	3%	1%	5%	2%	5%
Moto	3%	0%	0%	1%	2%	0%	1%	5%	2%
Autres	1%	0%	5%	5%	0%	0%	4%	4%	2%

Les totaux supérieurs à 100% sont dus aux réponses multiples. Les totaux incluent les répondants ayant sélectionné au moins une mention de la catégorie.

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

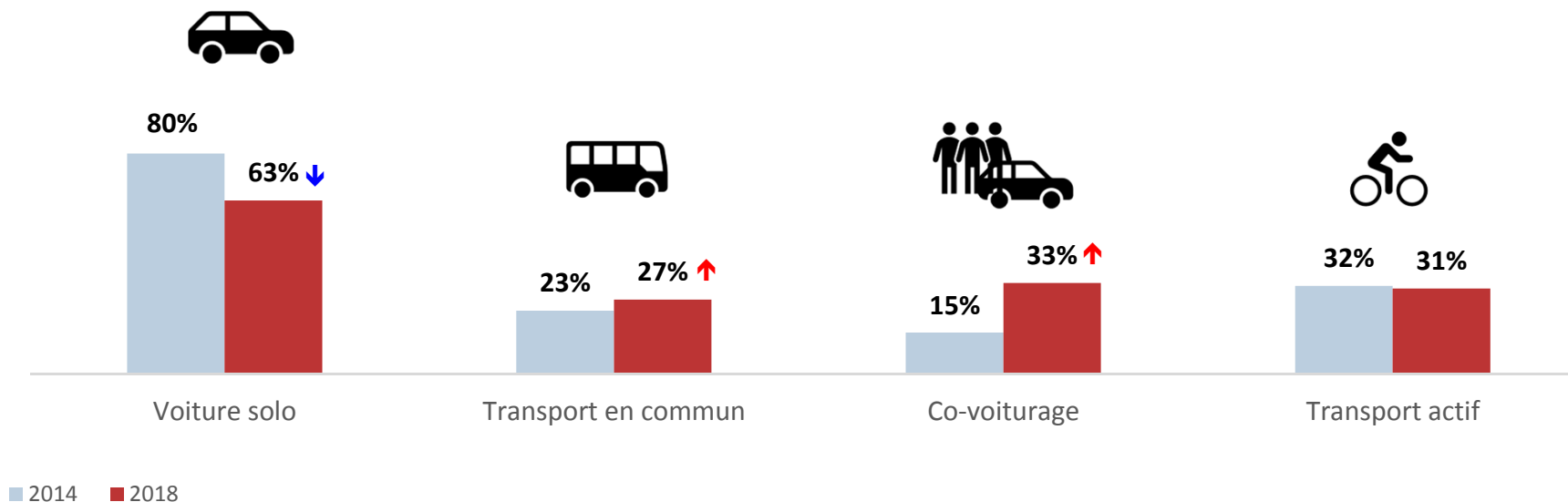
2.2. DÉPLACEMENTS POUR DES MOTIFS AUTRES QUE LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

2.2.1. Évolution des habitudes de déplacement

L'usage de la voiture en solo pour des motifs autres que le travail ou les études a connu une chute impressionnante, avec 63% seulement des répondants en 2018 contre 80% en 2014.

Cette baisse a profité au covoiturage en premier lieu. En effet, cette pratique a plus que doublé en quatre ans alors que seulement 15% des répondants affirmaient partager leur véhicule avec des passagers dans leurs déplacements pour des activités autres que professionnelles ou scolaires en 2014, contre 33% aujourd'hui.

L'usage du transport en commun pour ce type de déplacements a aussi augmenté, gagnant 4 points de pourcentage depuis 2014.



Remarquons que l'usage de modes de transports actifs pour d'autres motifs que le travail ou les études a très peu changé au cours des quatre dernières années.

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.2. DÉPLACEMENTS POUR DES MOTIFS AUTRES QUE LE TRAVAIL OU LES ÉTUDES

2.2.2. Selon le lieu de résidence

Comme c'est le cas pour le travail ou les études, les résidents des quartiers centraux se déplacent proportionnellement plus en transport en commun pour le reste de leurs activités (39%) comparativement aux résidents des quartiers périphériques (20%). Ces derniers utilisent pour une très large part la voiture (87%), le plus souvent seuls dans leur véhicule (68%).

Quels sont les principaux moyens de transport que vous utilisez pour vous déplacer dans la région de Québec pour vos loisirs ou pour d'autres raisons que le travail ou les études?	Lieu de résidence									TOTAL (n=2538)
	Beauport (n=357)	Charlesbourg (n=358)	La Cité-Limoilou (n=502)	Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge (n=481)	La Haute-Saint-Charles (n=378)	Les Rivières (n=281)	Saint-Augustin-de-Des. (n=81)	L'Anc.-Lorette (n=76)	Wendake (n=24)	
Voiture solo, aucun passager avec vous	67%	60%	42%	66%	74%	69%	73%	72%	64%	63%
Transport en commun	15%	25%	48%	29%	15%	26%	13%	23%	29%	27%
➤ Autobus du RTC	14%	23%	47%	28%	14%	25%	10%	21%	26%	26%
➤ Autobus de la STLévis ou Autocar des Chutes	0%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	<1%
➤ Transport adapté du STAC	0%	2%	1%	1%	1%	1%	3%	1%	3%	1%
Covoiturage	35%	36%	27%	34%	30%	33%	42%	35%	25%	33%
➤ Covoiturage, comme conducteur	19%	23%	15%	12%	21%	22%	23%	27%	22%	19%
➤ Covoiturage, comme passager	19%	25%	17%	20%	17%	18%	26%	22%	19%	19%
Transport actif	25%	24%	56%	33%	19%	26%	18%	17%	31%	31%
➤ À pied	19%	20%	51%	31%	15%	21%	12%	11%	31%	26%
➤ Bicyclette	10%	7%	17%	9%	6%	10%	13%	7%	0%	10%
Taxi	5%	4%	4%	11%	3%	3%	3%	2%	1%	5%
Moto	2%	3%	2%	2%	0%	2%	3%	3%	2%	2%
Traversier	1%	1%	2%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	1%
Autres	2%	5%	3%	1%	2%	3%	2%	1%	0%	2%

Les totaux supérieurs à 100% sont dus aux réponses multiples. Les totaux incluent les répondants ayant sélectionné au moins une mention de la catégorie.

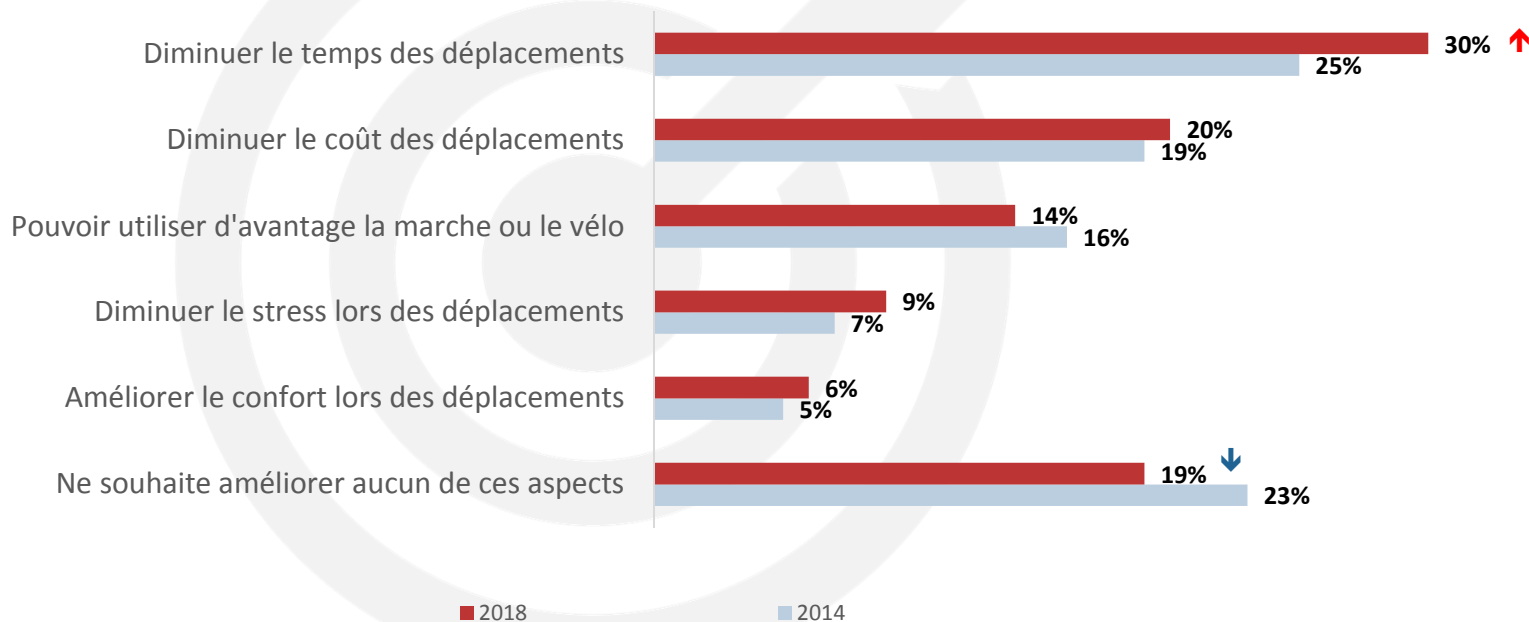
HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.3. AMÉLIORATIONS SOUHAITÉES POUR L'ENSEMBLE DES DÉPLACEMENTS

Encore cette année, lorsqu'on demande aux répondants lequel des aspects ils souhaiteraient améliorer, c'est la durée des déplacements (30%) qui arrive en premier lieu des préoccupations des répondants, suivie du coût (20%). Ces deux priorités sont suivies du désir d'utiliser davantage la marche ou le vélo pour se déplacer (14%).

Depuis 2014, notons qu'une plus large proportion des répondants souhaitent apporter des améliorations à leurs déplacements, surtout en ce qui concerne la durée de ceux-ci (30% contre 25%).

Au cours de la prochaine année, lequel des aspects suivants aimeriez-vous améliorer en ce qui concerne l'ensemble de vos déplacements, que ce soit pour le travail, les études, les loisirs ou autres ?
Base= Tous les répondants (n=2538)



89% des usagers du transport en commun et 73% des non usagers ont manifesté le désir d'améliorer l'une ou l'autre des caractéristiques énoncées en lien avec leurs déplacements au cours de la prochaine année.

*Le complément à 100% représente la non-réponse.

HABITUDES DE DÉPLACEMENT

2.3. AMÉLIORATIONS SOUHAITÉES POUR L'ENSEMBLE DES DÉPLACEMENTS

Dans l'ensemble, ce sont les **non clients fermés** qui expriment le moins le désir d'améliorer leurs déplacements. En effet, ils ne sont **que 54% à avoir identifié l'un ou l'autre des aspects énoncés comme un point à améliorer**.

Les **clients réguliers étudiants (54%) et travailleurs (39%)** ont manifesté une nette volonté d'améliorer le temps de leurs déplacements, mais les clients réguliers travailleurs sont significativement plus nombreux à vouloir aussi améliorer le coût de ceux-ci (26%), ainsi que leur confort (11%). Les clients réguliers retraités ont aussi le coût (36%) et le confort (14%) pour priorité.

Le temps des déplacements est aussi identifié comme premier point d'amélioration par les non clients travailleurs (34%). Mentionnons enfin que ces derniers sont significativement plus nombreux à souhaiter **pouvoir utiliser davantage la marche ou le vélo** (16%).

Au cours de la prochaine année, lequel des aspects suivants aimeriez-vous améliorer en ce qui concerne l'ensemble de vos déplacements, que ce soit pour le travail, les études, les loisirs ou autres?	Clients réguliers			Clients occasionnels (n=416)	Non clients ouverts			Non clients fermés (n=229)	TOTAL (n=2538)
	Travailleurs (n=258)	Étudiants (n=50)	Retraités (n=41)		Travailleurs (n=718)	Étudiants (n=26)	Retraités (n=619)		
Diminuer le TEMPS de vos déplacements	39%	54%	18%	26%	34%	28%	19%	34%	30%
Diminuer le COÛT de vos déplacements	26%	28%	36%	24%	19%	38%	17%	9%	20%
Pouvoir utiliser davantage la MARCHÉ ou le VÉLO pour vos déplacements	14%	7%	11%	15%	16%	9%	15%	5%	14%
Diminuer le STRESS de vos déplacements	5%	6%	1%	10%	9%	10%	12%	2%	9%
Améliorer le CONFORT lors de vos déplacements	11%	1%	14%	8%	3%	7%	6%	3%	6%
Ne souhaite améliorer aucun de ces aspects	6%	3%	18%	14%	17%	7%	25%	42%	19%

*Le complément à 100% représente la non-réponse.

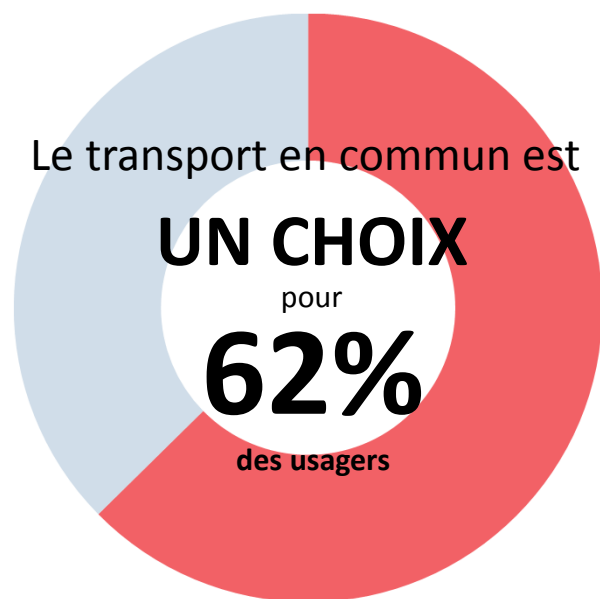
The background of the slide is a light gray color with a large, abstract graphic of a road. The road is depicted with thick black lines for the edges and a dashed white line for the center. It starts from the left, curves upwards and to the right, then curves downwards and to the right, and finally curves upwards and to the right again. The road graphic is semi-transparent, allowing the text to be visible through it.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3. Habitudes d'utilisation des services du RTC

HABITUDES D'UTILISATION DES SERVICES DU RTC

3.1. LE TRANSPORT EN COMMUN : UN CHOIX OU UNE OBLIGATION?



Une nette majorité des usagers affirment utiliser le transport en commun par choix et non par obligation. Des différences significatives apparaissent néanmoins selon le genre, le revenu, l'âge et l'arrondissement de résidence.

D'abord, 68% des hommes déclarent utiliser le transport en commun par choix, alors que seulement 56% des femmes en font autant.

Les usagers qui jouissent d'un revenu annuel se situant au-dessus de 55 000\$ sont aussi plus nombreux à utiliser le transport en commun par choix (79%), alors qu'il s'agit plutôt d'une obligation pour 61% des usagers dont le revenu annuel est égal ou inférieur à 15 000 \$.

De la même manière, si les usagers âgés de 25 à 34 ans et ceux âgés de 65 à 74 ans ont fait le choix du transport en commun dans une même proportion de 71%, les plus jeunes, de 16 à 24 ans y voient plutôt une obligation dans 50% des cas.

Les résidents de l'arrondissement La Cité-Limoilou, particulièrement bien desservis par le réseau du RTC, affirment dans 67% avoir fait le choix d'utiliser le transport en commun. Il en va de même de 74% des usagers de l'arrondissement Charlesbourg, alors que 53% des usagers de l'arrondissement Les Rivières assimilent le transport en commun à une obligation.

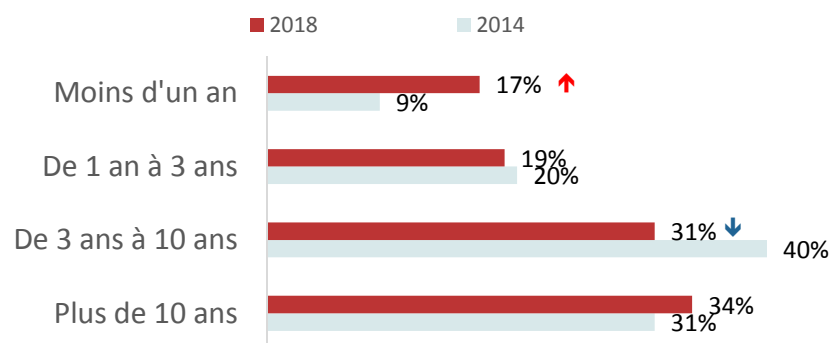
Personnellement, utilisez-vous le transport en commun par choix ou par obligation?	Clients réguliers			Clients occasionnels (n=416)	TOTAL 2014 (n=703)	TOTAL 2018 (n=778)
	Travailleurs (n=258)	Étudiants (n=50)	Retraités (n=41)			
Par choix	63%	53%	72%	64%	63%	62%
Par obligation	37%	46%	27%	35%	35%	37%

HABITUDES D'UTILISATION DES SERVICES DU RTC

3.2. USAGERS DE LONGUE DATE ET NOUVEAUX USAGERS

Depuis combien de temps êtes-vous un usager régulier du transport en commun à Québec ?

Base= usagers réguliers (n=362)



En comparant les résultats de l'étude à celle conduite en 2014, il apparaît clairement que des gains importants ont été faits quant au nombre de nouveaux usagers (moins d'un an). En effet, leur proportion a presque doublé.

Notons toutefois une moins bonne performance en ce qui a trait à la rétention des usagers. Des 71% d'usagers de longue date (plus de 3 ans) recensés en 2014, ceux-ci ne représentent aujourd'hui que 65% de la clientèle du RTC, une baisse de 6 points de pourcentage.

Une proportion significativement plus élevée des clients réguliers retraités (84%) sont clients du RTC depuis plus de 10 ans.

Un résultat à faire pâlir la pourtant très honorable performance des clients réguliers travailleurs, qui sont 38% à démontrer une fidélité équivalente.

Depuis combien de temps êtes-vous un utilisateur régulier du transport en commun à Québec considérant qu'un utilisateur régulier est une personne qui utilise le transport en commun plus de trois jours par semaine?	Clients réguliers			TOTAL (n=362)
	Travailleurs (n=258)	Étudiants (n=50)	Retraités (n=41)	
Moins d'un an	16%	22%	2%	17%
De 1 an à 3 ans	16%	32%	6%	19%
De 3 ans à 10 ans	30%	40%	8%	31%
Plus de 10 ans	38%	6%	84%	34%

*Le complément à 100% représente la non-réponse.

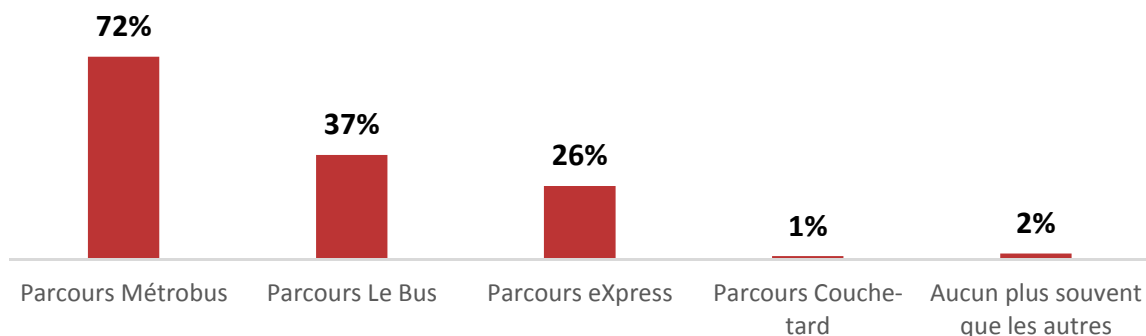
HABITUDES D'UTILISATION DES SERVICES DU RTC

3.3. TYPES DE TRAJETS UTILISÉS

Lorsque vous utilisez le transport en commun, quels types de parcours du RTC utilisez-vous le plus souvent?

Deux mentions possibles

Base= usagers du transport en commun (n=778)



Si dans l'ensemble ce sont les parcours Métrobus qui se classent comme grands favoris des usagers, tout particulièrement après des clients réguliers retraités et des clients occasionnels, les parcours eXpress sont quant à eux particulièrement populaires auprès des clients réguliers travailleurs.

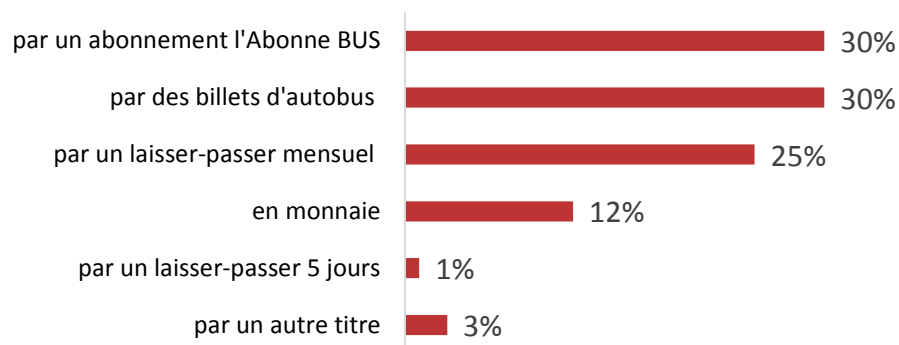
Lorsque vous utilisez le transport en commun, quels types de parcours du RTC utilisez-vous le plus souvent?	Clients réguliers			Clients occasionnels (n=416)	TOTAL (n=778)
	Travailleurs (n=239)	Étudiants (n=50)	Retraités (n=41)		
Parcours Métrobus	63%	69%	87%	78%	72%
Parcours eXpress	39%	37%	9%	16%	26%
Parcours Le Bus	37%	42%	27%	35%	37%
Parcours Couché-Tard	<1%	<1%	<1%	2%	1%
Aucun plus souvent qu'un autre	<1%	<1%	2%	4%	2%

HABITUDES D'UTILISATION DES SERVICES DU RTC

3.4. MÉTHODES DE PAIEMENT DU TRANSPORT EN COMMUN

Comment payez-vous habituellement vos passages dans l'autobus? Est-ce...?

Base = usagers du transport en commun (n=778)



Constatons d'abord la très bonne performance de l'Abonne BUS qui, toutes catégories confondues, est aujourd'hui la solution de paiement privilégiée par 30% des usagers.

Ensuite, remarquons que 12% des usagers du transport en commun paient encore leurs passages dans l'autobus en monnaie. Cette proportion atteint 18% pour les seuls clients occasionnels. Une façon de faire qui est sans aucun doute appelée à changer rapidement avec les nouvelles solutions billettiques pour appareils mobiles.

Comment payez-vous habituellement vos passages dans l'autobus? Est-ce ... ?	Clients réguliers			Clients occasionnels (n=416)	TOTAL (n=778)
	Travailleurs (n=258)	Étudiants (n=50)	Retraités (n=41)		
Par des billets d'autobus de catégorie Général	10%	2%	13%	37%	22%
Par un abonnement L'abonne BUS Travailleur	34%	0%	1%	3%	13%
Par un laissez-passer mensuel de catégorie Général	23%	3%	25%	6%	13%
En monnaie	8%	0%	2%	18%	12%
Par un abonnement L'abonne BUS Étudiant	4%	44%	0%	4%	9%
Par un abonnement L'abonne BUS Perso	15%	0%	10%	4%	8%
Par des billets d'autobus catégorie Étudiant ou Aîné	1%	5%	14%	14%	8%
Par un laissez-passer mensuel de catégorie Étudiant plus ou diplômé	2%	41%	3%	2%	7%
Par un laissez-passer mensuel de catégorie Aîné	1%	<1%	28%	5%	4%
Par un autre titre	<1%	2%	2%	4%	3%
Par un laissez-passer 5 jours	<1%	<1%	<1%	1%	1%
Par un laissez-passer mensuel de catégorie 18 ans et moins	3%	2%	2%	<1%	1%

HABITUDES D'UTILISATION DES SERVICES DU RTC

3.5. LES OUTILS D'INFORMATION

Les **Infoposts** sont, de façon générale, les **outils utilisés par le plus grand nombre d'utilisateurs** des services du RTC (80%).

Ceux-ci sont utilisés fréquemment par une proportion significativement plus grande des **répondants âgés de 55 à 64 ans** (86%), des clients qui utilisent aussi le **transport actif** (41% de ceux qui le font en été et 47% en hiver) et des usagers des **parcours Métrobus** (36%)

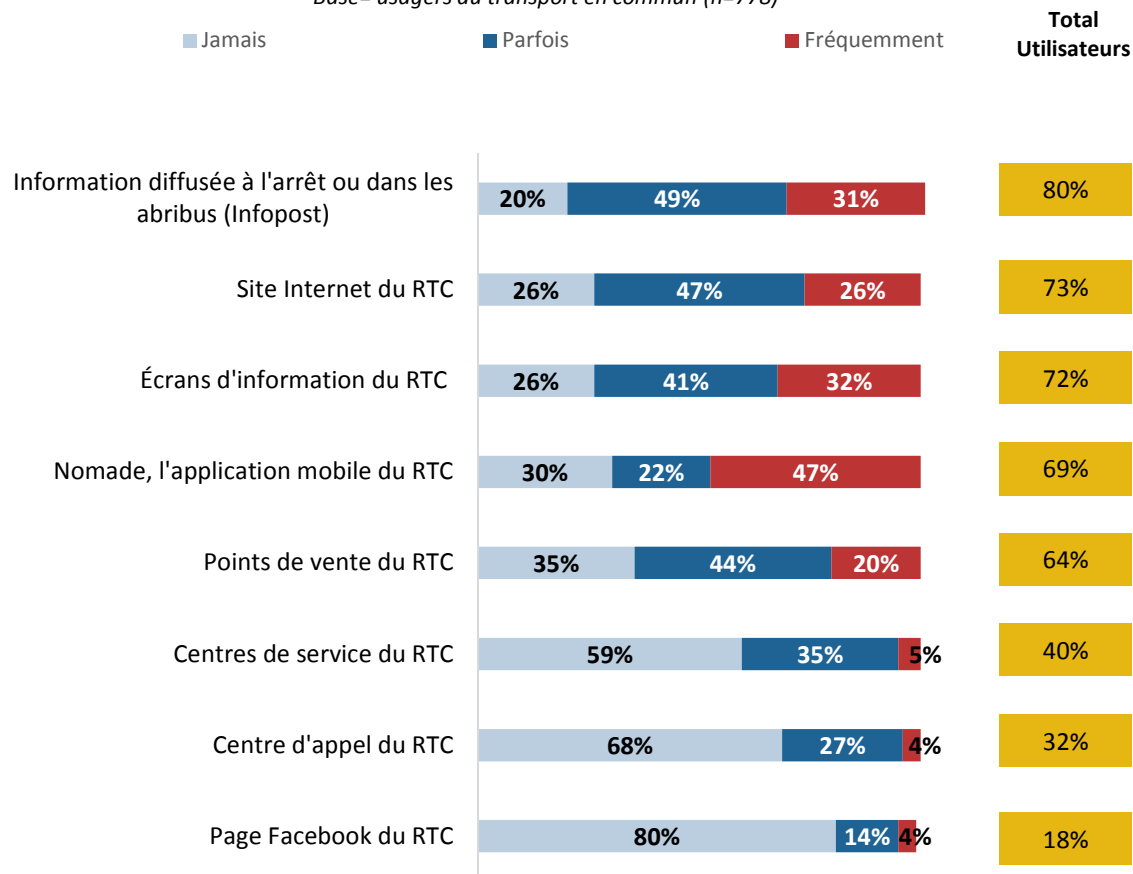
En seconde position, on trouve le **site Internet** de l'organisation (73%) que les répondants âgés de 45 à 54 ans (41%) et les femmes (30%) sont les plus nombreux à consulter fréquemment.

Même si les usagers de **l'application Nomade** sont moins nombreux (69%), ce sont ceux qui ont les habitudes d'utilisation les plus intensives. **47%** d'entre eux ont en effet affirmé utiliser **fréquemment** l'application. Ce sont les **personnes plus jeunes**, âgées de 16 à 44 ans, qui sont les plus nombreux à utiliser cet outil.

À l'opposé, c'est la **page Facebook** du RTC qui est la **moins consultée** par les clients du RTC (18%).

Proportion totale d'utilisateurs pour chacun des outils d'information

Base= usagers du transport en commun (n=778)



HABITUDES D'UTILISATION DES SERVICES DU RTC

3.5. LES OUTILS D'INFORMATION

Parmi les clients réguliers, chaque segment se distingue par sa préférence pour un ou plusieurs des outils mis à leur disposition. Ainsi, les **étudiants** montrent une nette préférence pour **l'application mobile Nomade**, qu'ils sont 93% à utiliser et 88% à utiliser fréquemment. Les **travailleurs**, eux, sont plutôt adeptes des **Infoposts** (85%), du **site Internet du RTC** (80%) et des **écrans d'information** (77%), alors que les clients réguliers **retraités** montrent un attachement distinctif pour les centres de service (59%).

Pour chacun des services ou outils d'information du RTC suivants, veuillez indiquer si vous les utilisez fréquemment, parfois ou jamais pour vous informer sur les services du RTC?		Clients réguliers (n=428)			Clients occasionnels (n=407)	TOTAL (n=778)
		Travailleurs (n=289)	Étudiants (n=108)	Retraités (n=31)		
Information diffusée à l'arrêt ou dans les abribus (Infopost)	Total usagers de l'outil	85%	75%	64%	79%	80%
	Fréquemment	36%	27%	31%	30%	31%
	Parfois	49%	48%	33%	49%	49%
	Jamais	14%	25%	36%	20%	20%
Site Internet du RTC (www.rtcquebec.ca)	Total usagers de l'outil	80%	63%	49%	74%	73%
	Fréquemment	28%	9%	32%	29%	26%
	Parfois	52%	54%	17%	45%	47%
	Jamais	19%	37%	51%	26%	26%
Écrans d'information du RTC (écran tactile ou statique)	Total usagers de l'outil	77%	82%	82%	66%	72%
	Fréquemment	32%	45%	60%	25%	32%
	Parfois	46%	37%	22%	40%	41%
	Jamais	22%	16%	16%	32%	26%
Nomade, l'application mobile du RTC	Total usagers de l'outil	74%	93%	46%	62%	69%
	Fréquemment	52%	88%	38%	33%	47%
	Parfois	21%	5%	8%	28%	22%
	Jamais	26%	7%	49%	38%	30%

HABITUDES D'UTILISATION DES SERVICES DU RTC

3.5. LES OUTILS D'INFORMATION

		Clients réguliers (n=428)			Clients occasionnels (n=407)	TOTAL (n=778)
		Travailleurs (n=289)	Étudiants (n=108)	Retraités (n=31)		
Points de vente du RTC	Total usagers de l'outil	58%	73%	69%	66%	64%
	Fréquemment	18%	23%	30%	19%	20%
	Parfois	40%	50%	39%	47%	44%
	Jamais	42%	27%	29%	34%	35%
Centre de service du RTC	Total usagers de l'outil	41%	44%	59%	37%	40%
	Fréquemment	7%	5%	11%	3%	5%
	Parfois	35%	40%	49%	34%	35%
	Jamais	58%	56%	39%	62%	59%
Centre d'appel du RTC (par téléphone)	Total usagers de l'outil	24%	23%	17%	14%	32%
	Fréquemment	6%	6%	13%	2%	4%
	Parfois	18%	17%	3%	12%	27%
	Jamais	66%	79%	58%	68%	68%
Centre d'appel du RTC (par téléphone)	Total usagers de l'outil	34%	21%	40%	32%	32%
	Fréquemment	5%	<1%	6%	5%	4%
	Parfois	28%	21%	34%	27%	27%
	Jamais	66%	79%	58%	68%	68%

La page Facebook du RTC n'est pas ventilée dans ce tableau en raison du faible sous-échantillon d'usagers.

The background of the slide is a stylized, abstract representation of a road network. It consists of thick black lines forming various curves and straight paths, with white dashed lines indicating lane markings. The graphic is layered, with some parts appearing more prominent than others, creating a sense of depth and movement.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

4. Perception du RTC et de ses services

PERCEPTION DU RTC ET DE SES SERVICES

4.1. PERCEPTION GÉNÉRALE



du RTC, en tant qu'organisation



du transport en commun, en général



du projet de réseau structurant de transport en commun de la Ville de Québec

Le RTC en tant qu'organisation jouit d'une opinion aussi positive que le transport en commun en général auprès de l'ensemble des répondants.

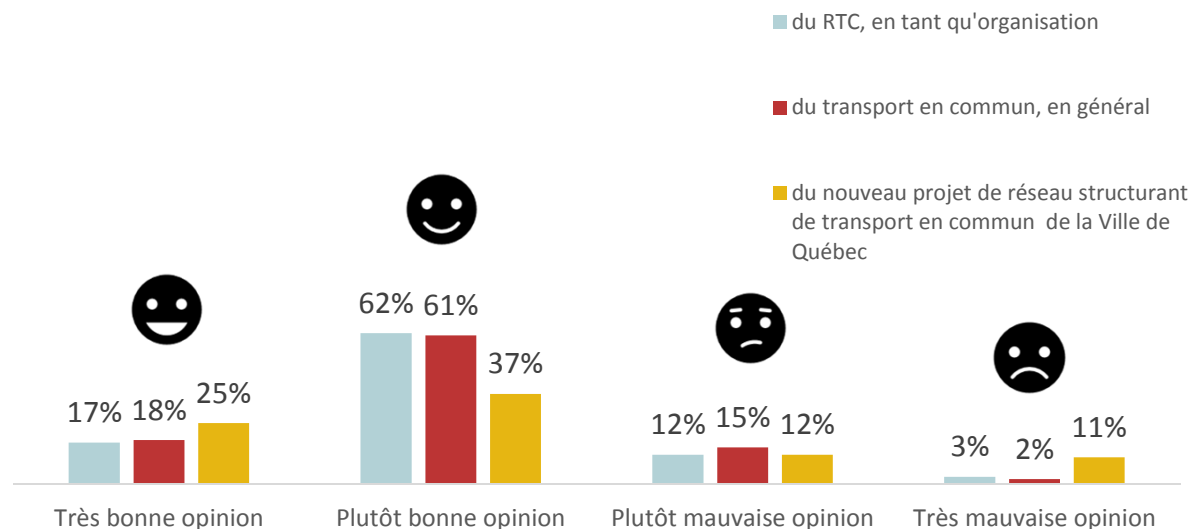
Le projet de réseau structurant cependant, bien qu'il emporte l'adhésion d'une majorité des personnes sondées, compte un plus grand nombre de détracteurs.

Remarquons que les résidents des quartiers centraux ont une meilleure perception à la fois du RTC (83%), du transport en commun en général (84%) et du projet de réseau structurant (69%) que les résidents des arrondissements périphériques (respectivement 77%, 77% et 59%).

Les répondants sont plus polarisés au moment d'exprimer leur appréciation pour le projet de réseau structurant de transport en commun de la Ville de Québec que pour le RTC, comme organisation ou le transport en commun en général. En effet, les répondants sont à la fois plus nombreux à affirmer en avoir une très bonne opinion (25%) et une très mauvaise opinion (11%) que pour le RTC et le transport en commun.

Lorsque vous pensez au... diriez-vous que vous en avez une...

(Base= Tous les répondants n=2538)



PERCEPTION DU RTC ET DE SES SERVICES

4.1. PERCEPTION GÉNÉRALE

Peu de surprise à l'examen plus détaillé de l'opinion qu'entretiennent les différents segments à l'égard du RTC, du transport en commun en général et du projet de réseau structurant. En effet, les clients ont généralement une largement meilleure opinion aussi bien du RTC comme organisation que du transport en commun en général.

Ils sont aussi dans l'ensemble plus favorables au projet de réseau structurant de transport en commun de la Ville de Québec, exception faite des retraités parmi lesquels, étonnamment, le projet emporte l'approbation d'une plus grande proportion de non clients (33%) que de clients (22%).

Lorsque vous pensez au... diriez-vous que vous en avez une...		Clients réguliers (n=428)			Clients occasionnels (n=407)	Non clients ouverts (n=1312)			Non clients fermés (n=228)	TOTAL (n=2538)
		Travailleurs (n=289)	Étudiants (n=108)	Retraités (n=31)		Travailleurs (n=738)	Étudiants (n=57)	Retraités (n=517)		
du RTC, en tant qu'organisation	Bonne opinion	88%	94%	97%	91%	76%	78%	79%	55%	79%
	Mauvaise opinion	11%	3%	3%	8%	20%	15%	12%	35%	15%
du transport en commun, en général	Bonne opinion	90%	87%	97%	85%	78%	67%	81%	50%	79%
	Mauvaise opinion	10%	13%	3%	14%	20%	29%	12%	40%	15%
du nouveau projet de réseau structurant de transport en commun de la Ville de Québec	Très bonne opinion	70%	78%	69%	71%	54%	60%	74%	33%	63%
	Mauvaise opinion	18%	13%	9%	13%	31%	24%	14%	52%	23%

*Le complément à 100% représente la non-réponse.

PERCEPTION DU RTC ET DE SES SERVICES

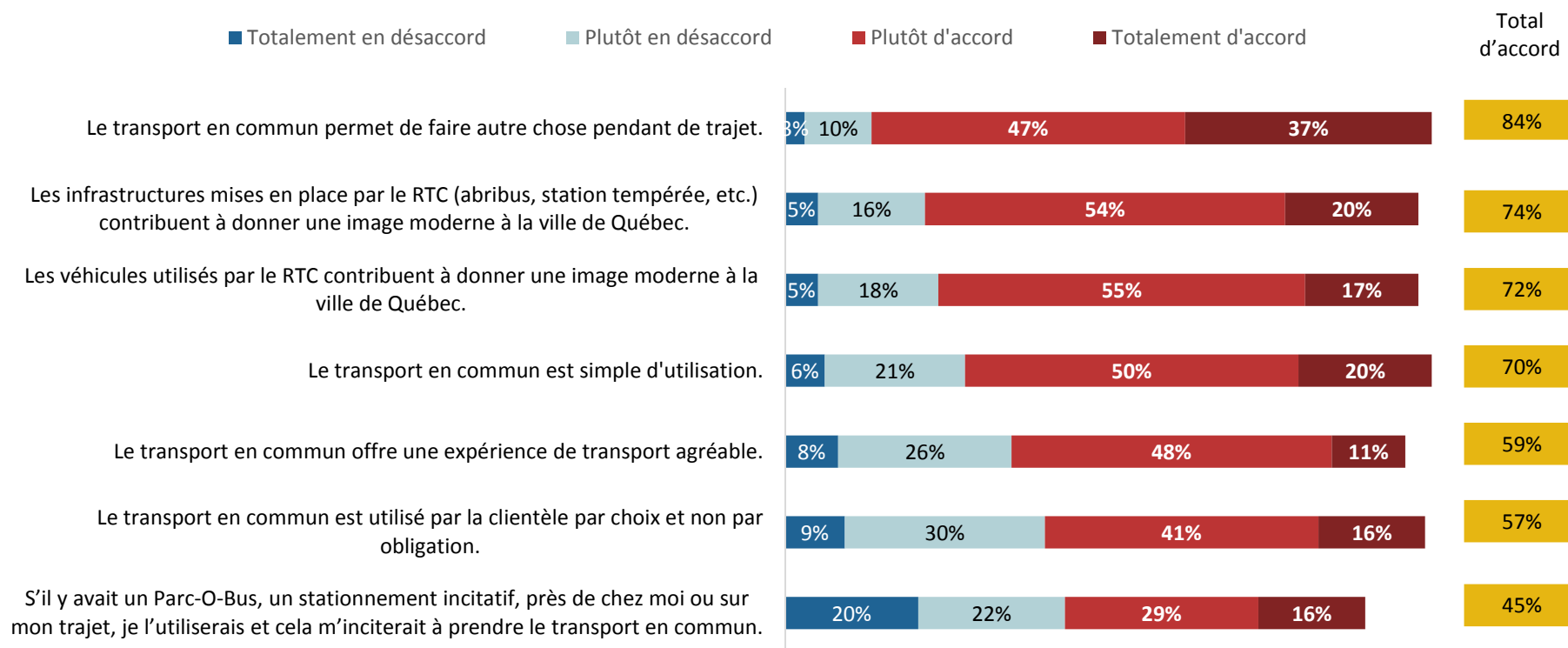
4.2. AVANTAGES PERÇUS À UTILISER LES SERVICES DU RTC

Le degré d'accord des répondants vis-à-vis plusieurs affirmations en lien avec le transport en commun a été sondé. En plus de souligner que les répondants pensent à 84% que le transport en commun permet de faire autre chose pendant le trajet, cet exercice met aussi en lumière que plusieurs répondants pensent que les infrastructures (74%) et les véhicules utilisés (72%) contribuent à donner une image moderne de leur ville.

Notons par ailleurs que 42% des répondants sont d'accord pour dire qu'ils utiliseraient les Parc-O-Bus s'il y en avait un sur leur chemin.

Pour chacune des affirmations suivantes sur le transport en commun à Québec, indiquez si vous êtes totalement d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou totalement en désaccord avec chacune d'elles.

Base= tous les répondants (n=2538)



*Le complément à 100% représente la non-réponse.

PERCEPTION DU RTC ET DE SES SERVICES

4.2. AVANTAGES PERÇUS À UTILISER LES SERVICES DU RTC

Les travailleurs, qu'ils soient clients du RTC (90%) ou non (88%), sont significativement plus nombreux à être d'accord pour dire que le transport en commun permet de faire autre chose durant le trajet.

Une fracture existe entre les usagers du transport en commun et les non usagers au sujet du caractère agréable et de la simplicité d'utilisation du RTC.

Pour chacune des différentes affirmations suivantes sur le transport en commun à Québec, indiquez si vous êtes totalement d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou totalement en désaccord avec chacune d'elles		Clients réguliers (n=428)			Clients occasionnels (n=407)	Non clients ouverts (n=1312)			Non clients fermés (n=228)	TOTAL (n=2538)
		Travailleurs (n=289)	Étudiants (n=108)	Retraités (n=31)		Travailleurs (n=738)	Étudiants (n=57)	Retraités (n=517)		
Le transport en commun permet de faire autre chose pendant le trajet (par ex. lire, travailler).	D'accord	90%	88%	81%	84%	88%	84%	83%	69%	84%
Les infrastructures mises en place par le RTC (abribus, station tempérée, etc.) contribuent à donner une image moderne à la ville de Québec.	D'accord	78%	81%	75%	78%	76%	85%	80%	49%	75%
Les véhicules utilisés par le RTC contribuent à donner une image moderne à la ville de Québec.	D'accord	77%	85%	71%	81%	70%	84%	73%	47%	72%
Le transport en commun est simple d'utilisation.	D'accord	90%	83%	91%	80%	67%	56%	63%	40%	70%
Le transport en commun offre une expérience de transport agréable.	D'accord	74%	82%	90%	73%	51%	47%	60%	23%	59%
Le transport en commun est utilisé par la clientèle par choix et non par obligation.	D'accord	63%	67%	78%	62%	60%	53%	56%	36%	57%
S'il y avait un Parc-O-Bus, un stationnement incitatif, près de chez moi ou sur mon trajet, je l'utiliserais et cela m'inciterait à prendre le transport en commun.	D'accord	54%	52%	58%	53%	42%	58%	52%	12%	45%

PERCEPTION DU RTC ET DE SES SERVICES

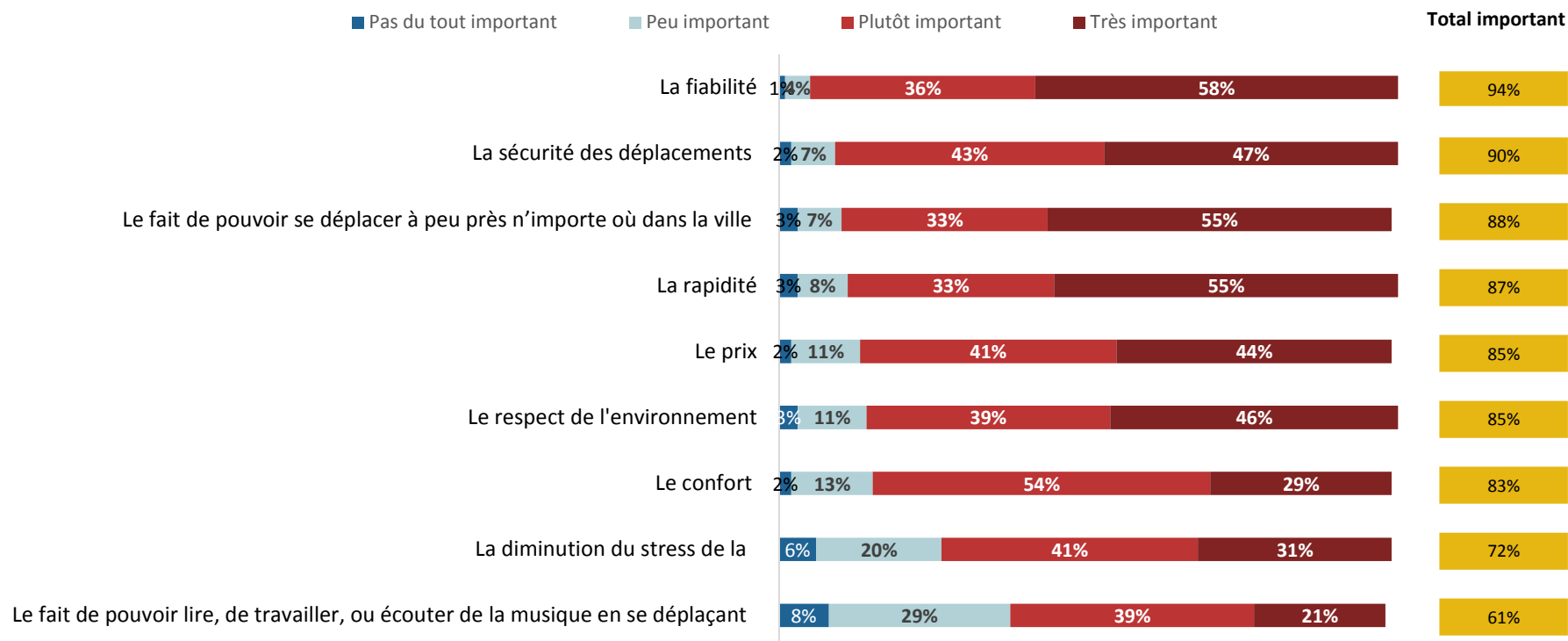
4.3. PERFORMANCE DU RTC SUR LES ÉLÉMENTS LES PLUS IMPORTANTS

La majorité des répondants admettent que chacun des 9 aspects sondés constitue des avantages importants à prendre le transport en commun.

La fiabilité (94%), la sécurité des déplacements (90%) et la couverture du territoire par le réseau de transport en commun (88%) ont été identifiées par les répondants comme les aspects les plus importants lors de leur utilisation du transport en commun.

Pour chacun des énoncés suivants, indiquez si ces éléments représentent, selon vous, des avantages très importants, plutôt importants, peu importants ou pas du tout importants à prendre le transport en commun.

Base= Tous les répondants (n=2538)

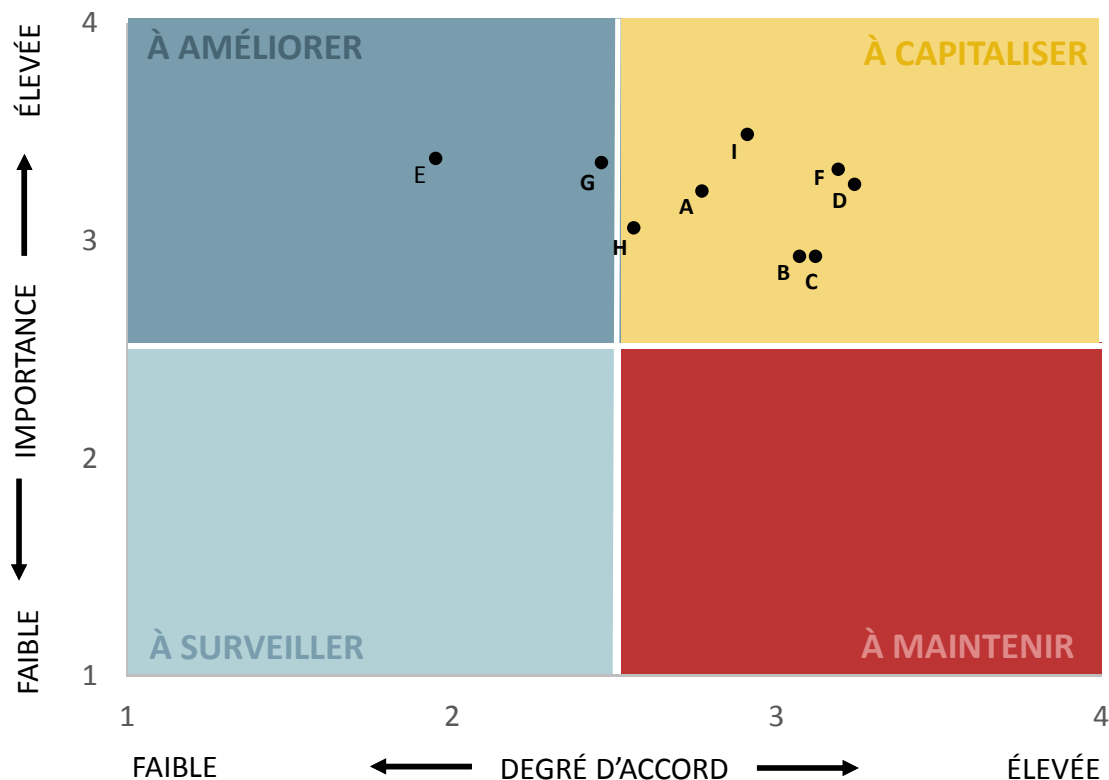


PERCEPTION DU RTC ET DE SES SERVICES

4.3. PERFORMANCE DU RTC SUR LES ÉLÉMENTS LES PLUS IMPORTANTS

Les répondants ont eu à évaluer leur degré d'accord avec neuf affirmations liées au transport en commun à Québec pour ensuite se prononcer sur le degré d'importance qu'ils attribuent à chacune des caractéristiques décrites dans ces affirmations. Les résultats de cet exercice sont schématisés dans la matrice ci-dessous.

Prendre le transport en commun à Québec...	Degré d'accord moyen	Degré d'importance moyen
A-... c'est beaucoup moins cher que de prendre sa voiture	2,77	3,23
B- ...permet d'éliminer le stress de la conduite	3,07	2,93
C- ...c'est plus respectueux de l'environnement	3,12	2,93
D-... permet de lire, travailler, écouter de la musique en se déplaçant	3,24	3,26
E- ...permet de se déplacer rapidement	1,95	3,38
F- ...permet des déplacements sécuritaires	3,19	3,33
G- ...permet de se déplacer à peu près n'importe où dans la ville	2,46	3,36
H- ...c'est un mode de déplacement confortable	2,56	3,06
I- ...c'est un mode de déplacement fiable	2,91	3,49



Remarquons que c'est à l'égard de la rapidité que le RTC doit le plus travailler, d'autant plus qu'il s'agit d'un des attributs les plus importants pour la clientèle.

PERCEPTION DU RTC ET DE SES SERVICES

4.3. PERFORMANCE DU RTC SUR LES ÉLÉMENTS LES PLUS IMPORTANTS

Au sujet de la fiabilité du service (94%), la sécurité des déplacements (90%) et de la couverture du territoire (88%), remarquons que les différents segments n'ont pas la même perception des services offerts par le RTC.

Ainsi, les non clients fermés entretiennent une opinion moins positive à l'égard du transport en commun du RTC alors qu'ils ne sont que 58% à le considérer fiable et seulement 35% à être d'accord pour dire qu'il permet de se déplacer à peu près n'importe où dans la ville.

De la même manière, une proportion significativement plus grande des non clients fermés affirment que le transport en commun n'est pas un moyen de transport sécuritaire (20%) alors que parmi les clients réguliers, 93% de travailleurs, 96% des étudiants et 99% des retraités affirment le contraire.

Prendre le transport en commun à Québec... <i>% EN ACCORD</i>	Clients réguliers (n=428)			Clients occasionnels (n=407)	Non clients ouverts (n=1312)			Non clients fermés (n=228)	TOTAL (n=2538)
	Travailleurs (n=289)	Étudiants (n=108)	Retraités (n=31)		Travailleurs (n=738)	Étudiants (n=57)	Retraités (n=517)		
...permet des déplacements sécuritaires	93%	96%	99%	89%	91%	96%	94%	73%	90%
... permet d'éliminer le stress de la conduite	91%	87%	96%	85%	79%	78%	89%	59%	82%
...c'est plus respectueux de l'environnement	90%	98%	100%	92%	83%	98%	80%	47%	82%
... permet de lire, travailler, écouter de la musique en se déplaçant	91%	90%	89%	86%	91%	79%	88%	76%	88%
...c'est un mode de déplacement fiable	82%	72%	85%	80%	78%	71%	86%	58%	78%
... c'est beaucoup moins cher que de prendre sa voiture	77%	84%	83%	68%	68%	82%	71%	51%	69%
...c'est un mode de déplacement confortable	64%	75%	67%	67%	54%	51%	66%	28%	59%
...permet de se déplacer à peu près n'importe où dans la ville	58%	73%	69%	59%	43%	44%	53%	35%	51%
...permet de se déplacer rapidement	35%	27%	47%	36%	14%	11%	29%	10%	24%

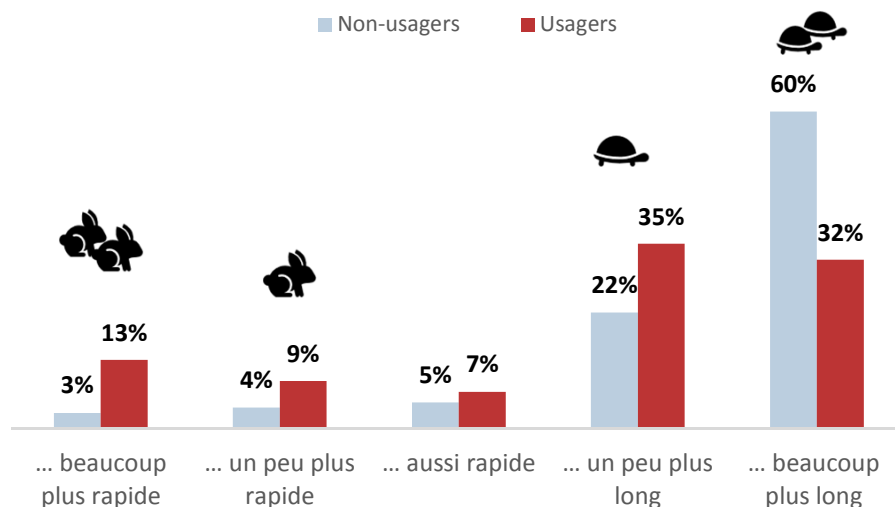
PERCEPTION DU RTC ET DE SES SERVICES

4.4. RAPIDITÉ PERÇUE DES SERVICES DE TRANSPORT DU RTC

Diriez-vous que votre déplacement principal est/serait... en transport en commun qu'en voiture?

Base= tous les répondants (n=2538)

■ Non-usagers ■ Usagers



De façon cohérente avec les résultats obtenus précédemment, le déplacement en transport en commun est généralement jugé plus lent que ceux en voiture, et ce, tant par les usagers que par les non usagers.

Remarquons toutefois que l'évaluation de la durée du trajet faite par les usagers est moins pessimiste que celle des non usagers. Alors que 60% de ces derniers affirment que leur déplacement serait beaucoup plus long en autobus qu'en automobile, seulement 32% des usagers affirment la même chose.

Parmi les non usagers du transport en commun, ce sont les non clients travailleurs qui sont les plus pessimistes quant à la durée d'un trajet en autobus. Ils sont en effet 70% à affirmer que leur déplacement principal serait beaucoup plus long en transport en commun qu'en automobile.

La prochaine question vous demande de faire la comparaison entre la durée d'un déplacement en voiture par rapport au même déplacement en transport en commun. Selon ce que vous en savez, croyez-vous que votre DÉPLACEMENT PRINCIPAL est/serait ... ?	Clients réguliers (n=428)			Clients occasionnels (n=407)	Non clients ouverts (n=1312)			Non clients fermés (n=228)	TOTAL (n=2538)
	Travailleurs (n=289)	Étudiants (n=108)	Retraités (n=31)		Travailleurs (n=738)	Étudiants (n=57)	Retraités (n=517)		
... plus rapide en transport en commun qu'en voiture (total)	32%	13%	26%	16%	6%	0%	10%	4%	11%
Aussi rapide en transport en commun qu'en voiture	8%	11%	13%	5%	3%	0%	8%	3%	6%
... plus long en transport en commun qu'en voiture (total)	58%	74%	42%	72%	89%	93%	74%	79%	77%

A stylized graphic of a road with dashed white lines, forming a large 'U' shape that curves around the page. The road is black and set against a light gray background with horizontal bands of varying shades of gray.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

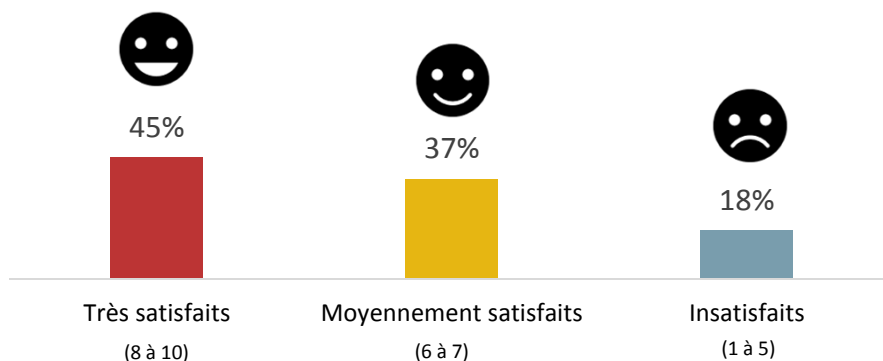
5. Satisfaction à l'égard des services du RTC

SATISFACTION À L'ÉGARD DES SERVICES DU RTC

5.1. SATISFACTION GÉNÉRALE

D'une manière générale, diriez-vous que vous êtes satisfait ou non des services offerts par le RTC?

Base= Usagers du transport en commun priorisant la rapidité ou la fréquence de passage (n=395)



Les usagers du RTC ont été questionnés quant à leur degré de satisfaction à l'égard des services de l'organisation. Celle-ci devait être exprimée à l'aide d'une échelle de 1 à 10, où la note 1 signifiait que le répondant était totalement insatisfait et la note 10 qu'il était au contraire totalement satisfait.

Cet exercice a permis d'observer que, de façon générale, les usagers du transport en commun à Québec se disent satisfaits des services du RTC dans une proportion de 82%.

En effet, ils attribuent une note moyenne de 7 à l'organisation.

Les répondants de 65 ans et plus sont significativement plus satisfaits des services du RTC, et lui attribuent une note moyenne de 7,6 alors que les usagers de 16 à 34 ans sont significativement moins satisfaits et attribuent une note moyenne de 6,7.

Fait intéressant : les usagers qui ont identifié la fréquence de passage comme l'aspect le plus important dans leurs déplacements ont attribué une note moyenne significativement supérieure au service du RTC (7,1), alors que ceux identifiant la rapidité comme une priorité attribuent une note moyenne significativement inférieure (6,7).

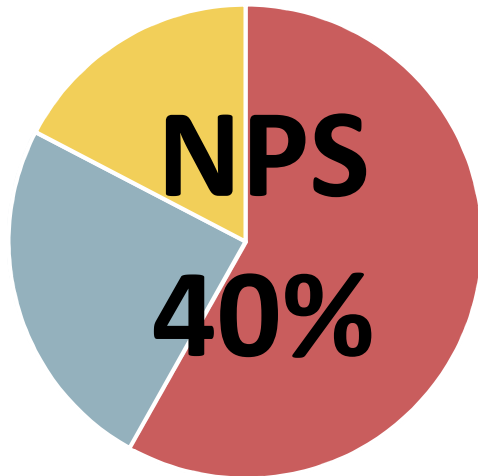
Parmi les segments de clients, remarquons que les **clients réguliers travailleurs** sont significativement plus nombreux à se dire insatisfaits des services de transport en commun offerts par le RTC (moyenne de 6,7).

Avec une proportion de 15%, ce sont **les clients occasionnels** qui sont les moins nombreux à exprimer de l'insatisfaction.

D'une manière générale, diriez-vous que vous êtes satisfait ou non des services offerts par le RTC? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où la note « 1 » signifie que vous êtes totalement insatisfait et la note « 10 » que vous êtes totalement satisfait.	Clients réguliers (n=428)			Clients occasionnels (n=407)	TOTAL (n=778)
	Travailleurs (n=289)	Étudiants (n=108)	Retraités (n=31)		
Évaluation moyenne de la satisfaction sur une échelle de 1 à 10	6,7	7,1	7,4	7,1	7,0

SATISFACTION À L'ÉGARD DES SERVICES DU RTC

5.1. SATISFACTION GÉNÉRALE



Outil de mesure standardisé de satisfaction de la clientèle, le Net Promoter Score (NPS) permet à une organisation, non seulement de mesurer sa performance dans le temps, mais aussi de se comparer au reste de son industrie.

Ajoutée pour la première fois cette année à l'étude, la question du NPS indique que le RTC jouit d'une bonne cote d'amour auprès de sa clientèle qui lui attribue **une note moyenne de 7,5**.

Cet exercice permet de classer les répondants en trois groupes : les détracteurs (ceux ayant attribué une note de 1 à 6), les passifs (note de 7 ou 8) et les promoteurs (note de 9 et 10).

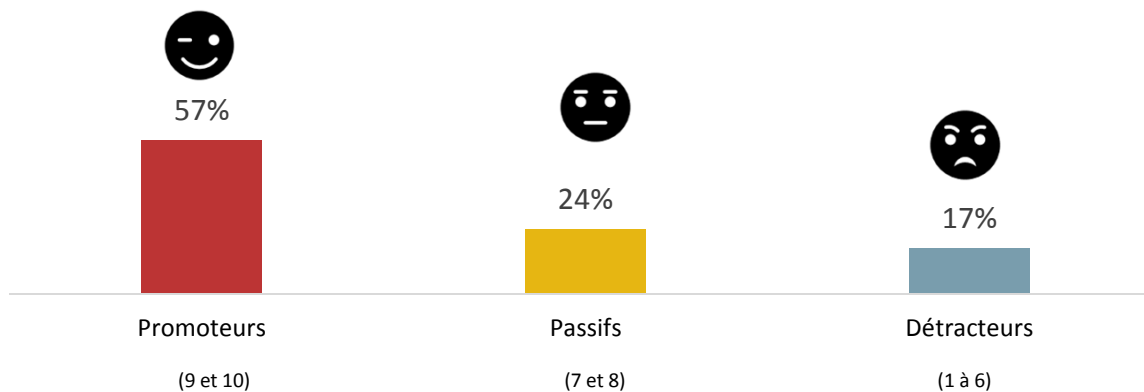
Dans le cas du RTC, on remarque que les répondants âgés de 16 à 34 ans (7,2), ceux qui ont un niveau de scolarité plus bas (DES ou moins) (7,3) et ceux qui ont des enfants (7,0) ont évalué cette probabilité significativement plus basse.

Notons que l'évaluation qu'ils font de la probabilité qu'ils recommandent les services du RTC est en moyenne significativement plus élevée pour les résidents des arrondissements de Charlesbourg (8,1) et de La Cité-Limoilou (8,0).

Sur une échelle de 1 à 10, 1 signifiant totalement improbable et 10 totalement probable, quelle est la probabilité que vous recommandiez à un ami d'utiliser les services de transport en commun du RTC?

Base= Usagers du transport en commun (n=778)

Évaluation moyenne sur une échelle de 1 à 10



7,5

*Le complément à 100% représente la non-réponse.

SATISFACTION À L'ÉGARD DES SERVICES DU RTC

5.1. SATISFACTION GÉNÉRALE

C'est sur ses clients réguliers retraités que le RTC peut le plus assurément compter pour recommander ses services. En effet, ce segment de clientèle fait une évaluation moyenne de la probabilité qu'elle le fasse de 8,1.

Au contraire, ce sont les clients réguliers travailleurs qui sont les plus susceptibles de faire mauvaise presse aux services qu'ils reçoivent, ce segment n'évaluant en moyenne la probabilité qu'ils recommandent les services du RTC qu'à 7,0 sur une échelle de 1 à 10.

Notons enfin que les clients occasionnels font aussi une évaluation moyenne de cette probabilité significativement supérieure, lui attribuant une note de 7,6.

Sur une échelle de 1 à 10, 1 signifiant totalement improbable et 10 totalement probable, quelle est la probabilité que vous recommandiez à un ami d'utiliser les services de transport en commun du RTC?	Clients réguliers (n=428)			Clients occasionnels (n=407)	TOTAL (n=778)
	Travailleurs (n=289)	Étudiants (n=108)	Retraités (n=31)		
Évaluation moyenne sur une échelle de 1 à 10	7,0	7,9	8,1	7,6	7,5
NPS	28%	54%	63%	44%	40%
Promoteurs	50%	67%	74%	60%	57%
Passifs	28%	19%	14%	23%	24%
Détracteurs	28%	19%	14%	23%	17%

*Le complément à 100% représente la non-réponse.

SATISFACTION À L'ÉGARD DES SERVICES DU RTC

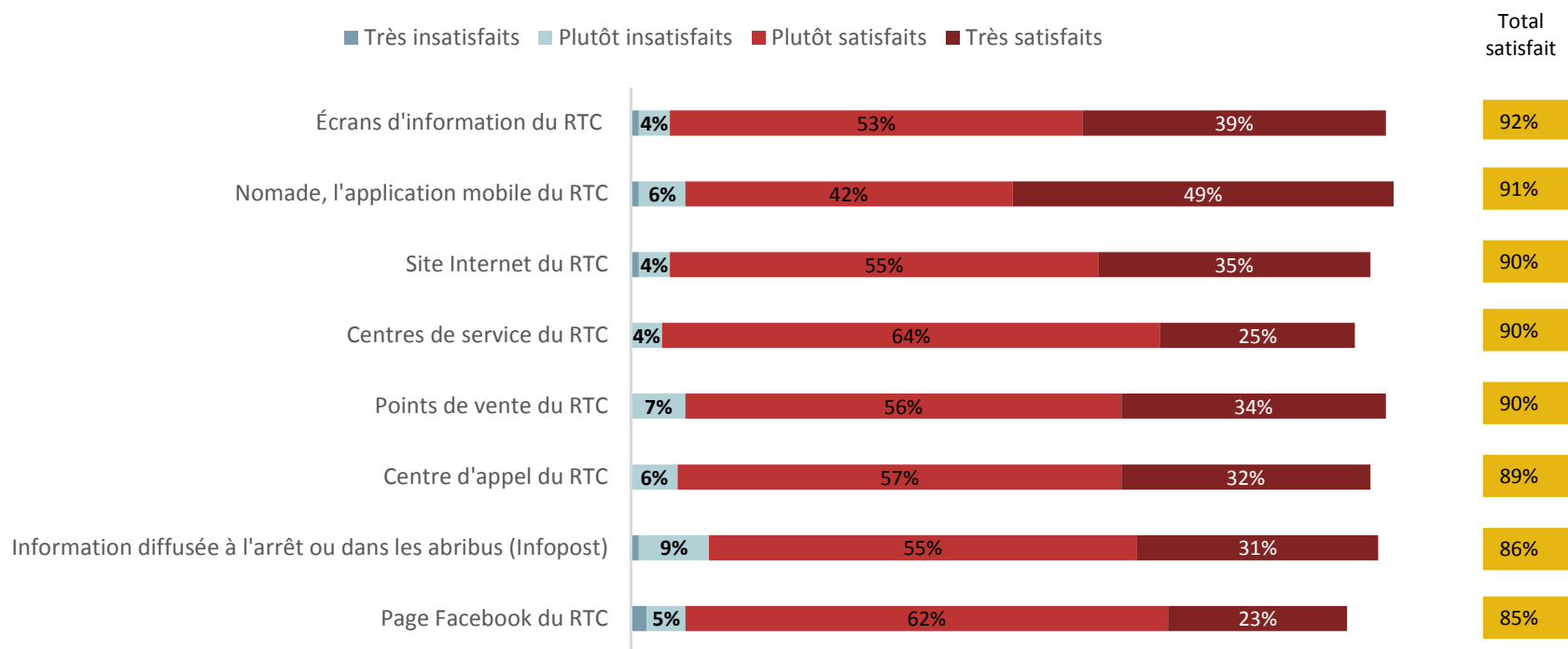
5.2. SATISFACTION À L'ÉGARD DES OUTILS D'INFORMATION

Les écrans d'information sont les outils d'information qui suscitent le plus haut taux de satisfaction chez ses usagers (92%), suivis de près par l'application mobile Nomade (91%).

Le site Internet du RTC, les centres de services et les points de vente du RTC font tous les trois 90% d'usagers satisfaits.

Et maintenant, pour chacun des services ou outils d'information du RTC que vous utilisez, pourriez-vous indiquer si vous en êtes très satisfait, plutôt satisfait, plutôt insatisfait très insatisfait?

Base= Répondants qui utilisent au moins un des outils d'information du RTC (n=637)



*Le complément à 100% représente la non-réponse.

SATISFACTION À L'ÉGARD DES SERVICES DU RTC

5.2. SATISFACTION À L'ÉGARD DES OUTILS D'INFORMATION

Même s'ils arrivent en première position en matière de satisfaction (92%), les écrans d'information n'arrivent qu'en quatrième position des outils d'information les plus utilisés parmi la palette proposée par le RTC à sa clientèle.

Ils sont suivis de près par l'application mobile Nomade (91%). Le site Internet du RTC, les centres de services et les points de vente du RTC font quant à eux tous les trois 90% d'usagers satisfaits.

Et maintenant, pour chacun des services ou outils d'information du RTC que vous utilisez, pourriez-vous indiquer si vous en êtes très satisfait, plutôt satisfait, plutôt insatisfait très insatisfait?	Total Utilisation (n=778)	Total Satisfaits (le n varie selon l'outil)
Information diffusée à l'arrêt ou dans les abribus (Infopost)	80%	86%
Site Internet du RTC (www.rtcquebec.ca)	73%	90%
Écrans d'information du RTC (écran tactile ou statique)	72%	92%
Nomade, l'application mobile du RTC	69%	91%
Points de vente du RTC	64%	90%
Centres de service du RTC	40%	90%
Centre d'appel du RTC (par téléphone)	32%	89%
Page Facebook du RTC	18%	85%

UTILISATION FRÉQUENTE VS HAUTE SATISFACTION	Utilisation fréquente (n=778)	Très satisfaits (le n varie selon l'outil)
Nomade, l'application mobile du RTC	47%	49%
Écrans d'information du RTC (écran tactile ou statique)	32%	39%
Information diffusée à l'arrêt ou dans les abribus (Infopost)	31%	31%
Site Internet du RTC (www.rtcquebec.ca)	26%	35%
Points de vente du RTC	20%	34%
Centres de service du RTC	5%	25%
Centre d'appel du RTC (par téléphone)	4%	32%
Page Facebook du RTC	4%	23%

L'application qui jouit de la plus haute fréquence d'utilisation par ses adeptes (47% affirment l'utiliser fréquemment), l'application mobile Nomade suit les écrans d'information de près en matière de satisfaction (91%). L'outil le plus utilisé, les Infoposts installés aux arrêts, arrive étonnamment à l'avant-dernier rang avec un taux de satisfaction de 86%.

C'est la page Facebook de l'organisation qui, en plus d'être l'outil le moins consulté, est aussi celui qui obtient le moins haut taux de satisfaction (85%).

SATISFACTION À L'ÉGARD DES SERVICES DU RTC

5.2. SATISFACTION À L'ÉGARD DES OUTILS D'INFORMATION

Peu de différences significatives se détachent en matière de satisfaction à l'égard des outils d'information parmi les différents segments de clientèle.

Et maintenant, pour chacun des services ou outils d'information du RTC que vous utilisez, pourriez-vous indiquer si vous en êtes très satisfait, plutôt satisfait, plutôt insatisfait très insatisfait?	Clients réguliers			Clients occasionnels (n=335)	TOTAL (n=637)
	Travailleurs (n=221)	Étudiants (n=38)	Retraités (n=33)		
<i>% SATISFAIT</i>					
Écrans d'information du RTC (écran tactile ou statique)	92%	91%	77%	94%	92%
Nomade, l'application mobile du RTC	90%	89%	100%	93%	91%
Points de vente du RTC	92%	88%	98%	89%	90%
Centre de service du RTC	87%	94%	82%	91%	90%
Site Internet du RTC (www.rtcquebec.ca)	91%	89%	84%	89%	90%
Information diffusée à l'arrêt ou dans les abribus (Infopost)	87%	78%	85%	88%	86%
Centre d'appel du RTC (par téléphone)	90%	93%	93%	87%	89%
Page Facebook du RTC	81%	100%	81%	84%	85%

A stylized graphic of a road with white dashed lines, featuring several curves and turns. The road is rendered in black and grey tones against a light grey background.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

Services bonifiés et incitatifs

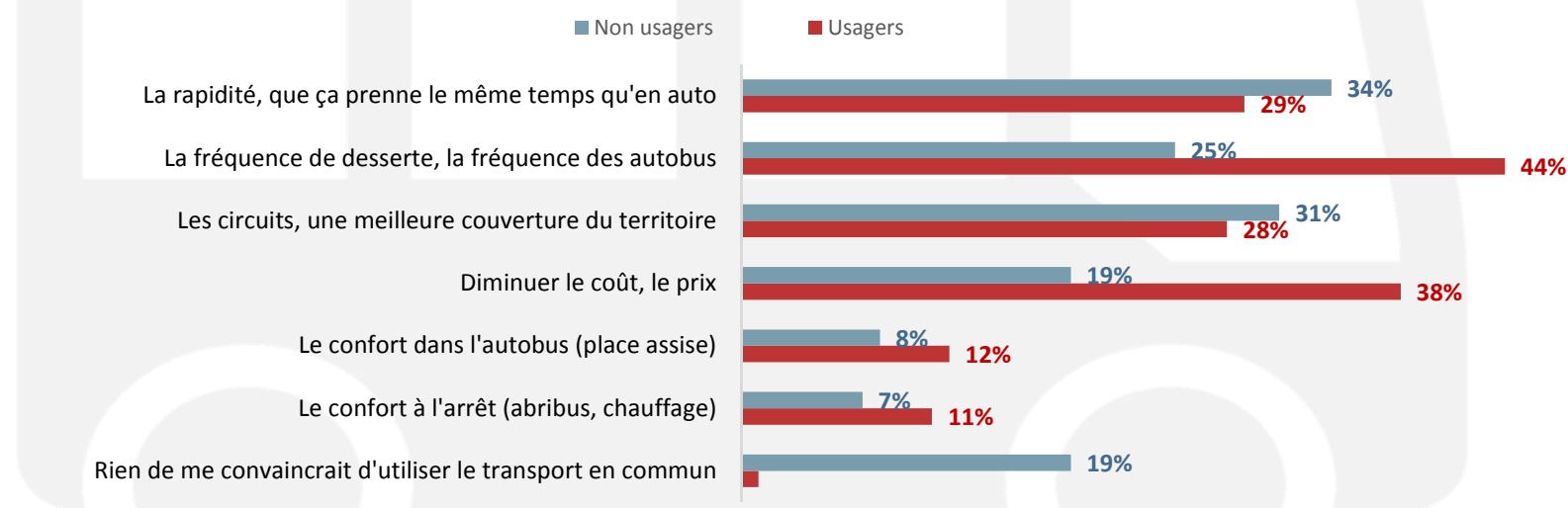
SERVICES BONIFIÉS ET INCITATIFS

6.1. ÉLÉMENTS D'IMPORTANCE DANS L'UTILISATION DU TRANSPORT EN COMMUN

De façon générale, ce sont la rapidité du trajet et la fréquence de la desserte qui seraient susceptibles de convaincre le plus grand nombre de répondants d'utiliser, ou d'utiliser davantage le transport en commun, suivis de près par une meilleure couverture du territoire.

Afin de vous convaincre d'utiliser ou d'utiliser davantage le transport en commun, quels aspects du service devraient être améliorés selon vous?

Base= tous les répondants (n=2538) – Plusieurs mentions possibles



Remarquons cependant que les priorités en matière d'amélioration à apporter au service de transport en commun divergent grandement entre les usagers et les non usagers du service.

Ainsi, la fréquence des dessertes est identifiée comme un frein à l'utilisation par 44% des usagers, alors que seulement 25% des non usagers y accordent de l'importance. Le prix est aussi une préoccupation pour 38% des usagers alors que seulement 19% des non usagers l'identifient comme un des aspects à améliorer pour les convaincre.

C'est plutôt la rapidité du trajet qui permettrait de convertir les non usagers en usagers. Ils sont en effet 34% à affirmer que cet aspect devrait être amélioré pour qu'ils envisagent d'utiliser le transport en commun, contre seulement 29% des usagers.

SERVICES BONIFIÉS ET INCITATIFS

6.1. ÉLÉMENTS D'IMPORTANCE DANS L'UTILISATION DU TRANSPORT EN COMMUN

Les arguments de poids pour convaincre les répondants d'utiliser, ou d'utiliser davantage le transport en commun varient beaucoup d'un segment à l'autre.

Ainsi, les clients réguliers travailleurs et étudiants identifient le plus souvent la fréquence de desserte (respectivement 52% et 65%) comme l'amélioration qui aurait le plus de poids dans leur choix. Les retraités, quant à eux, clients réguliers ou non clients, sont significativement plus nombreux que les autres segments à identifier le confort à l'arrêt comme un argument important.

Pour les non clients travailleurs, c'est plutôt la rapidité du trajet qui permettrait de les convaincre.

Afin de vous convaincre d'utiliser ou d'utiliser davantage le transport en commun, quels aspects du service devraient être améliorés selon vous?	Clients réguliers (n=428)			Clients occasionnels (n=407)	Non clients ouverts (n=1312)			Non clients fermés (n=228)	TOTAL (n=2538)
	Travailleurs (n=289)	Étudiants (n=108)	Retraités (n=31)		Travailleurs (n=738)	Étudiants (n=57)	Retraités (n=517)		
La fréquence de desserte, la fréquence des autobus	52%	65%	34%	34%	30%	44%	23%	10%	31%
Les circuits, une meilleure couverture du territoire	27%	32%	18%	30%	39%	52%	29%	8%	30%
Diminuer le coût, le prix	37%	24%	34%	43%	20%	17%	20%	10%	26%
La rapidité, que ça prenne le même temps qu'en auto	27%	51%	11%	26%	46%	31%	27%	16%	32%
Le confort à l'arrêt (abribus, chauffage)	10%	10%	18%	11%	5%	7%	11%	3%	8%
Le confort dans l'autobus (place assises)	14%	2%	18%	13%	6%	7%	12%	4%	10%
Rien ne me convaincrat d'utiliser le transport en commun	0%	0%	1%	2%	12%	0%	14%	64%	13%

Notons enfin que même si une proportion importante des non clients fermés (64%) affirment que rien ne les convaincrat de prendre le transport en commun, 51% d'entre eux ont tout de même mentionné l'un ou l'autre des aspects comme ayant le potentiel de les faire changer d'idée¹.

¹ Les résultats supérieurs à 100% sont dus à la possibilité de choisir plus d'une mention.

SERVICES BONIFIÉS ET INCITATIFS

6.1. ÉLÉMENTS D'IMPORTANCE DANS L'UTILISATION DU TRANSPORT EN COMMUN

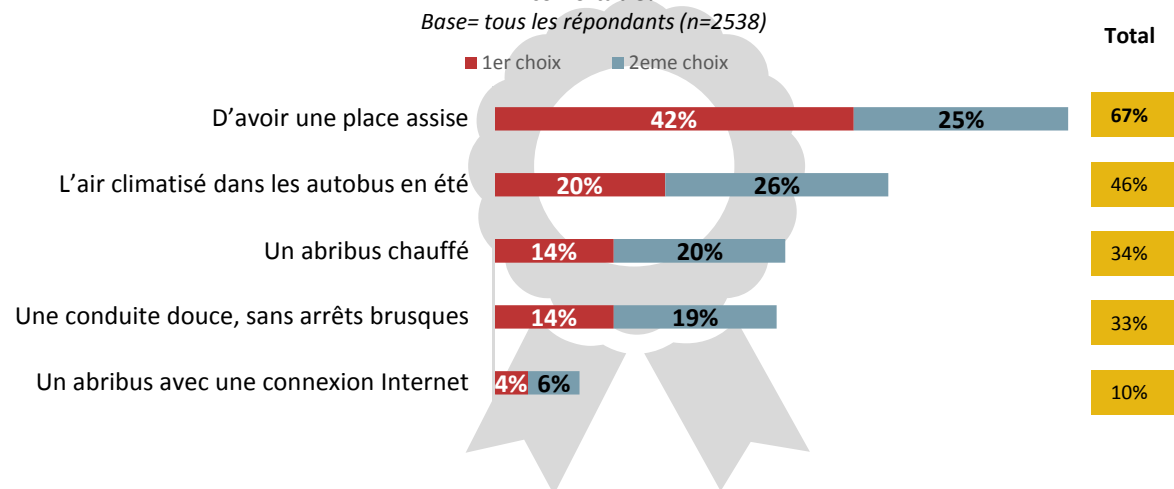
6.1.1. Améliorer le confort

En général et pour chacun des segments sondés, avoir une place assise représente l'aspect le plus important au moment de parler du confort des déplacements en transport en commun.

L'air climatisé arrive en deuxième place des aspects susceptibles d'améliorer le confort dans le transport en commun (46%).

Notons qu'une connexion Internet à l'abribus ne représente un aspect important du confort du RTC que pour une mince proportion des répondants (10%).

Parmi les éléments suivants, lequel est LE PLUS IMPORTANT, pour vous, afin que le transport en commun soit confortable?



Parmi les éléments suivants, lequel est LE PLUS IMPORTANT, pour vous, afin que le transport en commun soit confortable?	Clients réguliers (n=428)			Clients occasionnels (n=407)	Non clients ouverts (n=1312)			Non clients fermés (n=228)	TOTAL (n=2538)
	Travailleurs (n=289)	Étudiants (n=108)	Retraités (n=31)		Travailleurs (n=738)	Étudiants (n=57)	Retraités (n=517)		
D'avoir une place assise	43%	45%	33%	35%	43%	36%	46%	38%	42%
Un abribus chauffé	13%	26%	9%	17%	16%	9%	10%	6%	14%
L'air climatisé dans les autobus en été	16%	10%	32%	18%	25%	36%	21%	18%	20%
Un abribus avec une connexion Internet	8%	7%	0%	5%	2%	12%	2%	3%	4%
Une conduite douce, sans arrêts brusques	19%	8%	25%	24%	10%	7%	15%	9%	14%

SERVICES BONIFIÉS ET INCITATIFS

6.2. AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE DES USAGERS

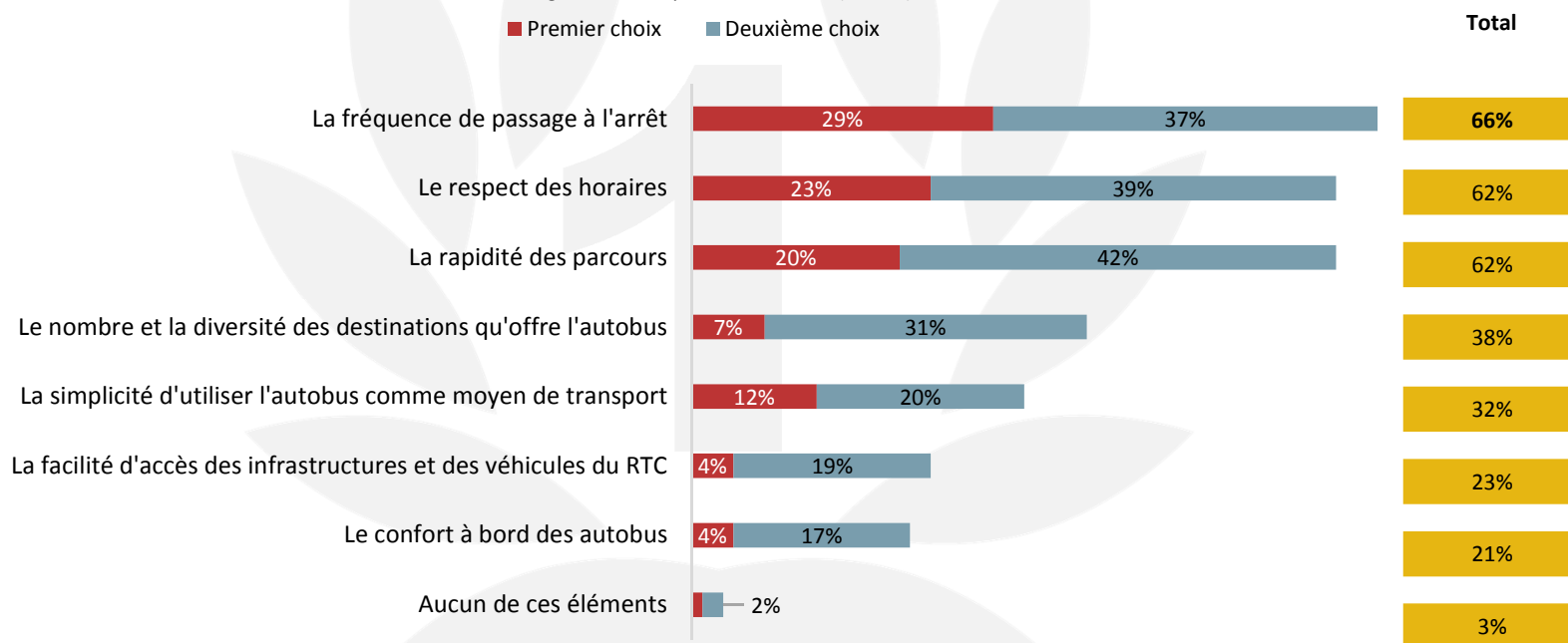
6.2.1. L'élément le plus important

Les aspects les plus importants pour les usagers du RTC dans leurs déplacements sont cohérents avec les réponses fournies au moment d'identifier les incitatifs d'impact pour les convaincre d'utiliser davantage le transport en commun.

Ainsi, la fréquence de passage est encore une fois identifiée comme une préoccupation centrale avec 29% des répondants qui affirment qu'elle est pour eux l'aspect le plus important.

Parmi les éléments suivants, lequel est le plus important lorsque vous vous déplacez en transport en commun?

Base= Usagers du transport en commun (n=778)



Le respect des horaires et la rapidité des parcours occupent la seconde et troisième position avec respectivement 23% et 20% des répondants qui les identifient comme des éléments importants lorsqu'ils se déplacent en transport en commun.

En queue de peloton viennent la facilité d'accès des infrastructures et des véhicules (4%) et le confort à bord des autobus (4%).

SERVICES BONIFIÉS ET INCITATIFS

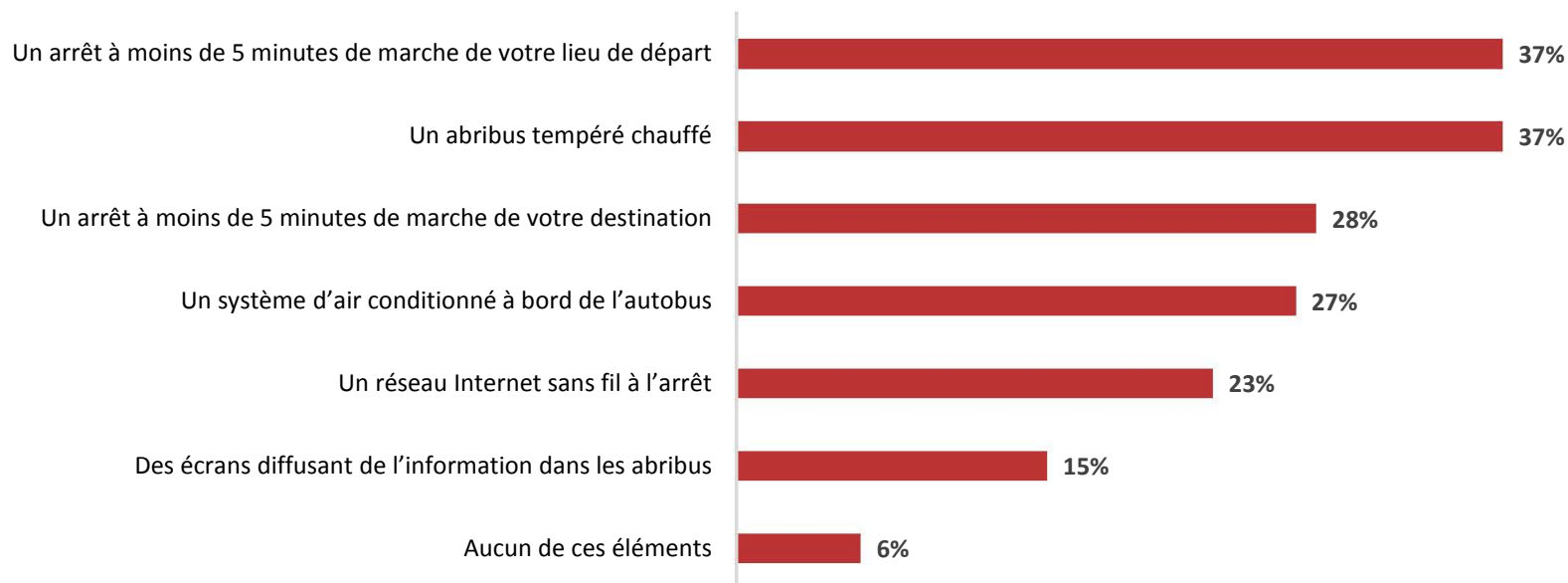
6.2. AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE DES USAGERS

6.2.3. L'élément le plus susceptible d'améliorer l'expérience

Les usagers questionnés ont identifié le fait d'avoir un arrêt à moins de cinq minutes de marche de leur lieu de départ (37%) ainsi que les abribus tempérés ou chauffés (37%) comme les deux éléments qui amélioreraient leur expérience de transport en commun.

Lesquels des éléments suivants amélioreraient le plus votre expérience en transport en commun?

Base= Usagers du transport en commun (n=778)



Les écrans diffusant des informations dans les abribus (15%) sont l'élément qui emporte le moins la faveur des usagers quand vient le temps d'identifier ce qui améliorerait le plus leur expérience de transport, précédé par la présence d'un réseau sans fil à l'arrêt (23%).

SERVICES BONIFIÉS ET INCITATIFS

6.2. AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE DES USAGERS

6.2.3. L'élément le plus susceptible d'améliorer l'expérience

Les clients occasionnels sont significativement plus nombreux à avoir identifié un arrêt à moins de 5 minutes de marche comme l'élément le plus à même d'améliorer leur expérience de transport ainsi que la présence d'écrans diffusant de l'information dans les abribus (18%).

Parmi les clients réguliers, les travailleurs sont plus nombreux à identifier l'installation de système d'air conditionné dans les véhicules (38%), alors que les étudiants sont significativement plus nombreux à souhaiter avoir un réseau Internet sans fil à l'arrêt.

Lesquels des éléments suivants amélioreraient le plus votre expérience en transport en commun? <i>Base : les usagers</i>	Clients réguliers (n=428)			Clients occasionnels (n=407)	TOTAL (n=778)
	Travailleurs (n=289)	Étudiants (n=108)	Retraités (n=31)		
Un arrêt à moins de 5 minutes de marche de votre lieu de départ	32%	41%	35%	40%	37%
Un abribus tempéré chauffé	36%	48%	37%	34%	37%
Un arrêt à moins de 5 minutes de marche de votre destination	21%	26%	27%	33%	28%
Un système d'air conditionné à bord de l'autobus	38%	12%	33%	24%	27%
Un réseau Internet sans fil à l'arrêt	26%	41%	4%	17%	23%
Des écrans diffusant de l'information dans les abribus	15%	5%	20%	18%	15%
Aucun de ces éléments	6%	5%	4%	7%	6%

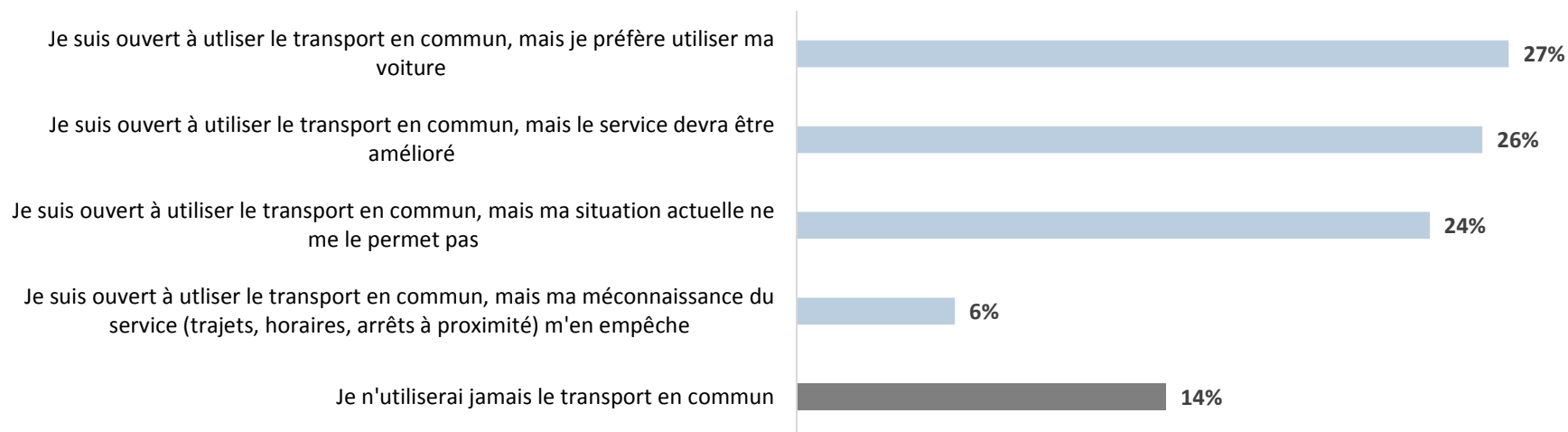
SERVICES BONIFIÉS ET INCITATIFS

6.3. INCITER LES NON USAGERS

Pour la **plus large proportion des non clients** qui se disent ouverts à utiliser le transport en commun (27%), le choix de la voiture comme moyen de transport est avant tout une **question de préférence**. Tout près derrière, **26% des non clients** affirment que c'est plutôt des **lacunes dans le service** qui les convaindraient d'utiliser un autre mode de déplacement et qu'une amélioration de celui-ci aurait le potentiel de les convertir en usagers. Par ailleurs, **24% des répondants** font le choix d'un autre moyen de transport parce qu'ils jugent que le transport en commun est **mal adapté à leur situation actuelle**.

Lequel des énoncés suivants correspond le mieux à votre position face au transport en commun?

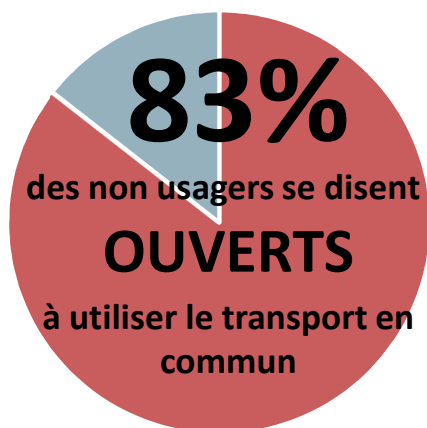
Base= Non usagers du transport en commun (n=1750)



Une très faible portion des répondants ont invoqué leur méconnaissance du service pour expliquer leur choix de ne pas utiliser le transport en commun (6%), une proportion plus faible que celle des répondants affirmant qu'ils n'utiliseraient jamais le transport en commun (14%).

SERVICES BONIFIÉS ET INCITATIFS

6.3. INCITER LES NON USAGERS



Des différents segments de non clients du RTC qui se disent néanmoins ouverts à utiliser le transport en commun, les travailleurs sont ceux dont le lieu de résidence, l'horaire de travail ou tout autre aspect de leur situation actuelle est perçue comme la moins propice à ce changement.

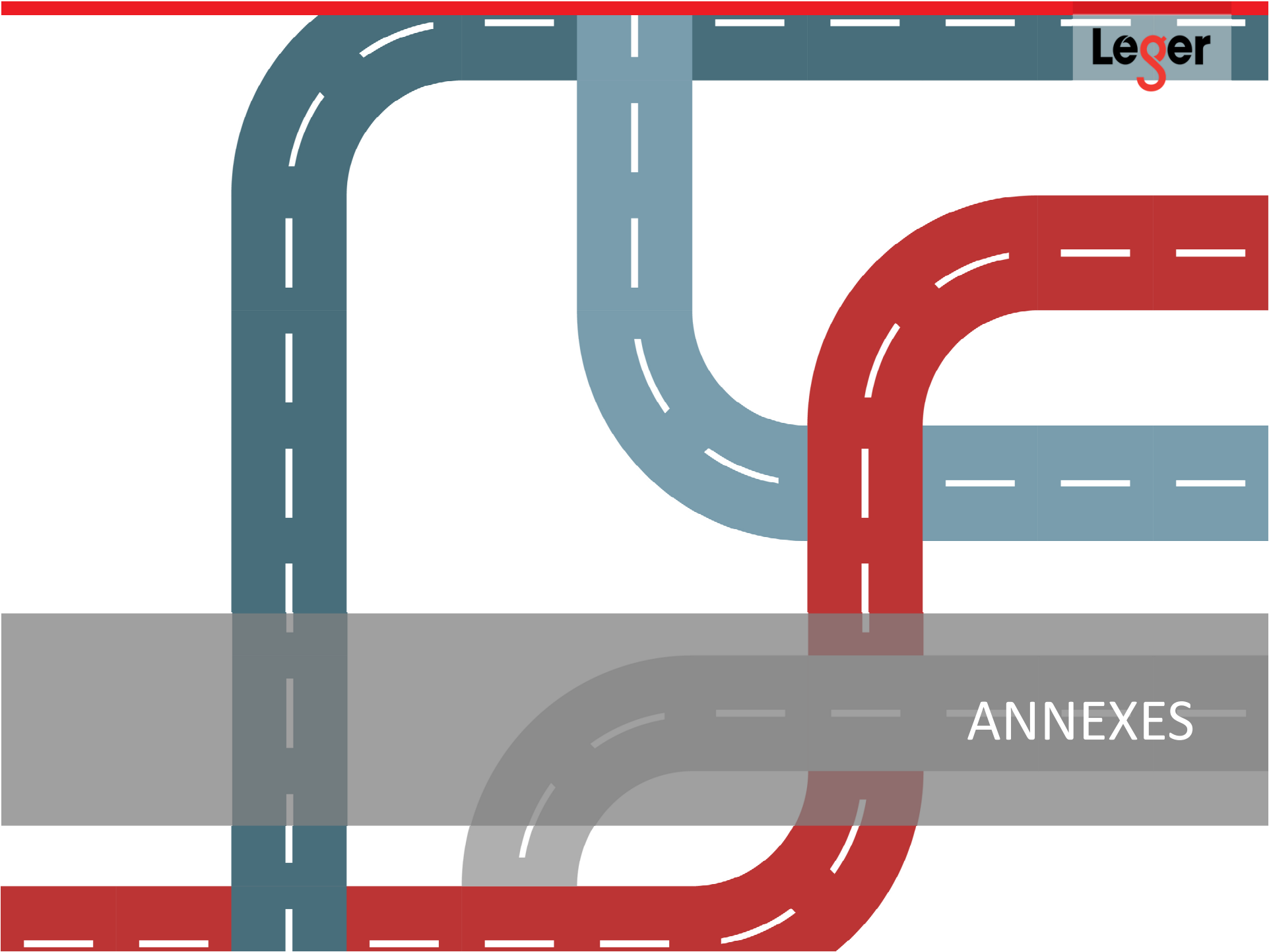
Les retraités, eux, en font plutôt une affaire de goût : 43% d'entre eux affirmant préférer leur voiture au transport en commun.

Mentionnons aussi que 12% de ce même segment affirme que c'est plutôt leur méconnaissance du service qui les pousse à choisir un autre mode de transport.

Lequel des énoncés suivants correspond le mieux à votre position concernant le transport en commun? <i>Base : les non usagers</i>	Non clients ouverts			TOTAL (n=1750)
	Travailleurs (n=738)	Étudiants (n=57)	Retraités (n=517)	
Je suis ouvert à utiliser le transport en commun, mais ma situation actuelle (lieu de résidence, horaire de travail, etc.) ne me le permet pas	39%	32%	14%	24%
Je suis ouvert à utiliser le transport en commun, mais je préfère utiliser ma voiture	27%	16%	43%	27%
Je suis ouvert à utiliser le transport en commun, mais le service devra être amélioré	31%	47%	31%	26%
Je suis ouvert à utiliser le transport en commun, mais ma méconnaissance du service (trajets horaires, arrêts à proximité) m'en empêche	3%	6%	12%	6%

Leger

ANNEXES



ANNEXE 1

PROFIL DES RÉPONDANTS

	Total
n=	2538
Sexe	
Homme	48%
Femme	52%
Âge	
16-24 ans	12%
25-34 ans	16%
35-44 ans	15%
45-54 ans	15%
55-64 ans	17%
65-74 ans	14%
75 ans et plus	11%
Occupation principale	
Professionnels/ travailleurs	53%
Au foyer/retraités	32%
Autres	15%

	Total
n=	2538
Scolarité	
Primaire / secondaire	23%
Collégial	36%
Universitaire	40%
Revenu personnel	
Moins de 15 000 \$	9%
15 000 \$ à 24 999 \$	10%
25 000 \$ à 34 999 \$	12%
35 000 \$ à 44 999 \$	13%
45 000 \$ à 49 999 \$	11%
50 000 \$ à 54 999 \$	4%
55 000 \$ et plus	30%
<i>Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre</i>	11%
Présence d'enfant(s) de moins de 18 ans	
Oui	23%
Non	77%

	Total
n=	2538
Ville	
Ville de Québec	94%
Hors ville	6%
Secteur de résidence	
Arrondissement Beauport	14%
Arrondissement Charlesbourg	14%
Arrondissement La Cité- Limoilou	19%
Arrondissement Ste-Foy – Sillery - Cap-Rouge	15%
Arrondissement La Haute St- Charles	13%
Arrondissement Les Rivières	18%
Saint-Augustin-de-Desmaures	3%
L'Ancienne-Lorette	3%
Wendake	<1%

Le complément à 100% représente la non-réponse.
Le profil a été pondéré.

Leger

Comprendre le monde



leger360.com



[@leger360](https://twitter.com/leger360)



[/LegerCanada](https://www.facebook.com/LegerCanada)



[/company/leger360](https://www.linkedin.com/company/leger360)



[@leger360](https://www.instagram.com/leger360)