

Enquête à bord express Chevrier 2015

Rapport de compilations de base

Novembre 2015

AGENCE MÉTROPOLITAINE DE TRANSPORT



Objet

En novembre de chaque année, tous les clients de l'express Chevrier se voyageant en direction de Montréal durant une journée complète sont invités à répondre une enquête à bord. Cette dernière permet de connaître le profil de la clientèle, leurs comportements de déplacement et leurs opinions à l'égard de différents aspects du service.

Ce document rassemble toutes les compilations de base obtenues à l'aide de cette enquête à travers les différentes sections thématiques suivantes :

1. Méthodologie
2. Régions de domicile
3. Profil de la clientèle
4. Modes utilisés avant et après
5. Titres tarifaires utilisés

Les compilations suivantes sont également disponibles sous forme d'annexe :

- A. Municipalités de domicile et répartition de la clientèle par arrêt d'embarquement et de débarquement
- B. Répartition de la clientèle par arrêt selon le mode en amont et en aval
- C. Répartition des titres tarifaires par catégorie, par zone et selon l'arrêt d'embarquement

1. Méthodologie

Les questionnaires sont distribués à tous les clients embarquant dans un autobus Express pour l'ensemble des départs en direction Montréal. En parallèle, des comptages du nombre de clients sont réalisés à chacun des arrêts. Ce qui nous permet de calculer les taux de réponse suivants :

| Nb. de répondants | Nb. de clients | Taux de réponse | Jour d'enquête |
|-------------------|----------------|-----------------|------------------|
| 2106 | 3424 | 62% | 05 November 2015 |

Une pondération est ensuite appliquée à chaque répondant selon son arrêt d'embarquement et son départ.

2. Régions de domicile

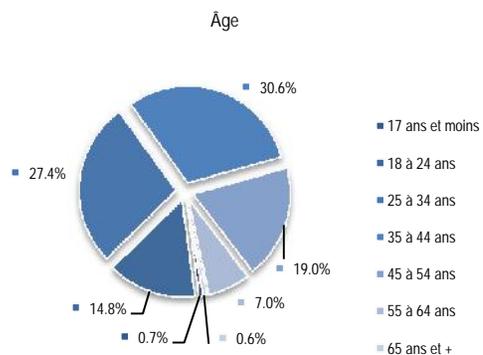
| Région de domicile | Nombre | Pourcentage |
|--------------------|-------------|---------------|
| Montréal | 46 | 1.4% |
| Laval | 1 | 0.0% |
| Longueuil | 2234 | 65.7% |
| Courette Sud | 726 | 21.3% |
| Extérieur | 394 | 11.6% |
| Total | 3401 | 100.0% |

**Voir l'annexe A pour obtenir le nombre de clients par municipalité.*

3. Profil de la clientèle

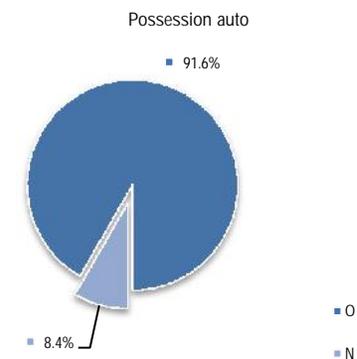
Âge

| Âge | |
|-----------------|-------|
| 17 ans et moins | 0.7% |
| 18 à 24 ans | 14.8% |
| 25 à 34 ans | 27.4% |
| 35 à 44 ans | 30.6% |
| 45 à 54 ans | 19.0% |
| 55 à 64 ans | 7.0% |
| 65 ans et + | 0.6% |



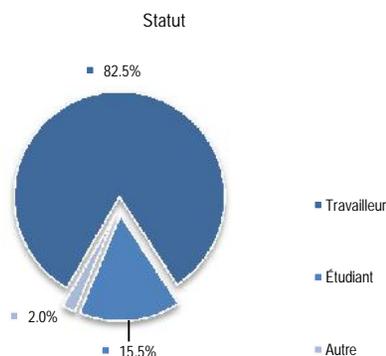
Possession auto

| Auto | |
|------|-------|
| O | 91.6% |
| N | 8.4% |



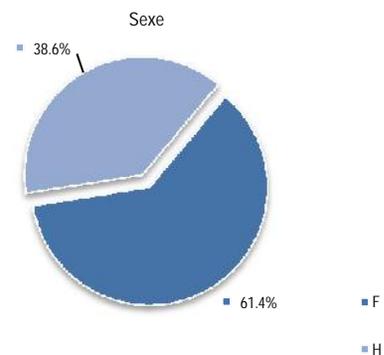
Statut

| Statut | |
|-------------|-------|
| Travailleur | 82.5% |
| Étudiant | 15.5% |
| Autre | 2.0% |



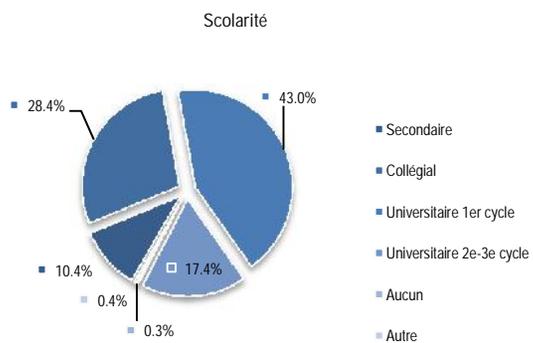
Sexe

| Sexe | |
|------|-------|
| F | 61.4% |
| H | 38.6% |



Scolarité

| Scolarité | |
|---------------------------|-------|
| Secondaire | 10.4% |
| Collégial | 28.4% |
| Universitaire 1er cycle | 43.0% |
| Universitaire 2e-3e cycle | 17.4% |
| Aucun | 0.3% |
| Autre | 0.4% |



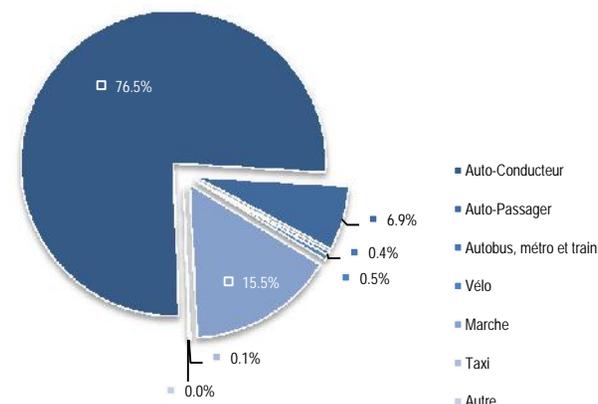
4. Modes utilisés avant et après

À noter qu'un répondant pouvait inscrire plus d'un mode tant en amont qu'en aval de l'autobus. Pour ces compilations, un seul mode a été retenu en choisissant le premier mode utilisé dans l'ordre suivant : autobus/méto, auto-conducteur, auto-passager, taxi, vélo, marche et autres modes.

Modes utilisés avant l'express

| Mode avant | |
|-------------------------|---------------|
| Auto-Conducteur | 76.5% |
| Auto-Passager | 6.9% |
| Autobus, métro et train | 0.4% |
| Vélo | 0.5% |
| Marche | 15.5% |
| Taxi | 0.1% |
| Autre | 0.0% |
| Total | 100.0% |

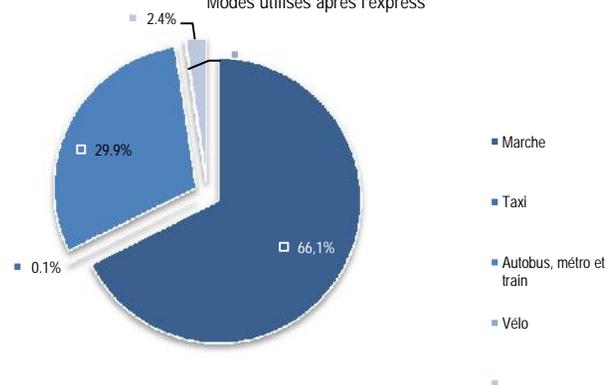
Modes utilisés avant le train



Modes utilisés après l'express

| Mode après | |
|-------------------------|---------------|
| Marche | 67.6% |
| Taxi | 0.1% |
| Autobus, métro et train | 29.9% |
| Vélo | 0.0% |
| | 2.4% |
| Total | 100.0% |

Modes utilisés après l'express



5. Titres tarifaires utilisés

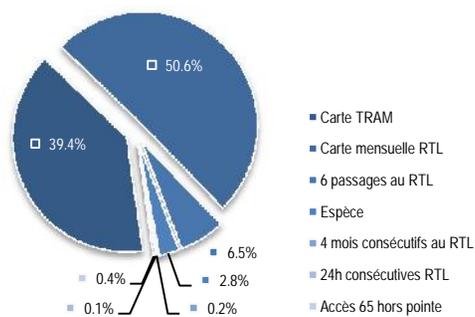
Titres tarifaires

| Titre | |
|---------------------------|-------|
| Carte TRAM | 39.4% |
| Carte mensuelle RTL | 50.6% |
| 6 passages au RTL | 6.5% |
| Espèce | 2.8% |
| 4 mois consécutifs au RTL | 0.2% |
| 24h consécutives RTL | 0.1% |
| Accès 65 hors pointe | 0.4% |

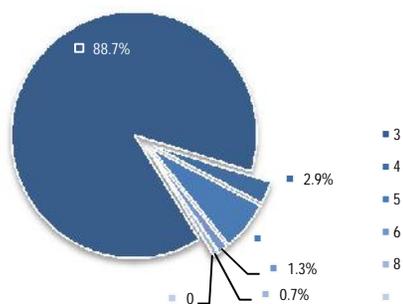
Catégorie du titre

| Catégorie | |
|-----------|-------|
| O | 86.1% |
| I | 9.2% |
| R | 4.7% |

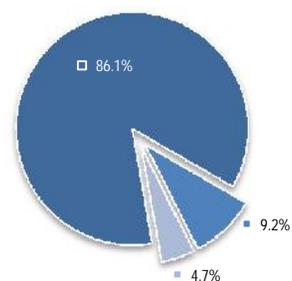
Titres tarifaires



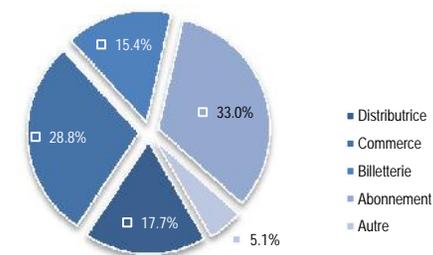
Zone du titre Lieu d'achat du titre



Catégorie du titre



Lieu d'achat du titre



Zone du titre

| Zone | |
|------|-------|
| 3 | 88.7% |
| 4 | 2.9% |
| 5 | 6.5% |
| 6 | 1.3% |
| 8 | 0.7% |

Lieu d'achat du titre

| Lieu Achat | |
|---------------|-------|
| Distributrice | 17.7% |
| Commerce | 28.8% |
| Billetterie | 15.4% |
| Abonnement | 33.0% |
| Autre | 5.1% |

*Voir l'annexe C pour obtenir le nombre de titres tarifaires par catégorie et par zone.

AGENCE MÉTROPOLITAINE DE TRANSPORT
700, De La Gauchetière Ouest, 26e étage
Montréal (Québec), H3B 5M2

