



PARIS  
REGION  
COMITÉ RÉGIONAL  
DU TOURISME



# Étude sur l'utilisation des transports en commun par les touristes de la destination Paris Île-de-France

---

CRT Paris Île-de-France - RATP - SNCF Transilien

Étude réalisée avec



## Lot 1

Objectif de réalisation de 150 enquêtes quantitatives en ligne par marché, sur chacun des principaux marchés émetteurs de visiteurs de la destination Paris Île-de-France, auprès de touristes ayant effectué des séjours individuels (hors groupes) au cours des 6 derniers mois.

Ces enquêtes ont été réalisées entre les 26 décembre 2015 et 8 janvier 2016.

*Ont été exclus des enquêtes les touristes ayant séjourné pendant ou après le 13 novembre 2015.*

Un redressement d'échantillon a été effectué avant de redonner à chaque marché son poids réel par rapport aux données de fréquentation touristiques dont dispose le Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France.

Nombre d'enquêtes réalisées

Ensemble  
1628



162



153



153



161



153



150



154



133



151



123



135

## Lot 2

Objectif de réalisation de 11 focus groups online rassemblant 12 participants actifs pendant 2h30, ayant effectué un séjour individuel (hors groupes) dans la destination Paris Île-de-France au cours des 6 derniers mois.

Ces focus groups ont été réalisés entre les 13 et 20 janvier 2016.

Le recrutement a veillé à représenter une diversité de situations et de profils de touristes.

*Ont été exclus des focus groups les touristes ayant séjourné pendant ou après le 13 novembre 2015*

Nombre de participants actifs

Ensemble  
155



21



6



17



18



18



8



16



18



19



7



7

Réalisation de 2 000 comptages qualifiés par ligne sur les gares / stations du réseau de transports collectifs de la destination Paris Île-de-France pour estimer la part de touristes parmi les usagers du réseau. Les gares et stations de comptage ont été sélectionnées par le Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France, la RATP et SNCF Transilien.

Ces comptages ont été réalisés entre les 25 janvier et 15 février 2016, en variant les jours et heures de réalisation.

Lot 3

Le questionnaire était très court et consistait à identifier le lieu de résidence des touristes montant / descendant dans les gares sélectionnées afin d'identifier les résidents d'Île-de-France, les résidents français hors Île-de-France et les résidents internationaux.

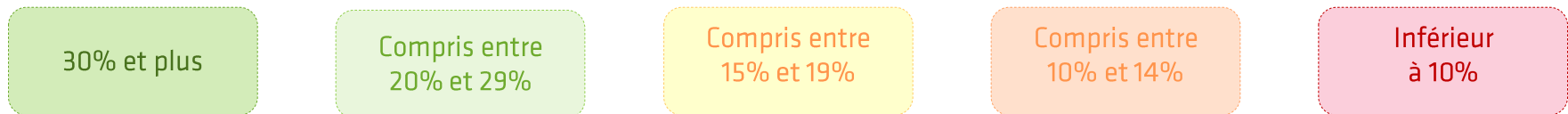
LIGNE 1	LIGNE 4	RER C	RER B	LIGNE R
Bastille	Barbès-Rochecouart	Bibliothèque François Mitterrand	Aéroport Ch. de Gaulle 1	Fontainebleau
Champs-Élysées Clémenceau	Châtelet	Champs de Mars - Tour Eiffel	Aéroport Ch. De Gaulle 2 - TGV	
Charles de Gaulle-Etoile	Cité	Invalides	Gare du Nord - RER B	
Gare de Lyon	Denfert Rochereau	Musée d'Orsay	La Plaine - Stade de France	
Grande Arche de la Défense	Gare de l'Est	Paris Austerlitz	Le Bourget	
Hôtel de ville	Gare du Nord	Pont de l'Alma		
Palais Royal-Musée du Louvre	Montparnasse-Bienvenüe	St-Michel Notre Dame		
Porte de Vincennes	Porte de Clignancourt	Versailles Rive Gauche		
Porte Maillot	Saint-Germain-des-Prés			

- ✓ Afin de faciliter la lecture et l'appropriation des résultats, nous avons mis en place des codes couleurs sur les résultats de perception / satisfaction

- Pour les % de Satisfaits :



- Pour les % de Très Satisfaits :



- ✓ Par ailleurs, les écarts significatifs sont présentés de la manière suivante :

Écart significativement inférieur à la moyenne globale

Écart significativement supérieur à la moyenne globale

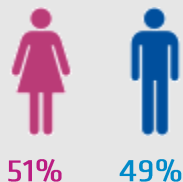
# I. Profil et pratiques de séjour à Paris Île-de-France

**Des touristes utilisateurs des transports en commun qui ressemblent fortement au profil type des touristes de la destination Paris Île-de-France, dans leur profil et dans leurs pratiques de séjours,**

- ✓ Que ce soit en termes de CSP, de durée de séjour, d'hébergement, d'accompagnement pendant le séjour
- ✓ avec toutefois quelques distinctions, les utilisateurs des transports en commun se distinguant par :
  - une population relativement plus jeune
  - une part plus importante de résidents sur Paris pendant leur séjour (70% vs 53%)
  - une part plus importante de motifs de séjour loisirs (87% vs 78%)

Profil des visiteurs de la destination utilisateurs des transports en commun

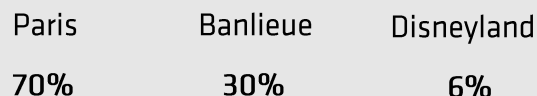
Sexe



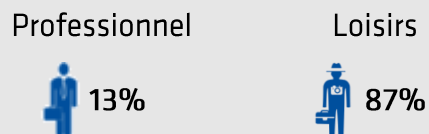
Âge moyen

40,8 ans

Lieu de séjour



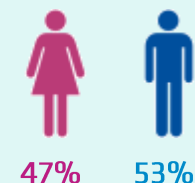
Motif principal de séjour



BASE ENSEMBLE. N = 1628

Profil des visiteurs de la destination (données CRT IDF sur les 11 nationalités interrogées)

Sexe



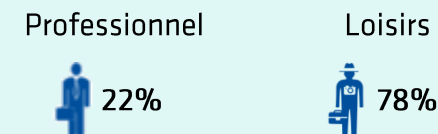
Âge moyen

43 ans

Lieu de séjour



Motif principal de séjour



## En revanche, des profils de touristes distincts en fonction des nationalités

- ✕ Avec des touristes français qui se distinguent sur plusieurs points :
- un âge moyen plus élevé
  - une plus forte proportion d'inactifs
  - des durées de séjour plus courtes
  - plus de séjours chez des amis ou de la famille
  - Séjourner plus fortement en banlieue

- ✕ A l'inverse des visiteurs Internationaux qui :
- sont plus jeunes
  - sont plus fortement CSP+
  - séjournent plus fortement sur Paris
  - privilégient l'hébergement marchand à l'hôtel
  - sont moins fortement repeaters de la destination

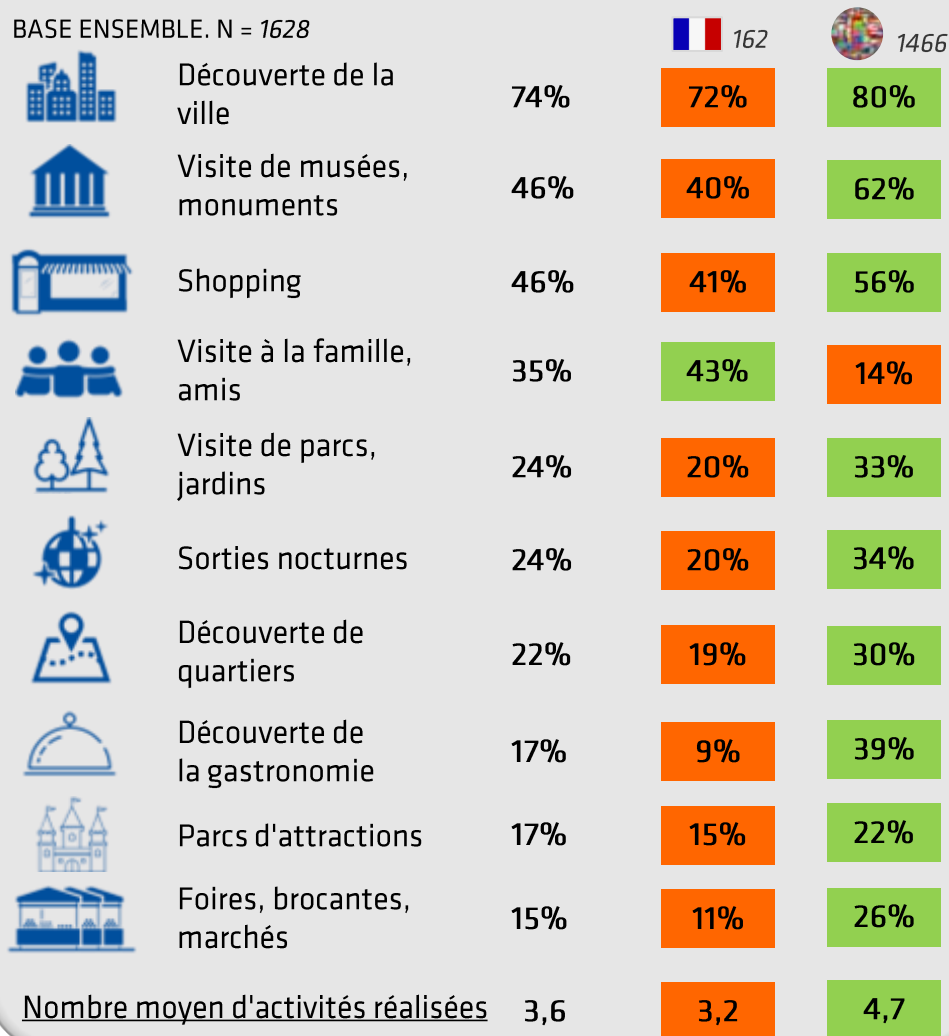
## Profil et pratiques de séjour des utilisateurs des transports en commun

BASE ENSEMBLE. N = 1628		162	1466
<u>Âge moyen</u>	40,8 ans	41,7	38,4
<u>Catégorie socio-professionnelle</u>			
CSP+ et intermédiaires	44%	41%	49%
CSP-	30%	30%	30%
Inactifs	26%	29%	21%
<u>Durée moyenne de séjour</u>	4,2 nuits	3,7 nuits	4,8 nuits
<u>Lieu de séjour</u>			
Paris	70%	66%	80%
Banlieue	30%	33%	20%
Disneyland	6%	6%	8%
<u>Repeaters</u>	87%	93%	71%
<u>Hébergement</u> (plusieurs réponses possibles)			
Hôtel	61%	54%	80%
Amis / famille	33%	41%	11%

# I. Profil et pratiques de séjour à Paris Île-de-France (suite)

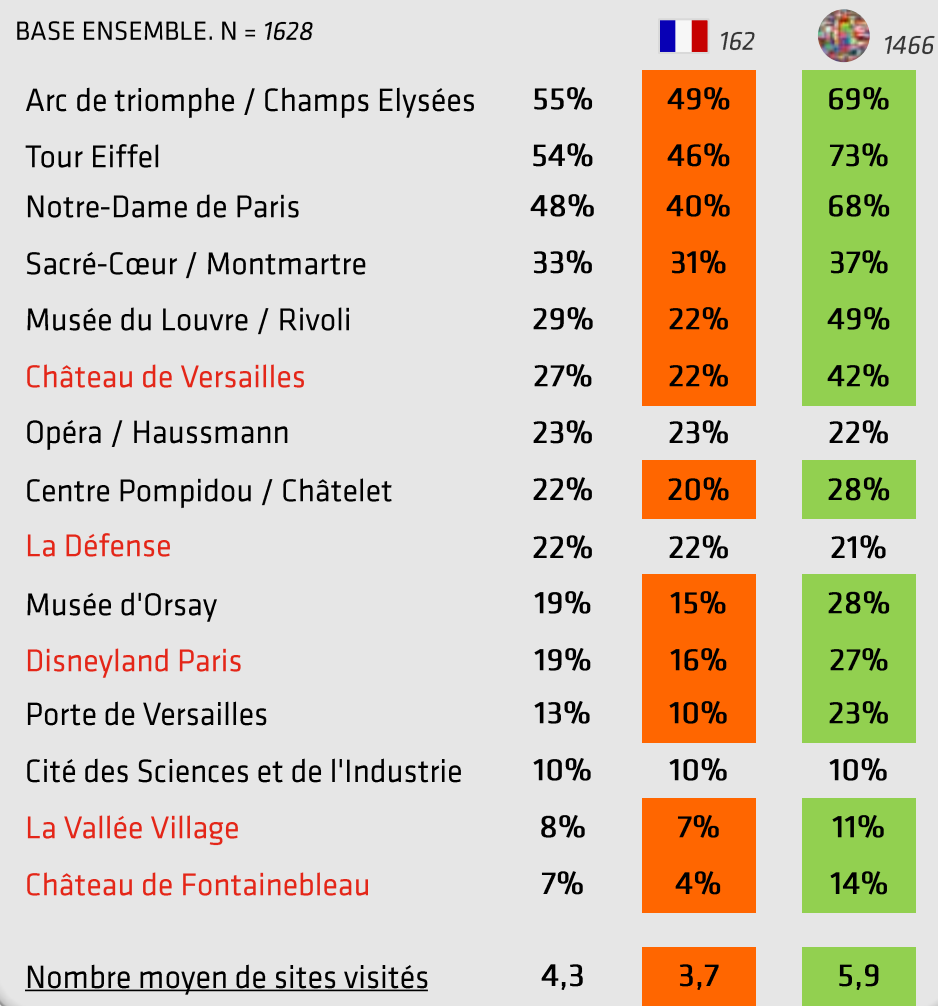
## Top 10 des activités pratiquées par les visiteurs utilisateurs des transports en commun

BASE ENSEMBLE. N = 1628



## Top 15 des sites/quartiers visités par les visiteurs utilisateurs des transports en commun

BASE ENSEMBLE. N = 1628



## Écart de profils entre les modes de transports utilisés pendant le séjour



	M	BUS	RER	SNCF	T
<u>Âge moyen</u>	41,8	40,3	39,0	40,0	41,9
<u>Catégorie socio-professionnelle</u>					
CSP +	44%	45%	50%	44%	67%
CSP -	29%	32%	28%	32%	14%
Inactifs	26%	23%	21%	25%	19%

## Écart sur les pratiques de séjour entre les modes de transports utilisés pendant le séjour



	M	BUS	RER	SNCF	T
<u>Lieu de séjour</u>					
Paris	74%	75%	57%	63%	79%
Banlieue	27%	27%	43%	37%	18%
Disneyland	4%	6%	12%	9%	9%
<u>Motif principal de séjour</u>					
Professionnel	12%	10%	14%	17%	3%
Loisirs	88%	90%	86%	83%	97%
<u>Repeaters</u>	87%	89%	89%	88%	93%
<u>Accompagnement</u>					
Seul	22%	18%	26%	25%	7%
En couple	45%	45%	35%	37%	50%
Avec des amis	13%	18%	14%	15%	20%
En famille avec enfants	20%	23%	25%	22%	33%
En famille sans enfant	10%	7%	12%	10%	14%
Avec des collègues	3%	3%	4%	7%	3%

## Au final, trois profils de touristes identifiés



### Les Français

- Quasiment tous ont déjà visité la capitale
- Une part importante de tourisme affinitaire (visite à de la famille et à des amis)
- Une destination Paris Île-de-France déjà très bien connue
- Un séjour concentré sur un nombre d'activités réalisées limité



### Les visiteurs de proximité

- Une part importante de repeaters de la destination
- Des visiteurs effectuant des courts séjours qui souhaitent maximiser les activités réalisées / les lieux visités dans un temps de séjour relativement court
- Des activités portées sur la découverte de nouveaux lieux et le retour sur des lieux où des habitudes ont été créées



### Les visiteurs éloignés

- Moins de repeaters parmi les visiteurs lointains
- Pour eux, Paris est une destination fantasmée, rêvée
- Ils restent en général plus longtemps et organisent des séjours très actifs, d'abord portés sur les incontournables, et sur la découverte de la vie à la parisienne

## II. Pratiques des transports en commun à Paris Île-de-France

# II. Pratiques des transports en commun à Paris Île-de-France



**Pour les touristes se rendant et quittant les aéroports, la place du taxi est prépondérante comme moyen de transport privilégié. Pour les touristes se rendant et quittant les gares, c'est le métro qui est privilégié**

- ✓ Avec une part modale relativement importante pour le RER B à Paris – Charles de Gaulle, pour l'OrlyBus auprès des Internationaux atterrissant à Paris – Orly et pour les taxis chez les visiteurs Internationaux arrivant/repartant par une gare

Q26\_28. "Quels moyens de transport avez-vous utilisé pour quitter/rejoindre Paris – Charles de Gaulle ?" (plusieurs réponses possibles)

	Taxi	49%
	Voiture (loc. ou pers.)	22%
	RER B	20%
	Navette	10%
	Bus RATP	11%
	Cars Air France	6%
	Roissybus	7%
	Service de VTC	5%
N=697		

Q26\_28. "Quels moyens de transport avez-vous utilisé pour quitter/rejoindre Paris - Orly ?" (plusieurs réponses possibles)

	Taxi	62%
	Orlyval	13%
	Voiture (loc. ou pers.)	19%
	Orlybus	16%
	Bus RATP	11%
	Service de VTC	8%
N=274		

Q29\_30. "Quels moyens de transport avez-vous utilisé pour quitter/ rejoindre la gare où vous êtes arrivé ?"


















Métro	48%
A pied	27%
Taxi	21%
RER	12%
Voiture (loc ou pers.)	13%
Bus RATP	4%
Service de VTC	1%
Shuttle	1%
2 roues	0%
Autre	1%
N=439	

## II. Pratiques des transports en commun à Paris Île-de-France (suite)



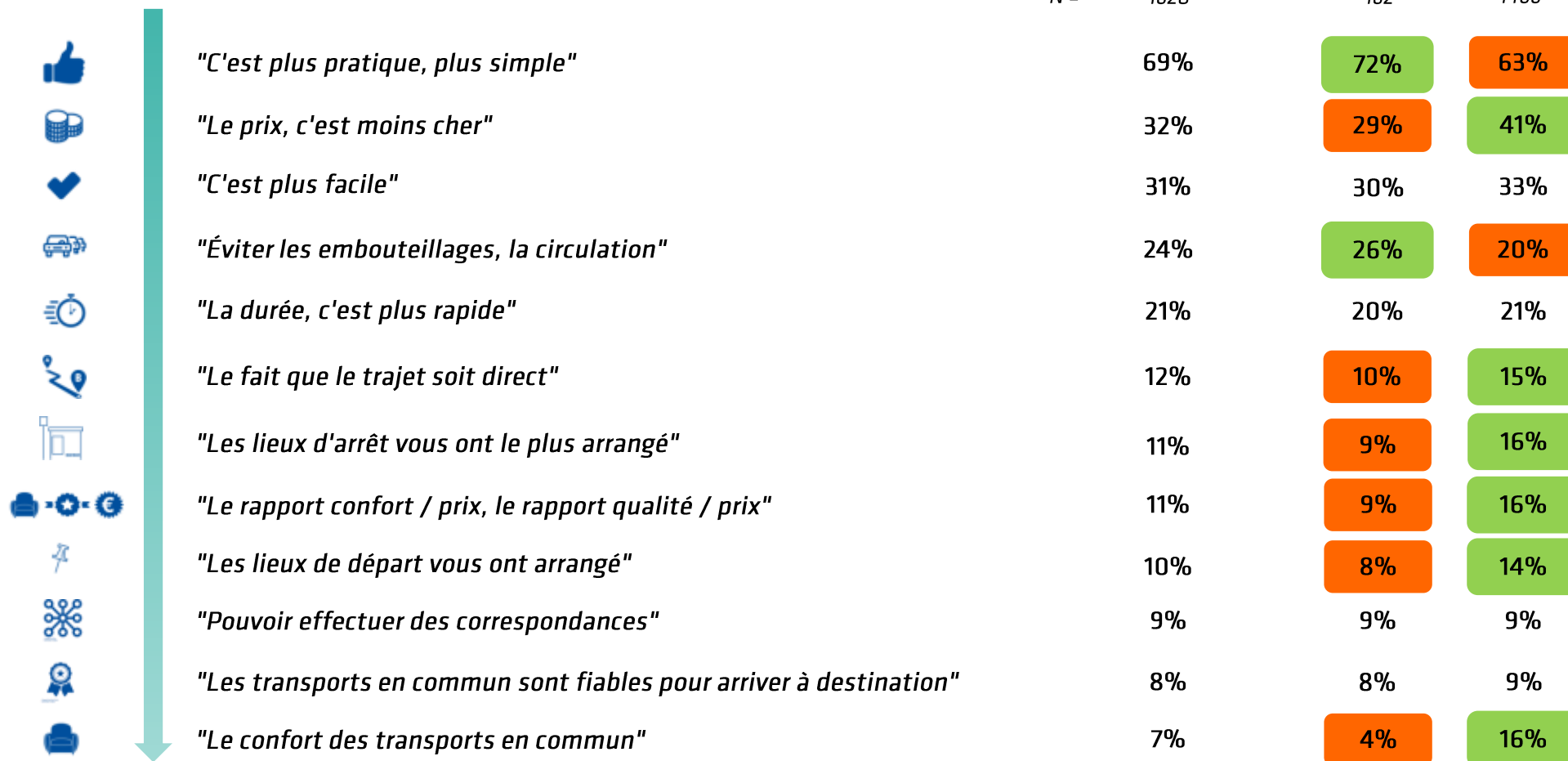
Tout au long de leur séjour, les touristes ont expérimenté en moyenne deux modes de transport en commun

Q31. "Au cours de ce dernier séjour, quels sont tous les transports en commun que vous avez utilisés ?"

	Ensemble												
N =	1628	162	1466	161	153	153	153	151	154	123	135	150	133
	84%	86%	80%	88%	94%	85%	69%	85%	89%	75%	90%	65%	89%
	40%	38%	48%	57%	46%	38%	37%	54%	79%	39%	42%	51%	42%
	36%	41%	24%	22%	29%	18%	17%	22%	45%	15%	19%	26%	14%
	25%	23%	31%	23%	21%	17%	37%	17%	27%	24%	39%	48%	35%
	10%	9%	14%	14%	16%	7%	10%	11%	31%	9%	8%	15%	7%
<u>Nombre moyen de TC utilisés</u>	2,0	2,0	2,0	2,0	2,1	1,7	1,7	1,9	2,7	1,6	2,0	2,0	1,9

## Une pratique des transports en commun principalement guidée par le rapport praticité-simplicité/prix

Q52. "Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous avez pris les transports en commun pendant votre séjour ?" (plusieurs réponses possibles)



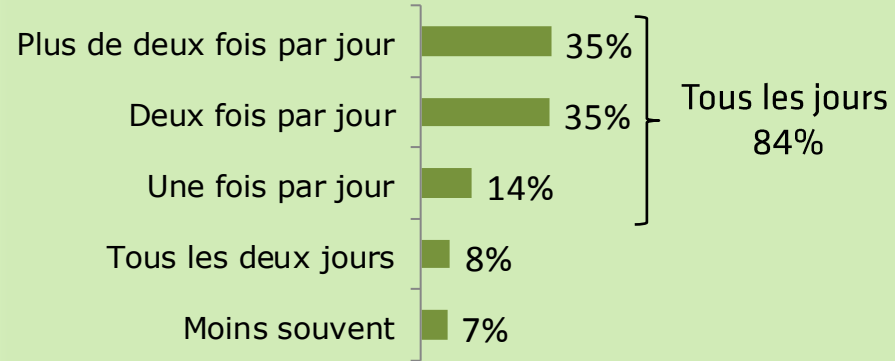
Des transports en commun utilisés pour se déplacer sur l'ensemble du territoire de la destination Paris Île-de-France, avec une utilisation quotidienne pour 84% des utilisateurs des transports en commun

Sites et quartiers visités

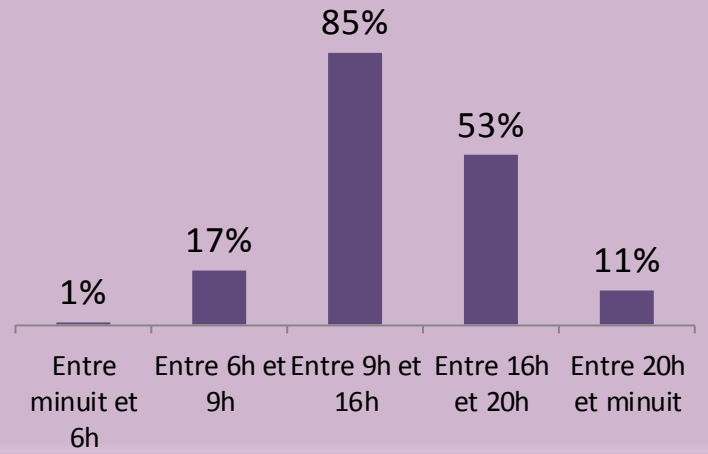
P  
R  
A  
T  
I  
Q  
U  
E  
S



Fréquence d'utilisation



Horaires d'utilisation



N = 1628  
8% NSP

P  
R  
A  
T  
I  
Q  
U  
E  
S

## Lignes de métro utilisées

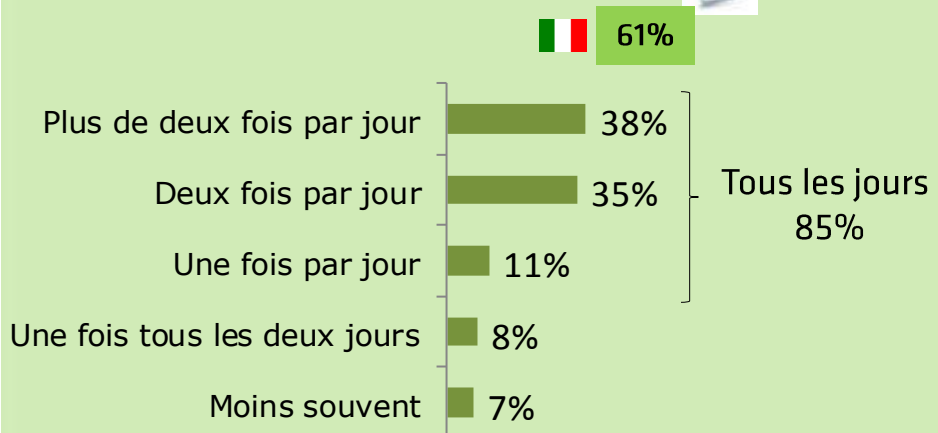


## Sites et quartiers visités

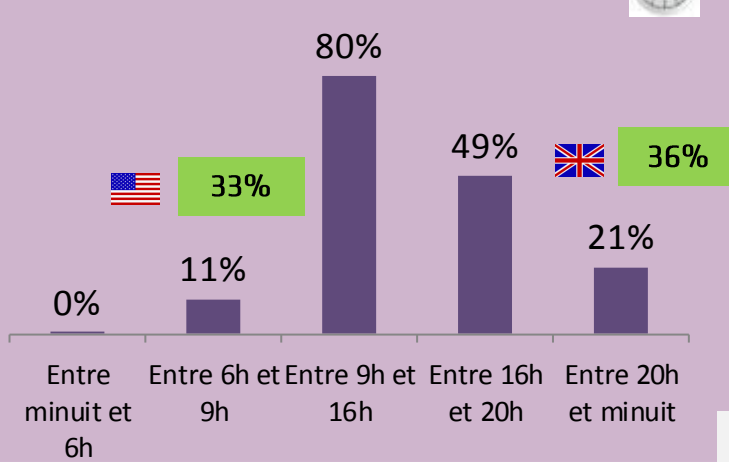


84% des utilisateurs

## Fréquence d'utilisation



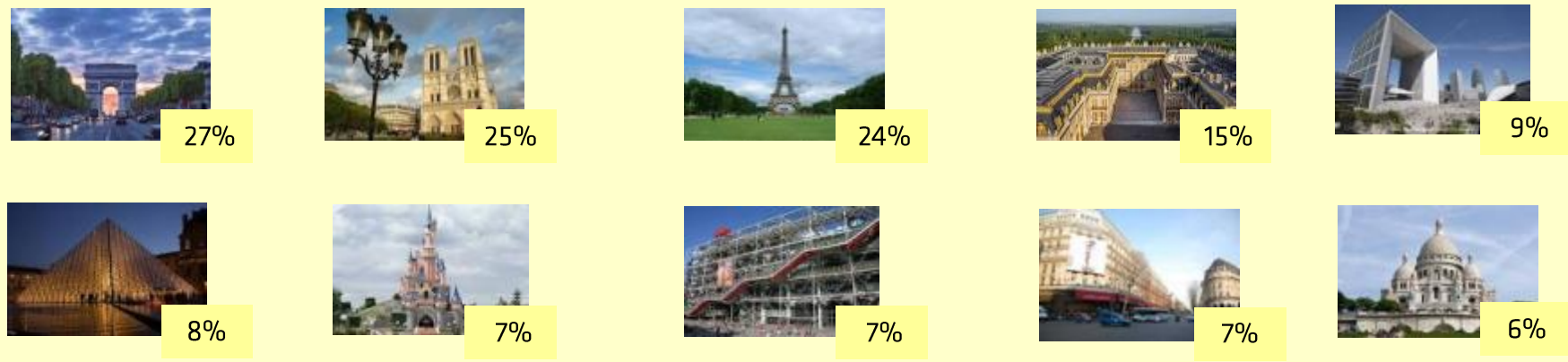
## Horaires d'utilisation



N = 1354  
8% NSP

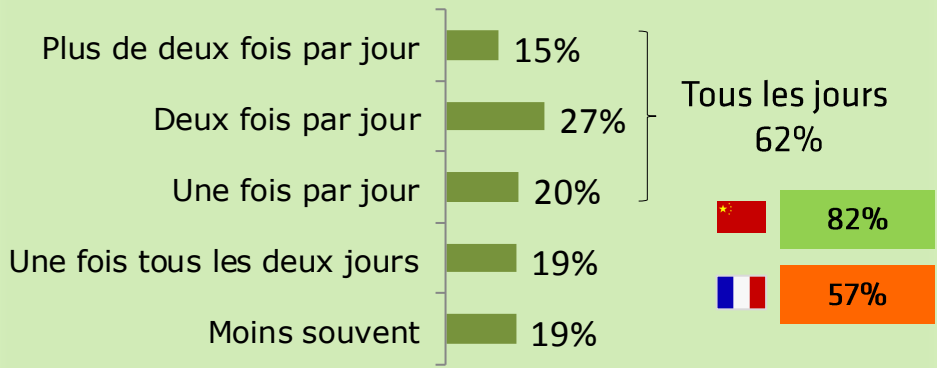
P  
R  
A  
T  
I  
Q  
U  
E  
S

## Sites et quartiers visités

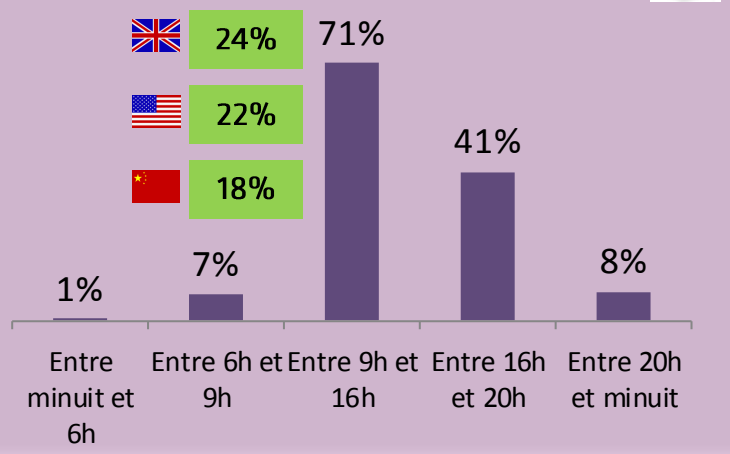


40% des utilisateurs

## Fréquence d'utilisation

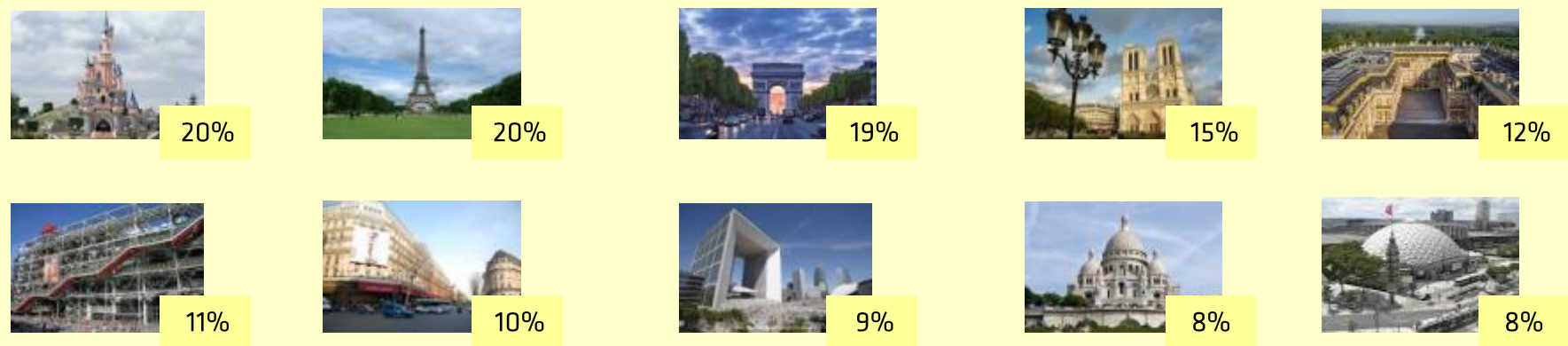


## Horaires d'utilisation



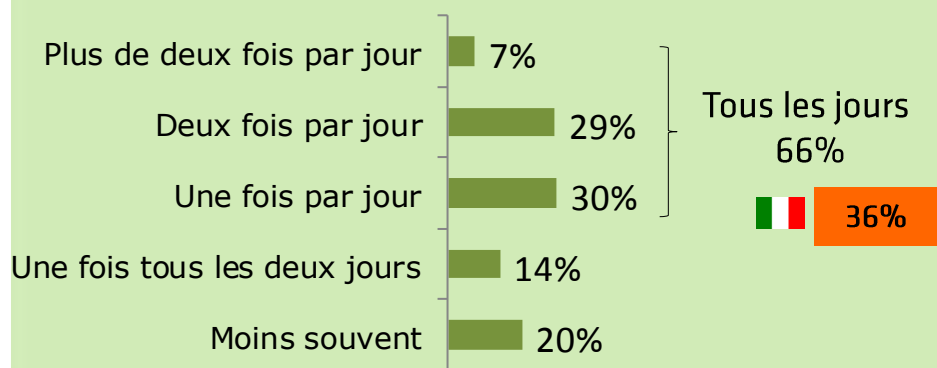
N = 775  
18% NSP

## Sites et quartiers visités

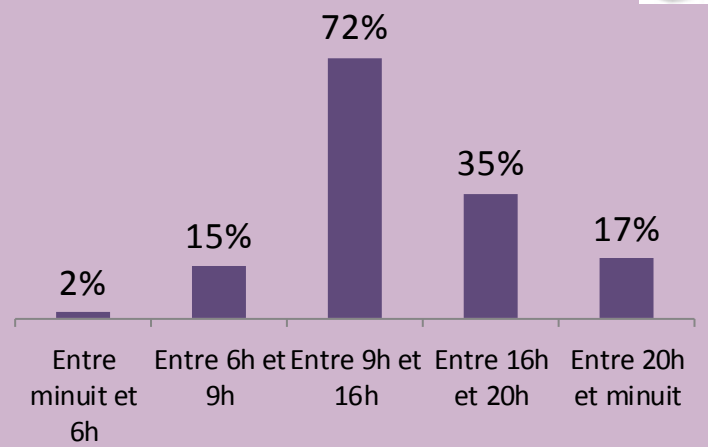


**RER** 36% des utilisateurs

## Fréquence d'utilisation

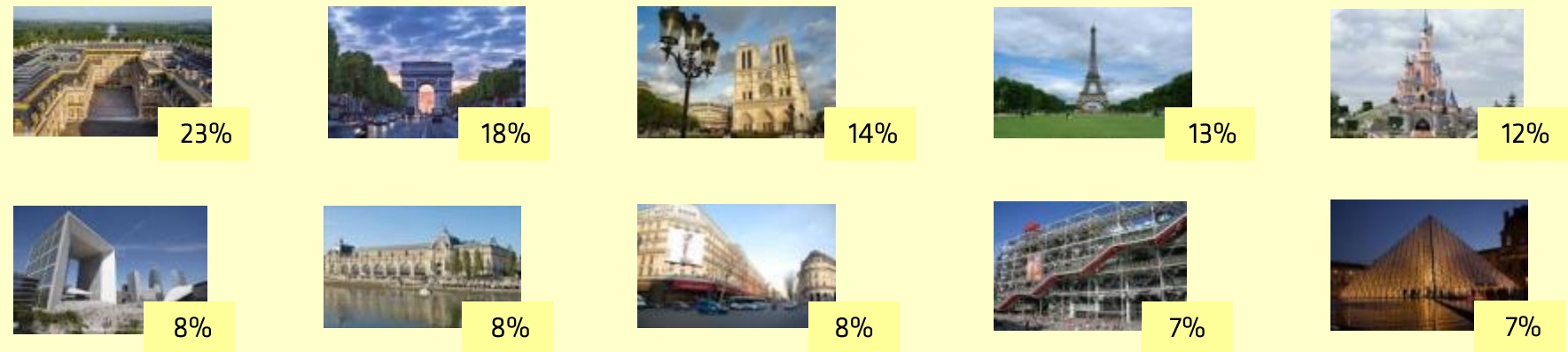


## Horaires d'utilisation



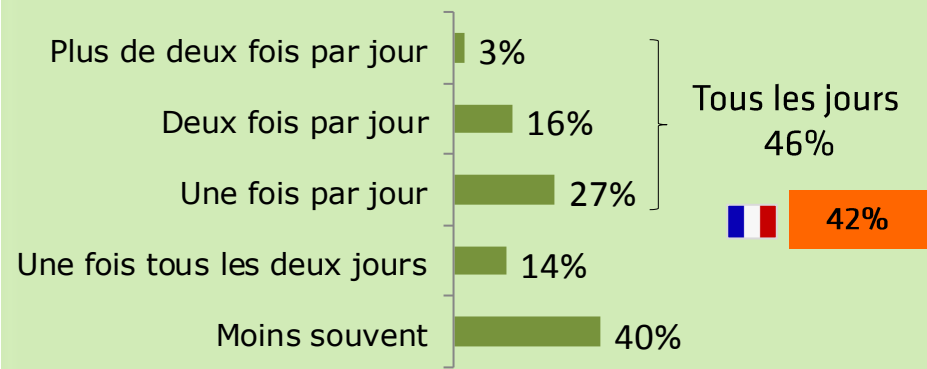
N = 406  
1% NSP

## Sites et quartiers visités

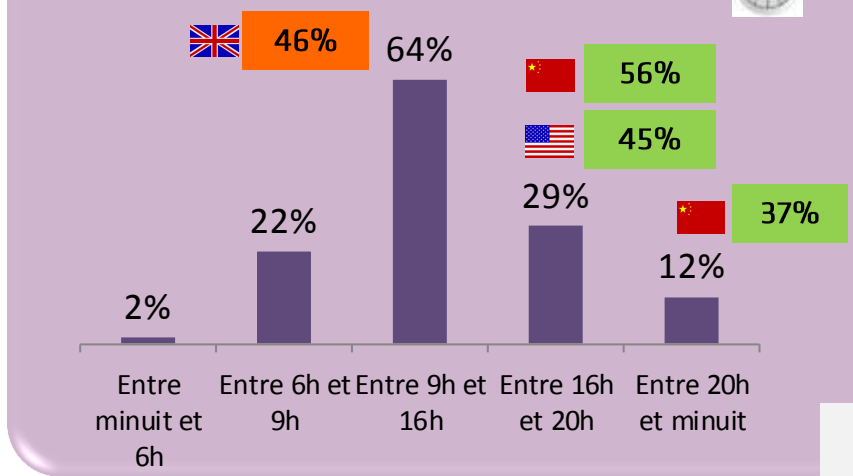


**SNCF** 25% des utilisateurs

## Fréquence d'utilisation

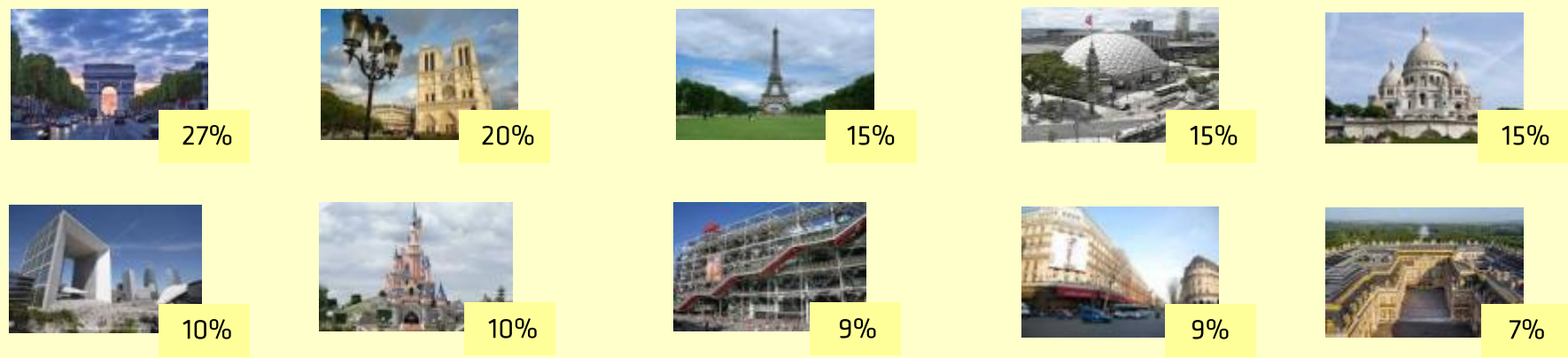


## Horaires d'utilisation



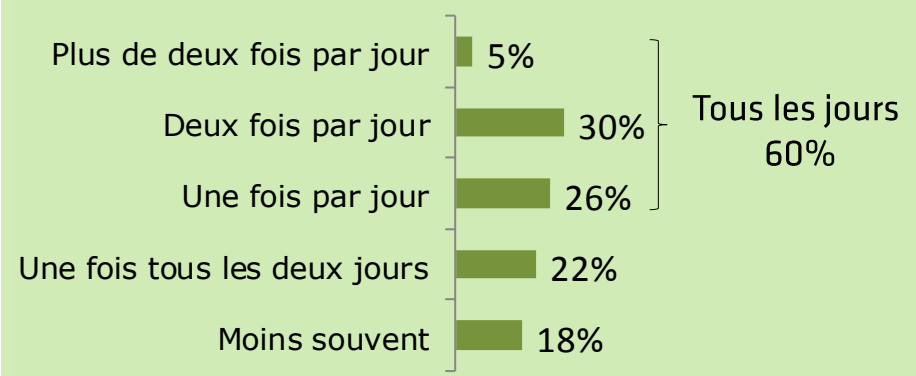
N = 455  
13% NSP

## Sites et quartiers visités

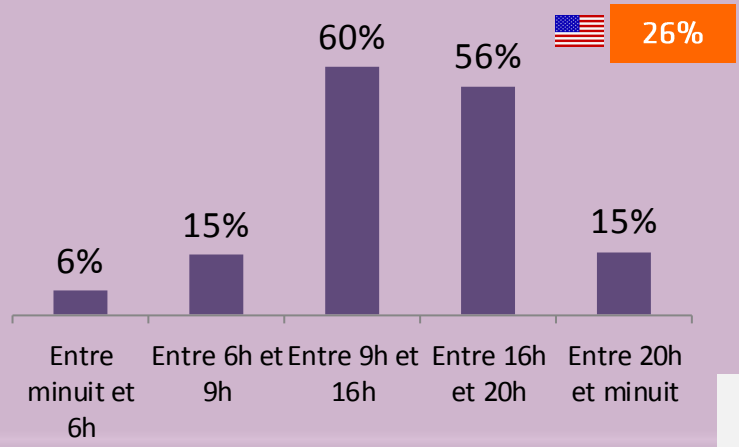


**T** 10% des utilisateurs

## Fréquence d'utilisation



## Horaires d'utilisation



N = 205  
21% NSP

### L'usage des transports en commun s'inscrit donc dans le quotidien des visiteurs et est un élément constitutif à part entière de l'expérience touristique des visiteurs



Le métro, le moyen de transport du quotidien des touristes, utilisé par 84% des touristes et quotidiennement par 85% de ses utilisateurs. Il est utilisé pour se rendre sur l'ensemble des points d'intérêt situés dans Paris intramuros. Il est également le mode principal utilisé pour quitter/rejoindre la gare de départ/arrivée dans la destination.



Le bus, utilisé par près de la moitié des touristes (40%) et quotidiennement par près des deux tiers de ses utilisateurs. Il est utilisé pour se rendre sur l'ensemble des points d'intérêt situés dans Paris intramuros, mais aussi comme un mode de visite de la capitale à part entière, pour profiter de la vue sur la capitale.



Le RER, utilisé par 36% des touristes, notamment pour quitter (19%) ou rejoindre (16%) l'aéroport Paris - Charles de Gaulle. Il est utilisé pour se rendre en dehors de Paris (Disneyland® Paris, château de Versailles) mais aussi dans les gares parisiennes desservant les points d'intérêt de la capitale (Tour Eiffel, Etoile, Notre-Dame de Paris).



Le train de banlieue, s'il est utilisé par un quart des touristes, est utilisé ponctuellement : 40% de ses utilisateurs l'ayant utilisé moins d'une fois tous les deux jours pendant leur séjour.



Le tramway, le moyen de transport le moins utilisé (10% des touristes) est utilisé quotidiennement par près de deux tiers de ses utilisateurs. Il est plus utilisé comme un moyen de pré/post acheminement vers d'autres modes de transport permettant de rejoindre les points d'intérêt de la destination.

### III. Fréquentation touristique des lignes 1, 4, C, B et R

## Ce comptage révèle une fréquentation touristique relativement élevée sur les lignes sélectionnées, à l'exception de la ligne R



21% de touristes  
(11% de Français ; 10% d'Internationaux)



14% de touristes  
(8% de Français ; 6% d'Internationaux)



19% de touristes  
(7% de Français ; 12% d'Internationaux)



19% de touristes  
(8% de Français ; 11% d'Internationaux)



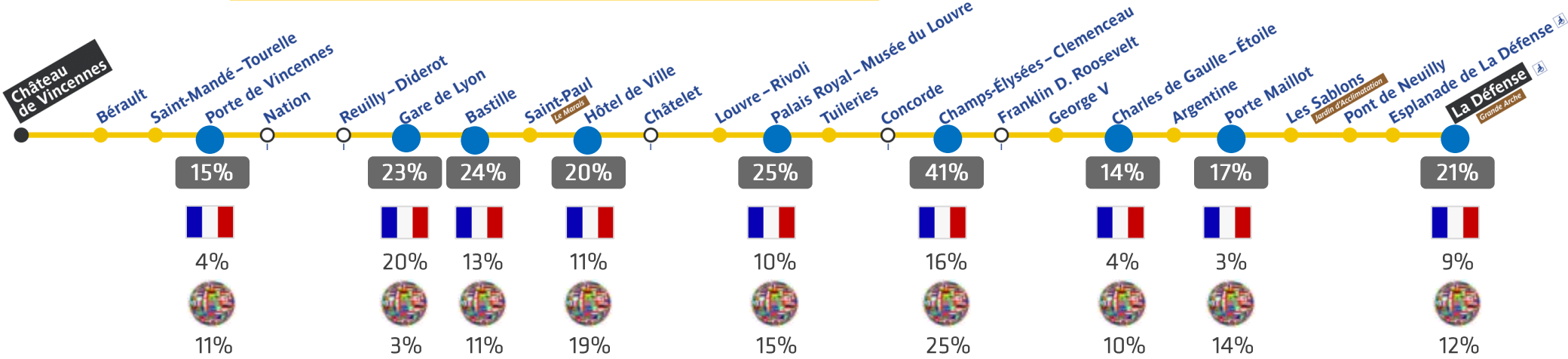
2% de touristes  
(2% de Français ; 0% d'Internationaux)

➤ Ce comptage a été effectué sur une période de fréquentation touristique pourtant faible, eu égard à l'impact des attentats du mois de novembre sur la fréquentation touristique, et janvier et février sont traditionnellement des mois "creux" pour la destination Paris Île-de-France.

# III. Fréquentation touristique des lignes 1, 4, C, B et R (suite)



**M 1** 21% de touristes  
(11% de Français ; 10% d'Internationaux)



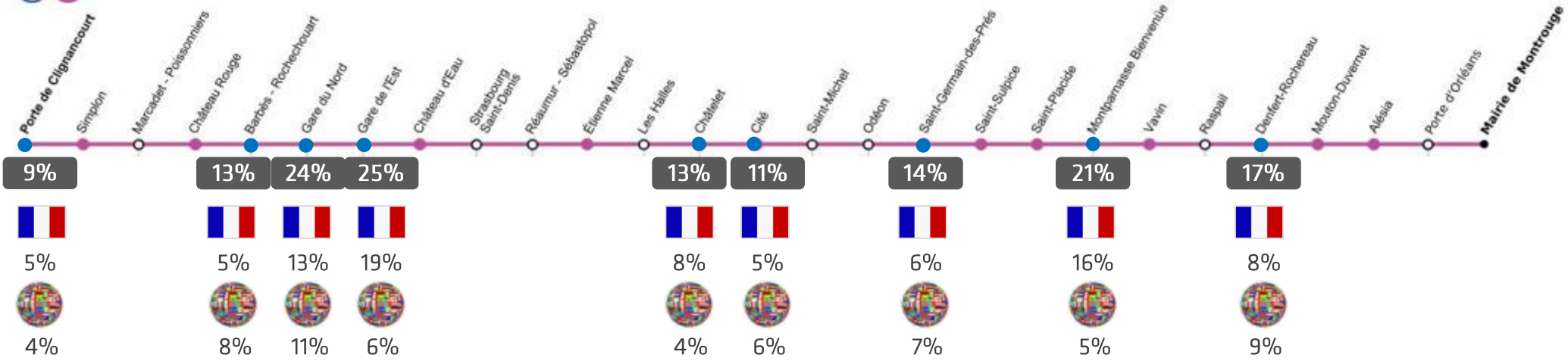
**Nationalités les plus représentées sur la ligne**

- Spain: 7%
- China: 6%
- Germany: 5%
- Italy: 7%
- United Kingdom: 5%

# III. Fréquentation touristique des lignes 1, 4, C, B et R (suite)



14% de touristes  
(8% de Français ; 6% d'Internationaux)



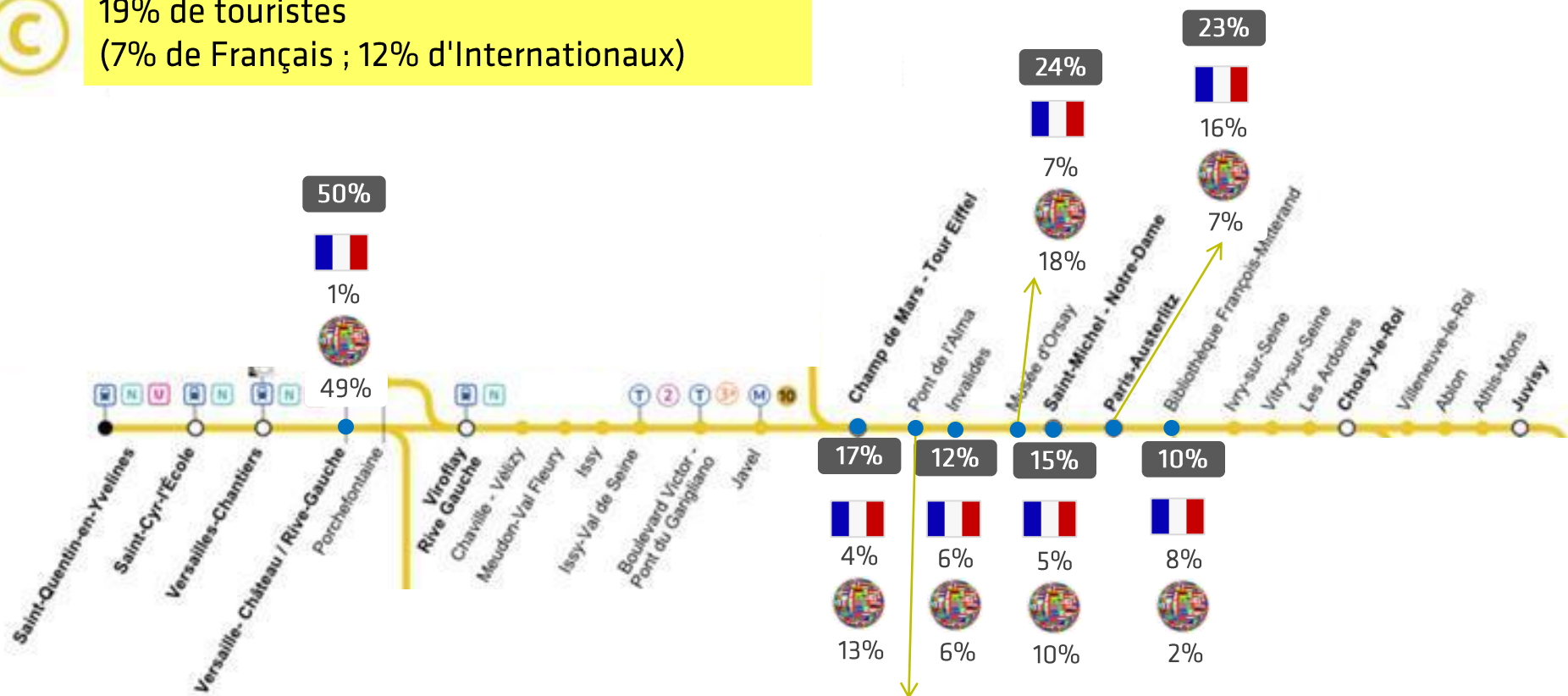
**Nationalités les plus représentées sur la ligne**

18%	6%	4%
10%	6%	

# III. Fréquentation touristique des lignes 1, 4, C, B et R (suite)



19% de touristes  
(7% de Français ; 12% d'Internationaux)



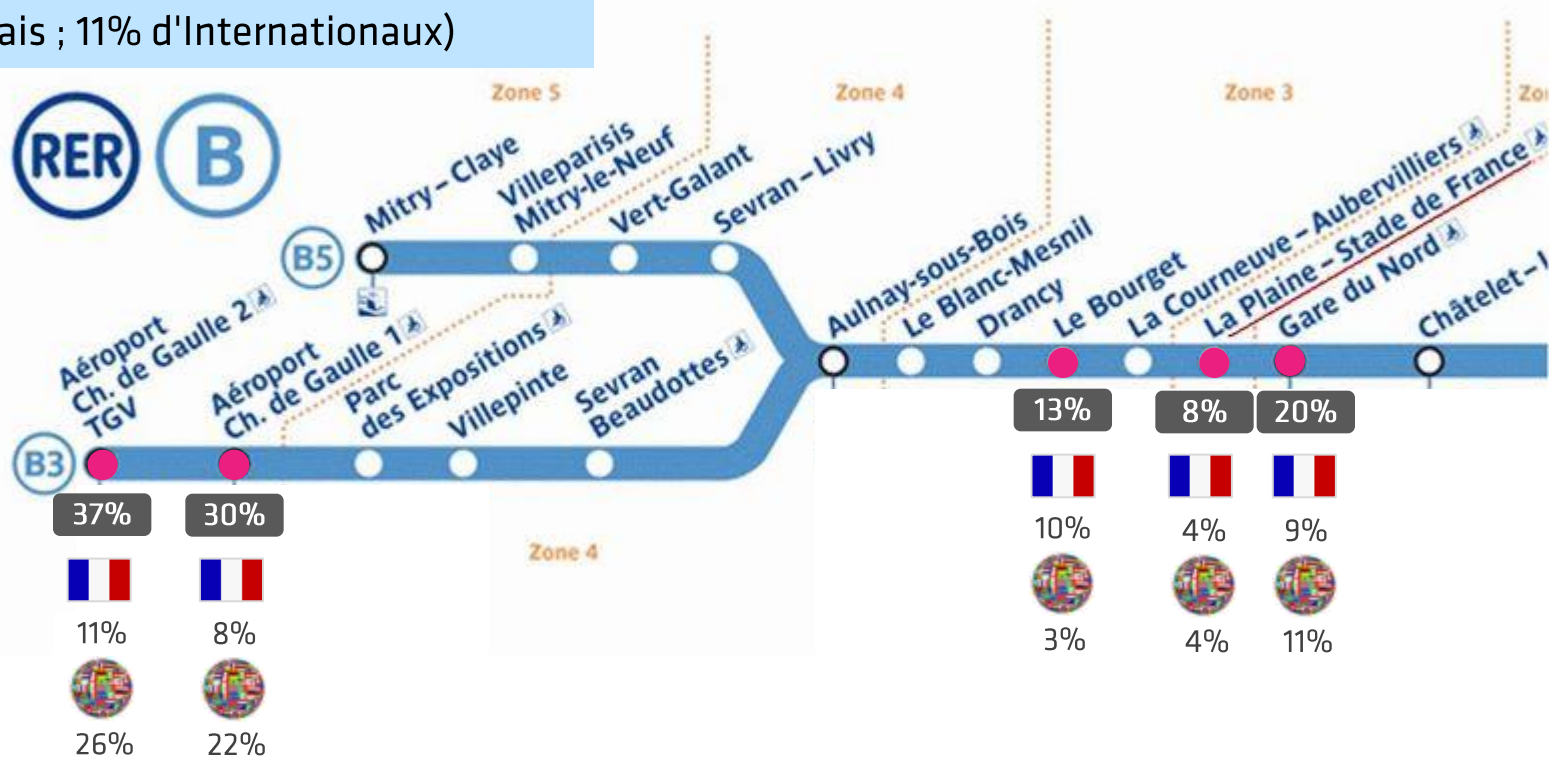
**Nationalités les plus représentées sur la ligne**

	11%		6%		5%
	8%		6%		

# III. Fréquentation touristique des lignes 1, 4, C, B et R (suite)



19% de touristes  
(8% de Français ; 11% d'Internationaux)



Nationalités les plus représentées sur la ligne

	15%		7%		5%
	8%		6%		

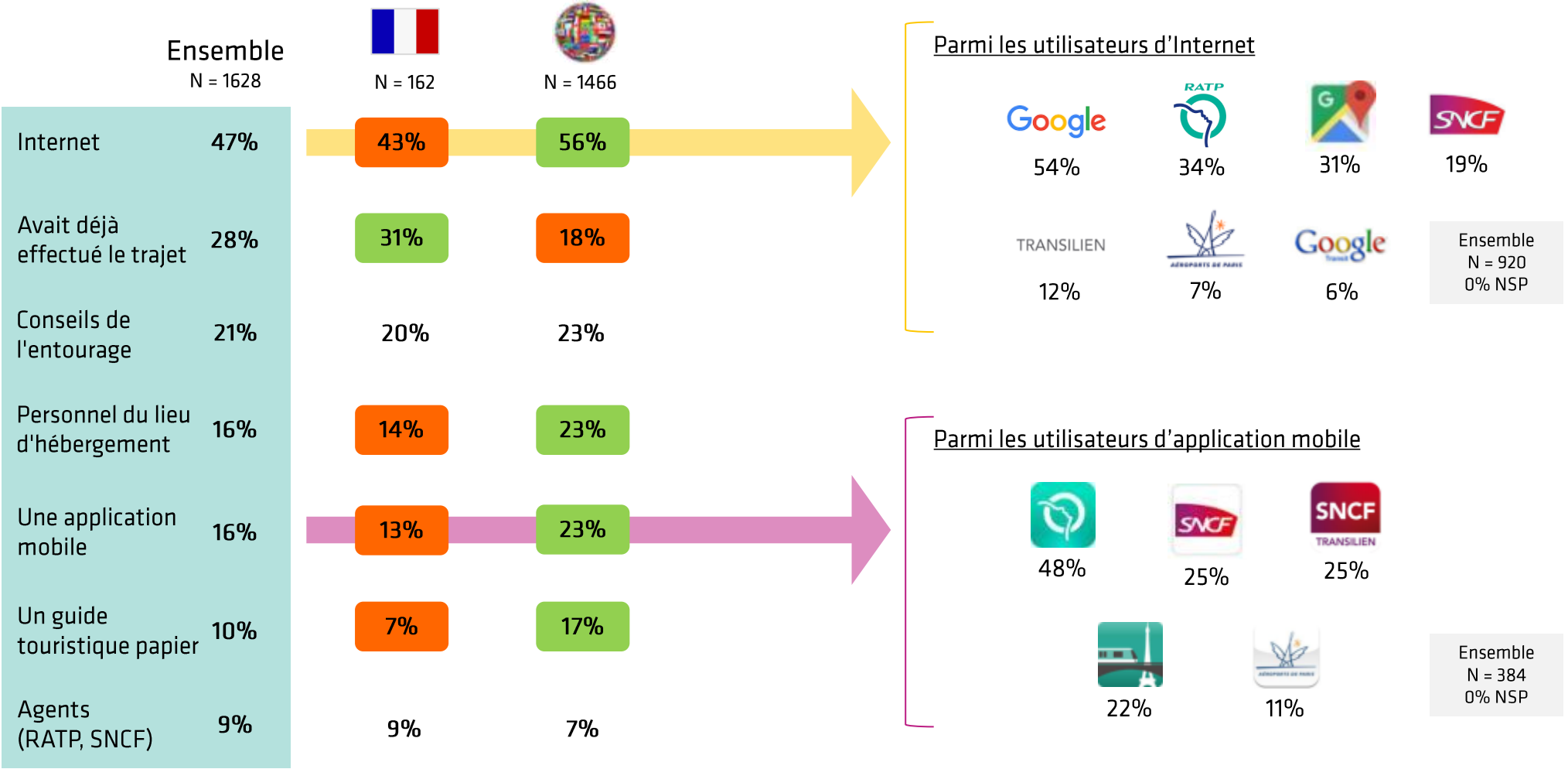
## IV. Recherche d'informations et achat de titres de transport

# IV. Recherche d'informations et achat de titres de transport





## RECHERCHE D'INFORMATIONS

Q54. "Tout d'abord, comment avez-vous préparé vos trajets en transport en commun ?" (plusieurs réponses possibles)





## RECHERCHE D'INFORMATIONS

Q57. "Quelles informations recherchez-vous en priorité sur Internet ?"

	Ensemble N = 1628	 N = 162	 N = 1466
Itinéraire	69%	69%	67%
Horaires des trains	44%	41%	51%
Plan pour se localiser	36%	27%	55%
Correspondances	27%	25%	33%
Durée du trajet	26%	25%	28%
Achats de titres de transport	14%	9%	25%
État du trafic	7%	4%	15%
Durée d'une perturbation	7%	5%	10%
<u>Nombre moyen d'informations recherchées</u>	2,3	2,0	2,9

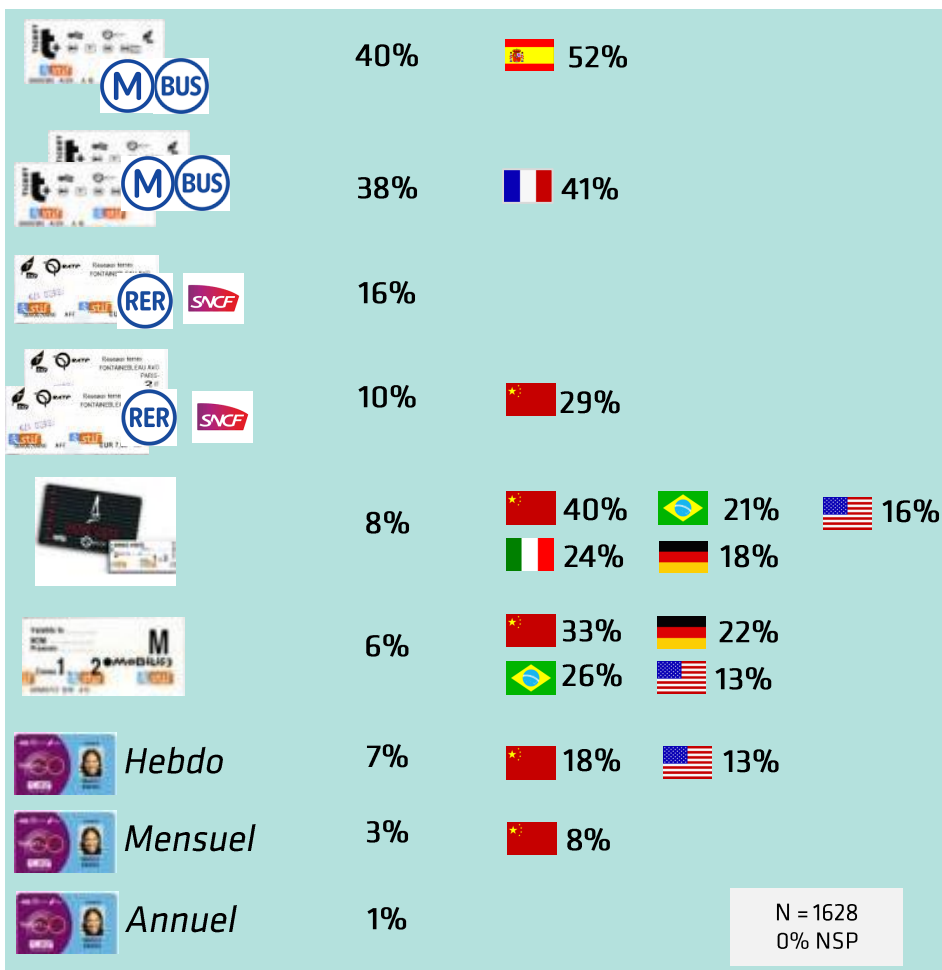
Q58. "Avez-vous plutôt recherché de l'information sur les transports en commun..."

	Ensemble N = 1628	 N = 162	 N = 1466
Avant le séjour	52%	50%	59%
Pendant le séjour	48%	50%	41%

- ✓ Une recherche d'informations qui se concentre en priorité sur la construction d'itinéraires.

## ACHAT DE TITRES DE TRANSPORT

Q48. "Au cours de votre séjour, quels titres de séjour avez-vous acheté ?" (plusieurs réponses possibles)



✓ Un recours aux tickets unitaires et carnets essentiellement

Q49. "Avez-vous acheté un Paris Visite..."



N = 264

1 à 3 zones	39%
1 à 5 zones	47%
Ne sait pas	13%

Q50. "Et sa durée de validité était de..."

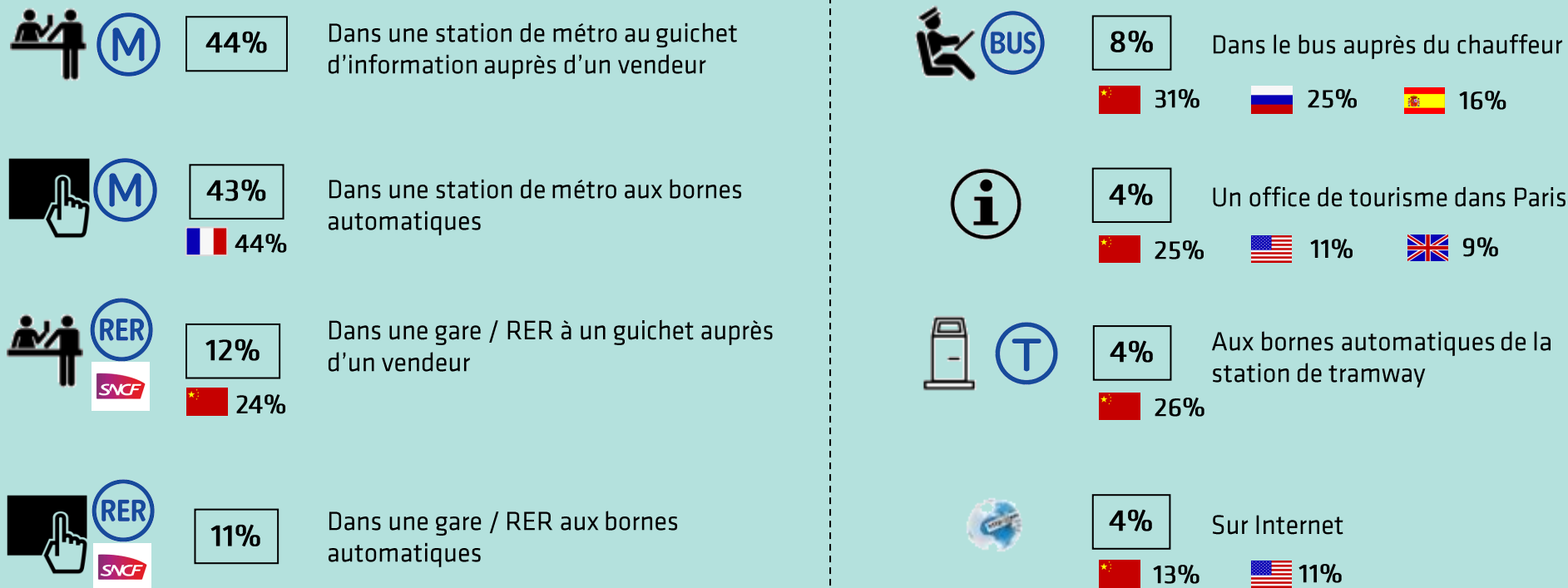


N = 264

1 jour	11%
2 jours	20%
3 jours	27%
5 jours	34%
Ne sait pas	9%

## ACHAT DE TITRES DE TRANSPORT

Q51. "Où avez-vous acheté vos titres de transport ?" (plusieurs réponses possibles)



Nb. moyen de canaux de distribution utilisés

1,5

N = 1628  
0% NSP

## V. Bilan d'utilisation des transports en commun

S  
A  
T  
I  
S  
F  
A  
C  
T  
I  
O  
N



84% des utilisateurs

**ENSEMBLE**

N = 1354 (9% NSP)

**SATISFACTION GLOBALE**

Satisfaits (très + plutôt)

Dont très satisfaits

89%

22%

Fréquence de passage

81%

21%

Sécurité en journée

80%

18%

Confort

67%

10%

Sécurité en soirée

59%

11%

Propreté des couloirs

53%

10%

Propreté des stations

53%

10%

Propreté des rames

52%

10%



**RECOMMANDATION**

% OUI

% OUI, tout à fait

94%

37%

S  
A  
T  
I  
S  
F  
A  
C  
T  
I  
O  
N



40% des utilisateurs

**ENSEMBLE**

N = 775 (6% NSP)

Satisfaits  
(très + plutôt)

Dont très  
satisfaits

**SATISFACTION GLOBALE**

**97%**

**24%**

Sécurité en journée

**86%**

**19%**

Confort

**82%**

**15%**

Propreté des bus

**81%**

**18%**

Fréquence de passage

**81%**

**14%**

Propreté des stations

**76%**

**11%**

Sécurité en soirée

**63%**

**11%**



**RECOMMANDATION**

% OUI

**97%**

% OUI,  
tout à fait

**32%**

S  
A  
T  
I  
S  
F  
A  
C  
T  
I  
O  
N



36% des utilisateurs

**ENSEMBLE**

N = 406 (1% NSP)

	Satisfaits (très + plutôt)	Dont très satisfaits
<b>SATISFACTION GLOBALE</b>	<b>84%</b>	<b>18%</b>
Fréquence de passage	83%	17%
Sécurité en journée	79%	19%
Confort	75%	11%
Propreté des couloirs	71%	13%
Propreté des trains	63%	13%
Propreté des stations	59%	13%
Sécurité en soirée	54%	13%



**RECOMMANDATION**

% OUI

**89%**

% OUI, tout à fait

**23%**

S  
A  
T  
I  
S  
F  
A  
C  
T  
I  
O  
N

25% des utilisateurs

**ENSEMBLE**

N = 455 (2% NSP)

	Satisfaits (très + plutôt)	Dont très satisfaits
<b>SATISFACTION GLOBALE</b>	<b>99%</b>	<b>27%</b>
Sécurité en journée	90%	21%
Confort	86%	17%
Fréquence de passage	82%	18%
Propreté des trains	81%	17%
Propreté des couloirs	80%	18%
Propreté des stations	80%	25%
Sécurité en soirée	71%	21%



**RECOMMANDATION**

% OUI	% OUI, tout à fait
<b>99%</b>	<b>39%</b>

S  
A  
T  
I  
S  
F  
A  
C  
T  
I  
O  
N



10% des utilisateurs

**ENSEMBLE**

N = 205 (0% NSP)

	Satisfaits (très + plutôt)	Dont très satisfaits
<b>SATISFACTION GLOBALE</b>	<b>93%</b>	<b>32%</b>
Propreté des tramways	94%	45%
Sécurité en journée	91%	45%
Propreté des stations	89%	36%
Fréquence de passage	84%	35%
Confort	81%	46%
Sécurité en soirée	68%	33%



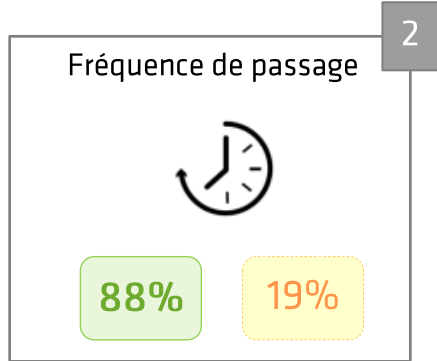
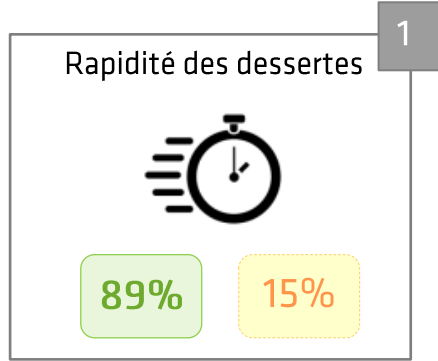
**RECOMMANDATION**

% OUI

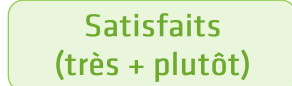
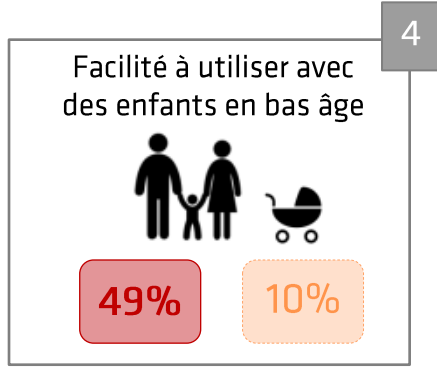
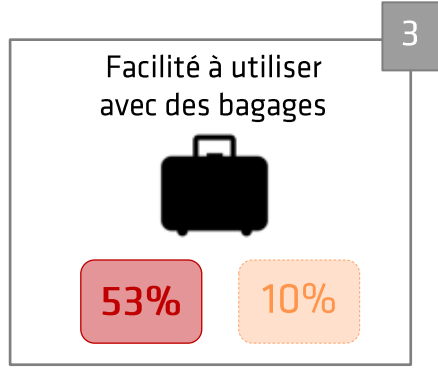
**93%**

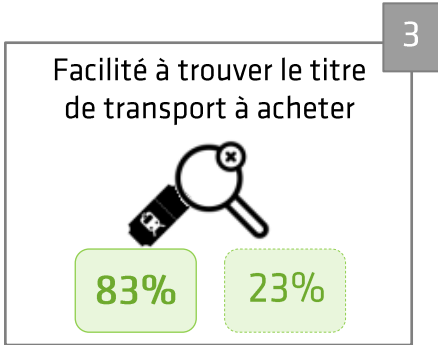
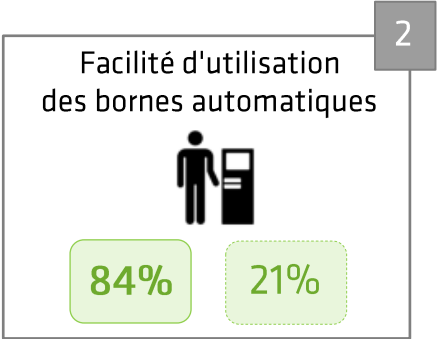
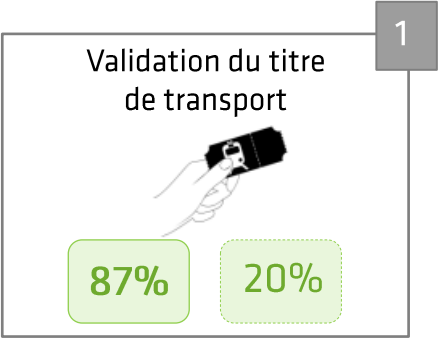
% OUI, tout à fait

**39%**

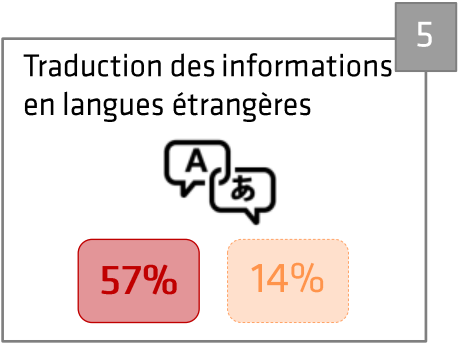
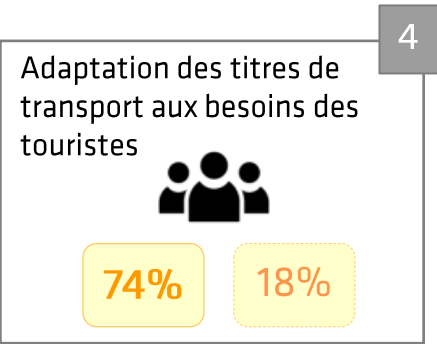


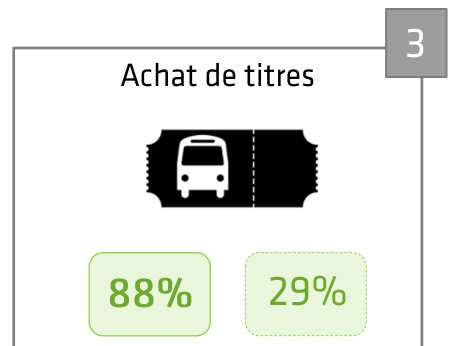
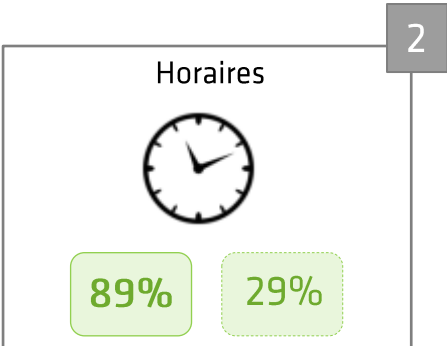
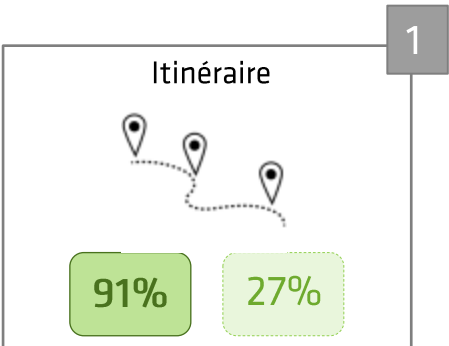
**SATISFACTION vis-à-vis de la FACILITE D'UTILISATION**



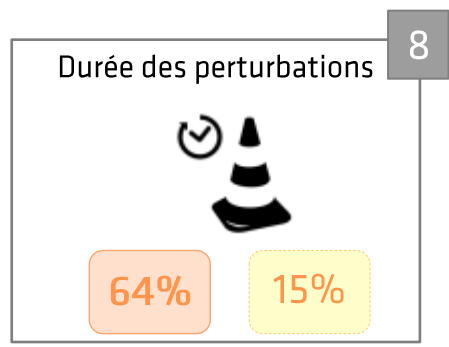
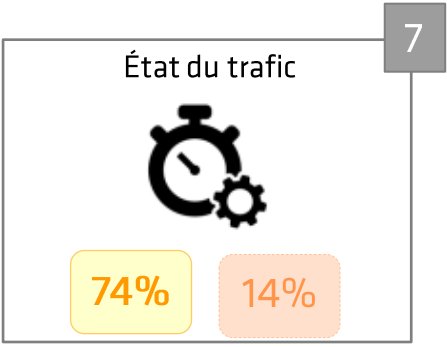
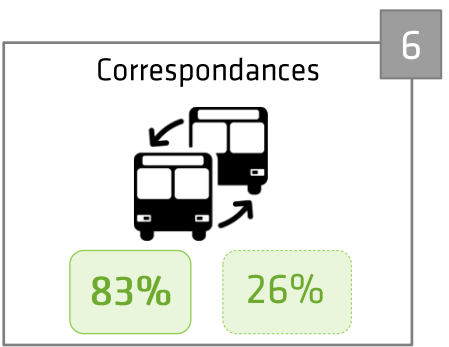
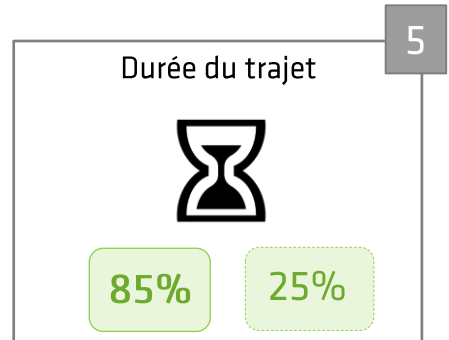


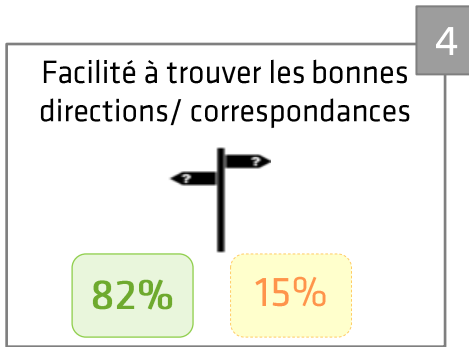
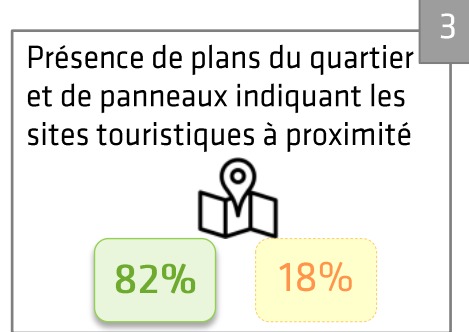
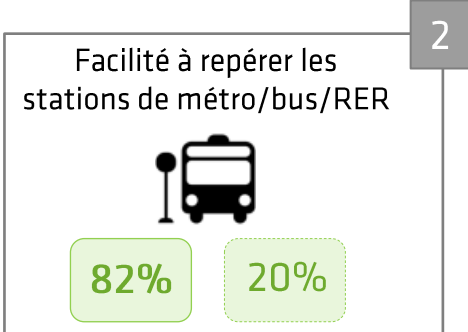
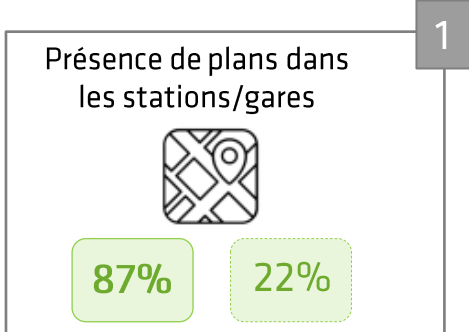
## SATISFACTION vis-à-vis de l'ACHAT DE TITRES DE TRANSPORT



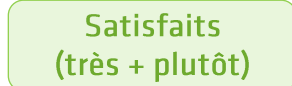
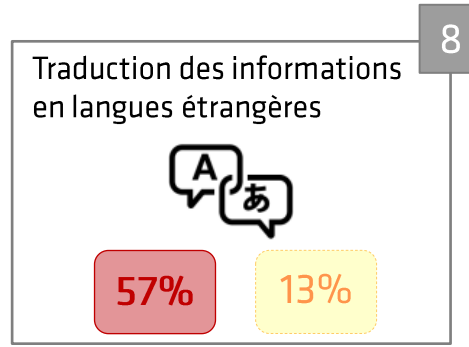
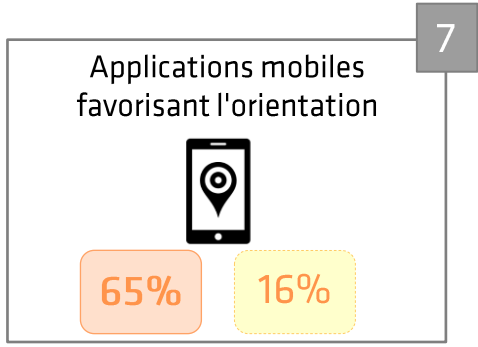
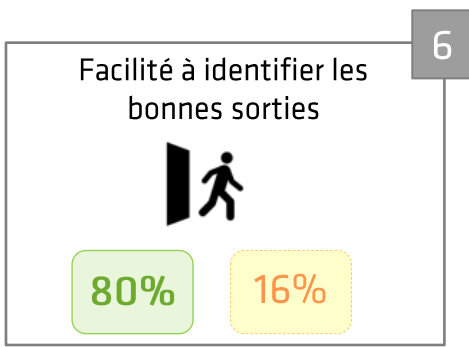
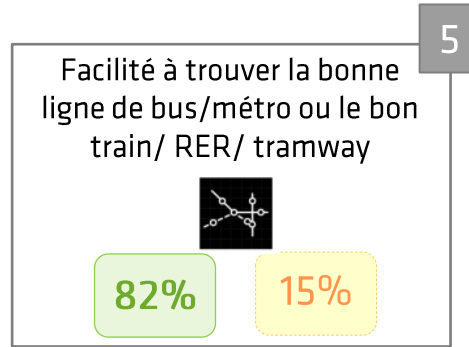


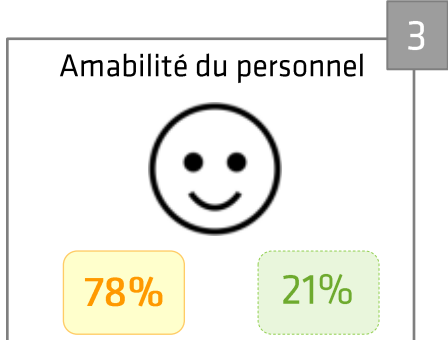
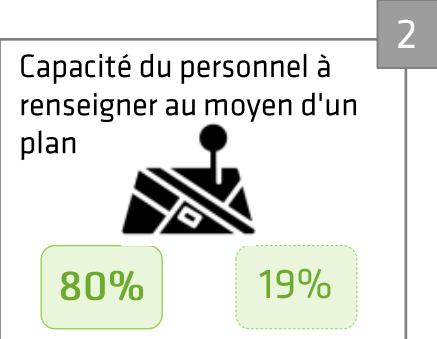
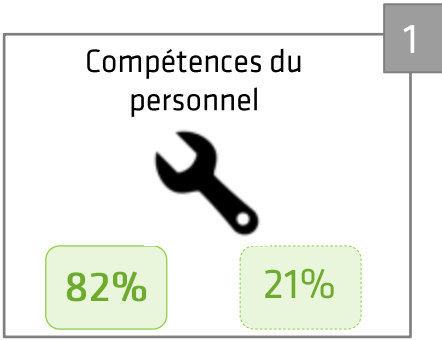
## SATISFACTION GLOBALE vis-à-vis de l'INFORMATION



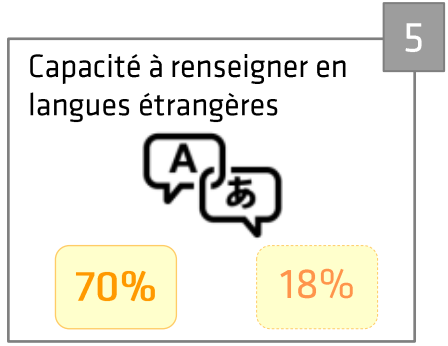
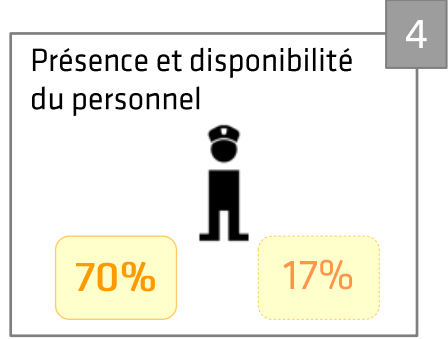


## SATISFACTION vis-à-vis de l'ORIENTATION



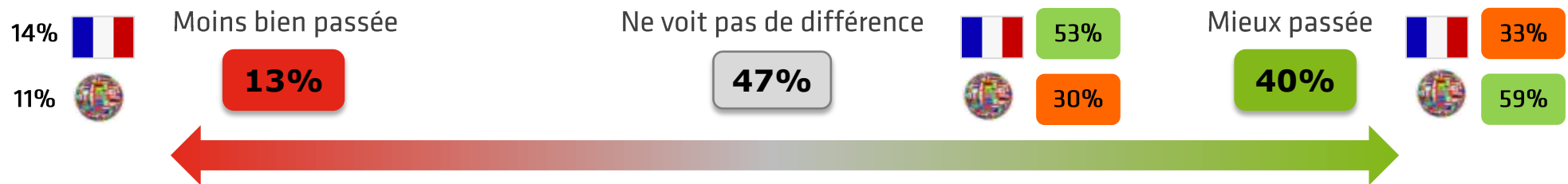


## SATISFACTION vis-à-vis du PERSONNEL



### Un benchmark de la destination favorable, notamment auprès des Internationaux

Q80. "Et par rapport aux autres grandes villes que vous avez pu visiter, diriez-vous que votre expérience des transports en commun à Paris s'est..."



**Moins bien passée qu'à**

Londres  
 Barcelone  
 Bruxelles



**Mieux passée qu'à**

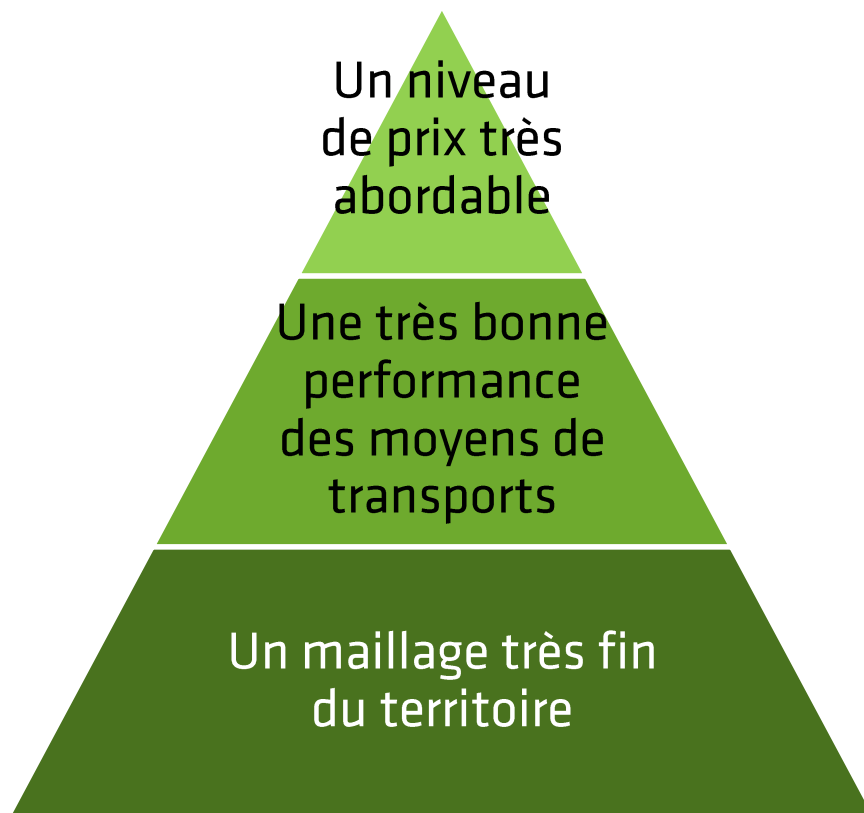
Londres  
 Rome  
 Marseille

## Conclusion

## Le recours aux transports en commun est un choix réfléchi et assumé, qui repose sur une expérience positive

Les points forts mis en avant dans  
l'exploration qualitative...

... se retrouvant dans les motivations pour  
utiliser les transports en commun



32% pour *"le prix, c'est moins cher"*  
11% pour *"le rapport confort / prix,  
le rapport qualité / prix"*

69% parce que *"c'est plus pratique, plus simple"*  
31% parce que *"c'est plus facile"*  
21% pour *"la durée, c'est plus rapide"*

69% parce que *"c'est plus pratique, plus simple"*  
31% parce que *"c'est plus facile"*  
24% pour *"éviter les embouteillages, la circulation"*  
12% parce que *"les trajets sont directs"*  
11% parce que *"les lieux d'arrêt les ont arrangé"*  
10% parce que *"les lieux de départ les ont arrangé"*

## Le bilan de satisfaction est très positif, dans un contexte global de très forte satisfaction à l'égard du séjour touristique

- ✓ 99% des visiteurs de la destination sont satisfaits de leur séjour dans la destination.
- ✓ Les taux de satisfaction à l'égard des modes de transport utilisés varient entre 84% et 99%.



- ✓ Et les taux de recommandation des différents modes varient entre 89% et 99%.



- ➔ Une utilisation des transports en commun qui s'inscrit donc dans la continuité du séjour de la destination, avec un très bon niveau de satisfaction
- ➔ La destination Paris Île-de-France se positionne comme une des meilleures destinations au regard de son offre de transport

## Points forts des transports collectifs de la destination

- **Maillage du réseau**
- **Multimodalité de l'offre de transport**
- **Performance du réseau**
  - Fréquence de passage
  - Rapidité des dessertes
- **Tarifcation abordable**
- **Des moyens d'information performants pour répondre aux besoins des usagers :**
  - Moyens d'information distants (sites Internet et applications mobiles) : construction d'itinéraire, informations sur les tarifs et titres à acheter
  - Moyens d'information in situ, à bord des modes de transport, dans les gares / stations

## Voies de progrès transverses

- **Traduction de l'information écrite et sonore en langues étrangères, et plus largement maîtrise d'une langue étrangère par les agents (l'anglais en priorité) pour garantir un accès à l'information**
  - Lors de l'achat de titre de transport, sur les bornes / automates
  - Pour faciliter encore l'orientation dans les transports, en gare / station / à bord des modes de transport pour fluidifier les parcours
  - Pour renforcer la relation entre les touristes et les agents des transporteurs
- **Information, prise en charge des clients en cas de situation perturbée**
- **Promouvoir une offre de titre unique pour plusieurs jours** qui répond aux attentes des touristes et est sous-utilisé
- **Propreté** des modes de transport, des gares, des stations, des couloirs
- **Sécurité**, en soirée notamment
- **Ouverture des transports en commun la nuit**

Conclusion (suite)



Satisfaction globale



Fréquence de passage



Sécurité en journée



Confort



Sécurité en soirée



Propreté des couloirs



Propreté des stations



Propreté des rames



## Avec au final un discours critique essentiellement porté par les touristes français

- ✓ **Une image négative pour des touristes peu habitués aux transports en commun :**
  - Discours négatif sur les retards, la performance du réseau
  - Sur la propreté
  - Sur le confort
  - Et sur la sécurité

## Et des sensibilités nationales qui apparaissent sur les questions de propreté et de sécurité

- ✓ Avec des Japonais, Coréens, Britanniques et Allemands plus sensibles aux questions de **propreté** à bord des moyens de transport, en gare / station et plus critiques à l'égard de la destination...
- ✓ Et des Japonais et Coréens également plus sensibles aux questions de **sécurité**, **notamment le soir** et plus critiques à l'égard de la destination