



QUELLE CLIENTELE POUR DES DESSERTES INTERIEURES EXPRESS PAR AUTOCAR ?

Michel HOUÉE

Cette étude s'inscrit dans le cadre d'une coopération O.E.S.T. - I.N.R.E.T.S. visant à éclairer les enjeux d'une mutation de l'offre de transport public routier de voyageurs à moyenne et longue distance.

Cette coopération a déjà donné lieu à l'analyse du marché de la principale liaison de ce type pour laquelle on dispose d'une expérience déjà ancienne : Aix / Marseille - Nice. Le rapport de recherche I.N.R.E.T.S. n° 122 rend compte des résultats des enquêtes pratiquées d'une part auprès des usagers de la ligne en jour ouvrable, d'autre part auprès des ménages niçois concernés par les relations Nice - Aix et Nice - Marseille. Un complément sera prochainement apporté quant aux usagers de la ligne en période de week - end.

La présente note de synthèse porte sur l'analyse de la clientèle potentielle de nouvelles lignes de type similaire, dont on a simulé le fonctionnement dans diverses configurations de marché. Les résultats détaillés de l'étude sont disponibles à l'O.E.S.T. (rapport «la clientèle potentielle de services d'autocar à longue distance») au prix de ?

Une offre d'une nature nouvelle répondant à un besoin

Victime d'une image de marque dégradée et entravé par une réglementation protégeant le marché ferroviaire, le transport régulier par autocar n'occupe à l'heure actuelle qu'une place tout à fait marginale dans la desserte intérieure du territoire à moyenne et longue distance. Or la faiblesse très réelle de l'offre de transport public sur certains axes du fait de la géographie et du niveau de la demande (voir étude O.E.S.T. «l'enclavement en France du point de vue des déplacements professionnels : une méthode d'analyse» qui fera prochainement l'objet d'une note de synthèse) appelle d'autant plus la recherche de solutions adaptées que l'extension des réseaux à grande vitesse va rendre plus aiguës les disparités de niveau de service et plus nécessaires des rabattements de bonne qualité.

A l'heure où les groupes de transport par autocar se préoccupent de développer leur marché dans un contexte d'intensification probable de la concurrence exercée par leurs homologues européens, y compris sous forme de cabotage intérieur, et alors que quelques expérimentations de dessertes express par autocar vont être mises en oeuvre très prochainement, il devenait indispensable de mieux cerner la clientèle potentielle de telles liaisons.

On a donc cherché à caractériser cette clientèle dans quatre configurations contrastées du point de vue de l'environnement concurrentiel et du potentiel de trafic représenté par les pôles reliés :

- accès à Lyon pour les Clermontois (relation transversale mal desservie par le fer mais disposant depuis peu d'une liaison autoroutière de bout en bout, potentiel de trafic moyen mais déséquilibré),
- accès à Nantes pour les Rennais (relation transversale mal desservie au niveau ferroviaire et autoroutier, potentiel moyen et équilibré),
- accès à Paris pour les Dijonnais (relation radiale très fortement concurrencée par le TGV et desservie par autoroute, forte attractivité de Paris),
- accès à Lyon pour ces mêmes Dijonnais (moindre concurrence du rail qu'en direction de Paris, attractivité lyonnaise inférieure à celle de Paris).

Une méthode de révélation des préférences pour estimer la clientèle potentielle

Dans chacune de ces configurations, plusieurs scénarios de desserte par autocar ont été testés auprès d'un échantillon représentatif de la population locale d'environ 250 personnes s'étant rendues au moins une fois dans l'agglomération de destination choisie (sélection qui, si elle ne permet pas d'appréhender l'induction pure, améliore considérablement le ciblage du marché potentiel de l'autocar).

Les scénarios se distinguent les uns des autres par des combinaisons différentes des modalités possibles de quatre variables : le diagramme de desserte (positionnement horaire et fréquence), le prix, le confort et le nombre de points d'arrêt desservis dans l'agglomération enquêtée. Le choix des modalités lui-même tient compte des spécificités du mode autocar et des conditions de concurrence sur la relation : diagramme de desserte intégrant une durée de parcours compatible avec le respect des limitations de vitesse, et des fréquences complémentaires de celles du fer et assurant une rotation correcte des véhicules; prix positionné par rapport à celui du fer et comportant des conditions d'abonnement et de réductions similaires.

Les scénarios testés : le cas de Clermont-Lyon

scénario	diagramme	tarifs*	confort	arrêts	classement
B	2 allers-retour	100	FR1 +	2	rang 7
score	-0,589	-0,403	0,213	0,208	-0,57
C	3 allers-retour	80	FR1	2	rang 1
score	-0,064	0,403	-0,213	0,208	0,33
D	4 allers-retour	100	FR1	2	rang 2
score	0,653	-0,403	-0,213	0,208	0,25
E	2 allers-retour	80	FR1 +	1	rang 5
score	-0,589	0,403	0,213	-0,208	-0,18
F	3 allers-retour	100	FR1 +	1	rang 6
score	-0,064	-0,403	0,213	-0,208	-0,46
G	3 allers-retour	80	FR1	1	rang 3
score	-0,064	0,403	-0,213	-0,208	-0,08
H	4 allers-retour	100	FR1	1	rang 4
score	0,653	-0,403	-0,213	-0,208	-0,17
A	4 allers-retour	80	FR1 +	2	joker
score	0,653	0,403	0,213	0,208	1,48

* Francs

La méthode retenue, connue sous l'appellation de Trade-Off ou d'analyse conjointe, consiste à révéler les préférences des usagers vis à vis de ces variables à partir de la hiérarchisation qu'ils doivent effectuer des différents scénarii qui leur sont soumis, chaque scénario comportant des avantages (traduits par un score positif) pour certaines variables et des inconvénients (traduits par un score négatif) pour d'autres. L'intervalle entre les valeurs extrêmes des scores, ou amplitude de la variable, traduit l'importance de celle-ci pour un scénario donné. Pour ce faire, les enquêtés doivent en effet :

- classer les scénarios par ordre décroissant d'adaptation aux déplacements du type du dernier qu'ils ont effectué sur la relation,
- indiquer s'ils auraient effectivement utilisé un ou plusieurs services d'autocar correspondants au scénarii qu'ils ont préférés,
- dire s'ils envisageraient d'utiliser l'un des services correspondant aux scénarii envisagés pour d'autres déplacements.

VOYAGEURS

Lorsqu'aucun des scénarii initialement décrits ne suscite un comportement d'achat, un scénario «joker» cumulant les modalités les plus avantageuses de chaque variable est alors proposé, de façon à tester le degré de résistance à la pratique de l'autocar.

La confrontation de cette partie de l'enquête (le Trade-Off proprement dit) à la description des caractéristiques de l'individu enquêté, de l'ensemble de ses déplacements sur l'axe au cours des 12 derniers mois et des modalités détaillées du dernier de ces déplacements, permet alors :

- de caractériser la clientèle type de chacun des scénarii d'offre autocariste envisagés,
- de déterminer dans chaque configuration le ou les scénarii préférés par la population (scénario préféré 1, 2...),
- de déterminer le scénario qui maximise la fréquentation du mode autocar compte tenu de l'intensité de mobilité des différents segments de la population (scénario de marché 1, 2...),
- d'estimer l'importance des transferts à attendre en provenance des usagers actuels de rail et de l'automobile, compte tenu de leur pratique actuelle de déplacement.

**Une clientèle
nettement typée**

La clientèle des acheteurs de services autocar : ses spécificités

Liaisons étudiées	Clermont	Lyon	Rennes	Nantes	Dijon	Paris	Dijon	Lyon
Population	ensemble	achet.	ensemble	achet.	ensemble	achet.	ensemble	achet.
Homme	50%	47%	50%	42%	50%	42%	50%	47%
Femme	50%	53%	50%	57%	50%	58%	50%	53%
15-24 ans	21%	25	26%	26%	21%	27%	21%	29%
25-69 ans	60%	57%	57%	60%	56%	61%	56%	56%
60 ans et +	19%	18%	17%	14%	23%	12%	23%	15%
artis.-comm.	14%	10%	12%	8%	10%	11%	9%	9%
cad. sup.	28%	24%	15%	13%	26%	20%	23%	21%
prof. interm.	10%	10%	23%	23%	15%	15%	16%	17%
employé	22%	24%	20%	22%	17%	21%	19%	22%
ouvrier	6%	7%	11%	10%	8%	10%	7%	9%
retraité	15%	16%	14%	16%	17%	14%	19%	15%
inactif	6%	9%	4%	6%	6%	9%	5%	6%
nbre voy./an								
train	5,1	4,1	5,6	3,2	3,3	3,9	3,3	3,8
voiture	4,6	5,1	3,6	4,5	5	3,3	4,1	2,7
motif dep.								
professionnel	32%	26%	18%	17%	34%	29%	21%	21%
visite amis	28%	32%	34%	36%	33%	30%	41%	41%
vacances	16%	15%	19%	19%	15%	19%	23%	30%
week-end	3%	3%	9%	7%	9%	12%	5%	0%
dep. seul	36%	38%	25%	27%	44%	37%	37%	41%
dep. couple	18%	19%	22%	19%	20%	23%	26%	26%
dep. famille	24%	23%	30%	34%	19%	19%	17	15%
dep. groupe	22%	19%	22%	20%	17%	21%	19%	18%

Globalement, la clientèle des acheteurs potentiels de service autocar apparaît plus féminine, plus jeune et de catégorie socio-professionnelle plus modeste qu'en moyenne. Elle a plus tendance à recourir à l'autocar lorsque le déplacement obéit à un motif personnel. Lorsque l'offre ferroviaire est bonne ou satisfaisante, elle en a une fréquentation supérieure à la moyenne, et une mobilité automobile à l'inverse inférieure. Lorsque la desserte ferroviaire est médiocre, la situation est exactement inverse.

L'importance des variables et les scénarios choisis selon les configurations

liaison étudiée	amplitude variables	% achat	scénario	diagramme	tarifs*	confort	arrêts
Clermont-Lyon	diagramme : 1,242 tarifs : 0,806 confort : 0,426 arrêts : 0,416	72%	préfére 1 : C	3 allers-retour	80	FR1	2
			préfére 2 : D	4 allers-retour	100	FR1	2
			marché 1 : E	2 allers-retour	80	FR1+	1
			marché 2 : F	3 allers-retour	100	FR1+	1
Rennes-Nantes	diagramme : 0,835 tarifs : 0,986 confort : 0,312 arrêts : 0,474	64%	marché 3 : H	3 allers-retour	100	FR1	1
			préfére 1 : C	5 allers-retour	62	FR1	2
			préfére 2 : G	5 allers-retour	62	FR1	1
			marché 1 : G	5 allers-retour	62	FR1	1
Dijon-Paris	diagramme : 0,352 tarifs : 0,632 confort : 0,796 arrêts : 0,01	54%	marché 2 : C	5 allers-retour	62	FR1	2
			préfére 1 : E	2 allers-retour	80	FR1 +	1
			préfére 2 : F	3 allers-retour	100	FR1+	1
			marché 1 : E	2 allers-retour	80	FR1+	1
Dijon-Lyon	diagramme : 0,332 tarifs : 0,674 confort : 0,534 arrêts : 0,208	60%	marché 2 : C	3 allers-retour	80	FR1	2
			préfére 1 : E	1 allers-retour	80	FR1+	1
			préfére 2 : G	2 allers-retour	80	FR1	1
			marché 1 : E	1 allers-retour	80	FR1+	1
			marché 2 : F	2 allers-retour	100	FR1+	1

* Francs

Des offres autocar à moduler

Deux types de configurations se distinguent nettement du point de vue des préférences accordées aux variables. Là où la liaison ferroviaire est satisfaisante, on accorde une importance privilégiée au confort (le TGV fonctionnant comme référence) et au prix (compte tenu du surcoût du TGV). Dans le cas inverse, l'existence d'un service régulier à un prix satisfaisant constitue le critère essentiel.

Quel effet réseau pour l'autocar ?

Un cas particulier intéressant est celui des Dijonnais ayant pratiqué les deux relations avec Paris et Dijon au cours de l'année. Si compte tenu de la vigueur de la concurrence leur comportement n'est pas sensiblement différent en direction de Paris, ils sont sensiblement plus acheteurs en direction de Lyon, ainsi que plus sensibles à la variable confort : indice de l'existence d'un effet réseau sur le taux de mobilité et le degré d'exigence quant à la qualité de service

Partage modal et transfert escompté selon les configurations.

	Clermont-Lyon	Rennes-Nantes	Dijon-Paris	Dijon-Lyon
marché actuel				
train	29%	9%	69%	58%
voiture	71%	91%	31%	42%
transfert				
train	28%	56%	19%	21%
voiture	32%	45%	17%	21%

Des transferts importants

Il est significatif que les taux de transfert les plus élevés soient obtenus sur la relation la moins bien desservie par le fer et par la route, et qu'à l'inverse ils soient minimaux sur Dijon-Paris. Une corrélation nette apparaît également entre part de marché de la route et taux de transfert. Mais dans tous les cas, les taux applicables à la route sont proches de ceux applicables au fer. C'est là une confirmation de la part importante d'usagers des relations Aix-Nice et Marseille-Nice qui déclarent qu'ils auraient pris la voiture si l'autocar n'existait pas.

Un potentiel important en tenant compte de l'induction

On pourrait estimer qu'une telle approche a tendance à surévaluer la clientèle de services d'autocar express. Ce n'est pourtant pas une évidence si l'on considère que la méthode retenue :

- exclut l'induction auprès d'une clientèle totalement nouvelle,
- ne permet pas d'appréhender correctement l'induction correspondant à la réalisation de déplacements plus nombreux du même type ou de nouveaux types de déplacement de la part de la clientèle actuelle de l'axe.