



Les opinions et attentes concernant le voyage en autocar

Extraits d'une étude réalisée par Next Content pour OUIBUS

Septembre 2015

1. La reproduction ou la communication de tout ou partie des informations contenues dans cette étude n'est possible qu'avec le consentement préalable et écrit de OUIBUS.
2. Les informations contenues dans cette étude ne peuvent être utilisées dans des publications, dans la presse, lors de conférences ou encore à des fins commerciales sans le consentement préalable et écrit de OUIBUS.
3. Les informations contenues dans ce rapport ont été constituées avec rigueur mais leur totale exactitude ne peut être garantie.

Sommaire

Principaux enseignements de l'étude complète	3
8 chiffres clés	3
Points-clés d'analyse.....	4
Contenu et méthodologie de l'étude	5
Opinions et attentes en matière de transport longue distance par bus.....	6
Connaissance et impact de l'évolution de la réglementation sur la création de liaison en autocar..	6
<i>Une large majorité des français informée de la libéralisation du transport de voyageurs par autocar</i>	<i>6</i>
<i>Des déplacements facilités, moins de recours à la voiture.....</i>	<i>6</i>
L'opinion sur le voyage en autocar.....	9
<i>Une perception très majoritairement positive sur la plupart des critères.....</i>	<i>9</i>
<i>Des retours d'expériences positifs de ce mode de transport.....</i>	<i>10</i>
Les attentes prioritaires	11
<i>Le confort et plus de desserte d'un point de vue général.....</i>	<i>11</i>
<i>La connectivité pour les plus jeunes.....</i>	<i>11</i>

Liste des graphiques

Graphique 1 Structure de l'échantillon suivant le sexe et l'âge	5
Graphique 2 La connaissance de la décision gouvernementale de libéraliser le transport par bus sur lignes régulières en France	6
Graphique 3 L'impact de la libéralisation du transport par autocar (1)	7
Graphique 4 L'impact de la libéralisation du transport par autocar (2).....	8
Graphique 5 Opinion sur le voyage en autocar	9
Graphique 6 Opinion sur le voyage en autocar suivant l'expérience de ce mode de transport au cours des 24 derniers mois pour un voyage longue distance	10
Graphique 7 Les attentes prioritaires concernant les services de transport longue distance par autocar ..	12

Principaux enseignements de l'étude complète

8 chiffres clés

42% des Français ont utilisé l'autocar pour un déplacement de plus de 100 km dans les 2 dernières années, et 32% hors voyages organisés ou en groupe

4 fois sur 10, c'est le coût du transport qui est cité comme raison principale du choix de l'autocar.

2/3 des Français disent être au courant de la décision du gouvernement de permettre la création de liaisons en autocar sur le territoire français.

20% des Français se disent certains que cette mesure devrait limiter leur usage de leur voiture personnelle.

3/4 des Français considèrent que l'autocar est un moyen de transport plus écologique que la voiture (et donc aussi que le covoiturage).

1/4 des consommateurs jugent que la qualité de la connexion Wi-Fi à bord de l'autocar est un critère important.

5% seulement des usagers du covoiturage privilégieraient quoi qu'il arrive le covoiturage face à l'autocar.

29% des non usagers l'expliquent notamment par une méconnaissance de ce mode de transport et de ces possibilités (lignes, compagnies, tarifs...).

Points-clés d'analyse

1/3 des usagers de l'autocar ont plus de 50 ans, les moins de 25 ans représentent 20% mais sont les plus enclins à utiliser ce mode de transport.

Le critère économique joue fortement sur ces pratiques, mais il n'est pas le seul. Une large majorité de Français fait par ailleurs le constat que ce mode de transport est plus écologique que la voiture.

Le déplacement-type est un voyage à but touristique, intégralement en France (même si un autre pays est traversé dans 44% des cas), d'une durée comprise entre 2 et 5 heures.

Si l'on exclut les voyages organisés ou en groupe, **39% des usagers se sont déplacés seuls en autocar dans le cadre de leur dernier déplacement avec ce mode de transport.**

Les mesures prises par le gouvernement concernant l'ouverture de nouvelles liaisons en autocar sur le territoire Français devraient développer l'usage, et plus spécifiquement chez les moins de 25 ans, dont 1/4 se disent certains qu'ils voyageront dès lors plus régulièrement.

Les retours d'expériences de l'autocar sont positifs : dès lors qu'il a été utilisé, l'opinion sur l'autocar s'améliore. **Le bouche à oreille et les mécanismes de recommandations pourraient ainsi favoriser l'usage.**

Si le confort et l'augmentation des dessertes représentent les principales attentes de manière générale, **chez les plus jeunes (18-24 ans), disposer d'une bonne connexion Wi-Fi est l'attente prioritaire.** Le fait de disposer d'une prise de courant est également important pour cette cible de clientèle. **Ceci constitue des points d'appuis intéressants pour des opérateurs qui mettent l'accent sur ces services.**

Le confort est par ailleurs un frein important, notamment dans le cadre d'un trajet long et de nuit, mais n'est pas ce qui retient le plus les Français d'utiliser l'autocar : il s'agit de la durée des trajets, généralement plus longs qu'avec les autres modes de transport. **L'importance d'améliorer l'expérience client lors de ces longs trajets, de les faire passer plus vite, apparaît alors.**

Toutefois **le marché reste largement bridé par un manque d'offre** (liaisons, fréquence et communication autour de ce mode de transport), **que les mesures actuelles et le dynamisme des opérateurs peuvent contribuer à combler.**

Présentation de Next Content

Next Content (<http://www.next-content.com>) est une société d'études et de conseils spécialisée dans l'analyse des comportements de consommation, notamment sur Internet, et des stratégies digitales des entreprises. Next Content accompagne également les entreprises dans leurs projets de formations dans les domaines du digital et en particulier de l'e-business.

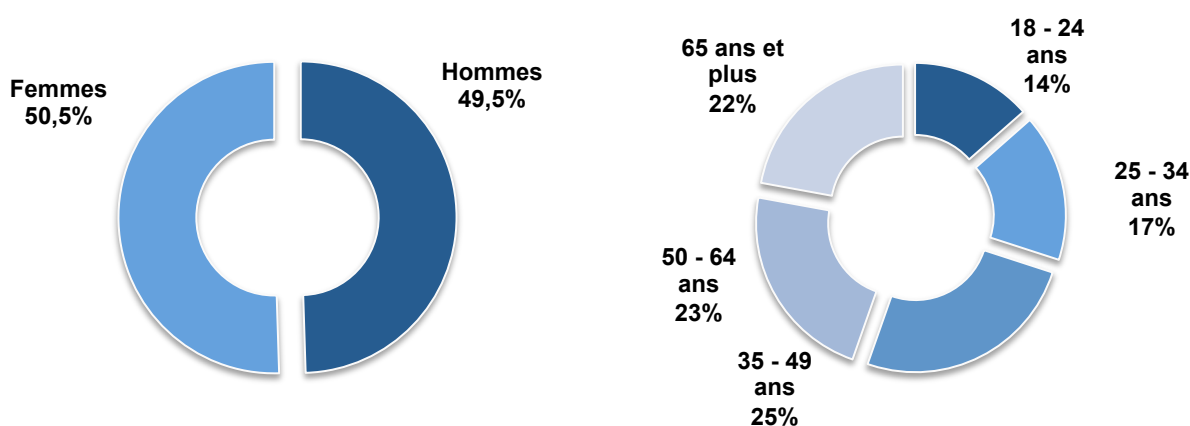
Le tourisme est un secteur clé pour Next Content, qui produit notamment l'observatoire de l'e-tourisme et organise chaque année l'événement Next Tourisme, dédié aux nouvelles pratiques des voyageurs et à l'innovation dans l'univers du tourisme (www.next-tourisme.com).

Contenu et méthodologie de l'étude

L'étude s'appuie sur les résultats d'une enquête en ligne réalisée au cours du mois d'août 2015 auprès de 1000 Français.

A un premier échantillon de 800 personnes représentatif de la population française (suivant les critères âge, sexe et CSP), nous avons ajouté 200 personnes ayant utilisé l'autocar pour un projet longue distance (plus de 100 km), hors voyage organisé ou en groupe, au cours des 2 dernières années, afin d'obtenir une large population d'utilisateurs de ce mode de transport dans le cadre de l'analyse de leur pratique (cf. première partie du rapport).

Graphique 1 Structure de l'échantillon suivant le sexe et l'âge



Opinions et attentes en matière de transport longue distance par bus

Connaissance et impact de l'évolution de la réglementation sur la création de liaison en autocar

Une large majorité des français informée de la libéralisation du transport de voyageurs par autocar

Les 2/3 des Français disent être au courant de la décision du gouvernement de permettre la création de liaisons en autocar sur le territoire français. Les personnes utilisant déjà ce mode de transport (hors voyages organisés) apparaissent proportionnellement les moins au courant, sans doute parce que pour elles cette possibilité leur semblait déjà existée et que son extension ne leur apparaissait pas encadrée réglementairement.

Graphique 2 La connaissance de la décision gouvernementale de libéraliser le transport par bus sur lignes régulières en France

(« Le gouvernement vient de permettre la création de liaisons d'autocar entre villes françaises, ce qui était impossible jusque alors - comme par exemple une ligne Paris-Nantes, Paris-Rouen ou Lyon-Bordeaux -. Etiez-vous au courant ? »)



Source : Next Content / OUIBUS

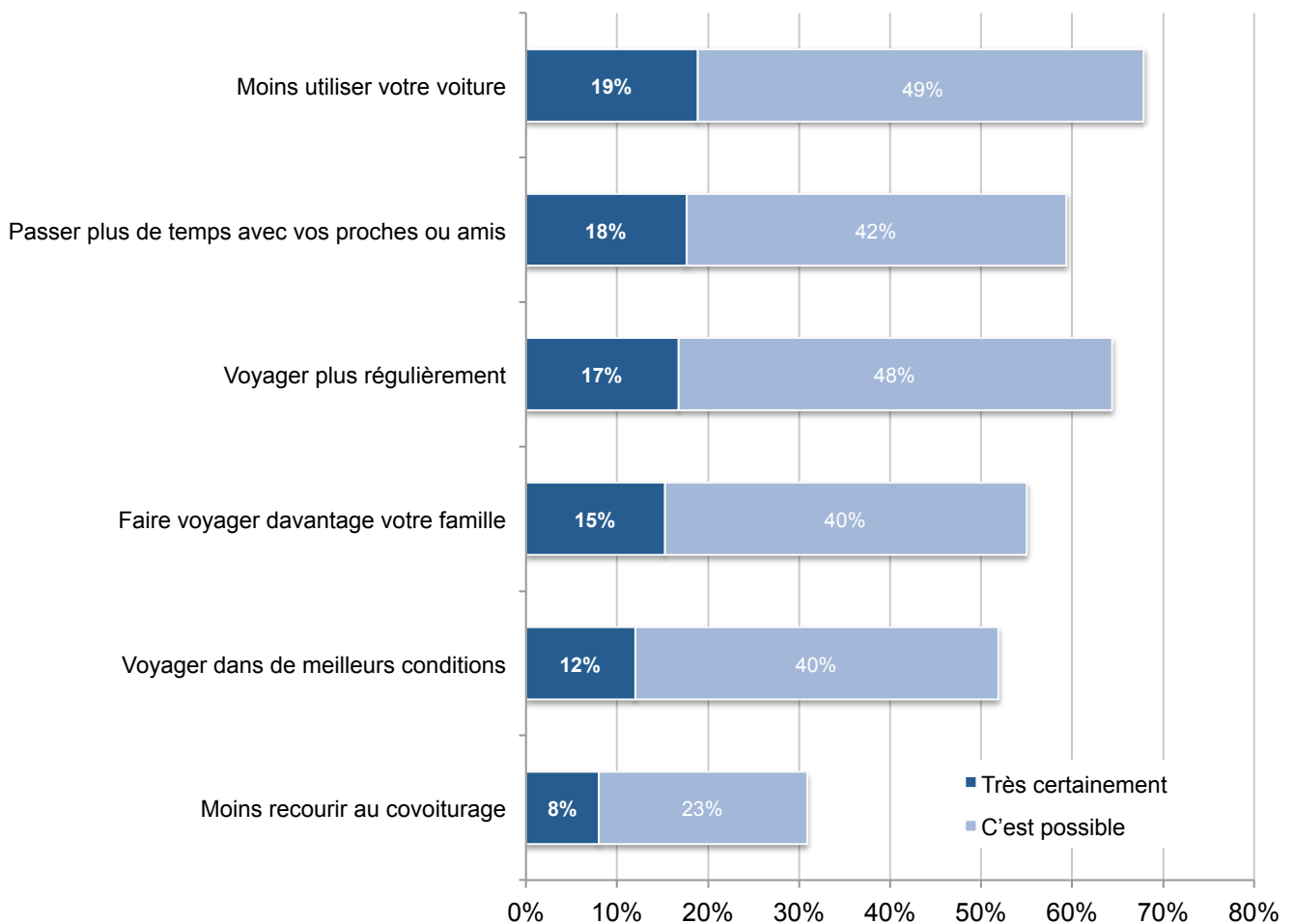
Des déplacements facilités, moins de recours à la voiture

Une majorité des Français estiment que cette mesure pourrait les conduire à voyager plus régulièrement, et par voie de conséquence, à passer plus de temps avec leurs proches ou amis. Ils sont également une majorité à considérer que cela devrait limiter leur usage de leur voiture personnelle. Un peu moins de 20% pensent que c'est une certitude.

Si l'on se focalise sur les Français ayant utilisé ce moyen de transport (hors voyages organisés) au cours des 2 dernières années, ils sont alors près d'un tiers à considérer que cela aura ces effets.

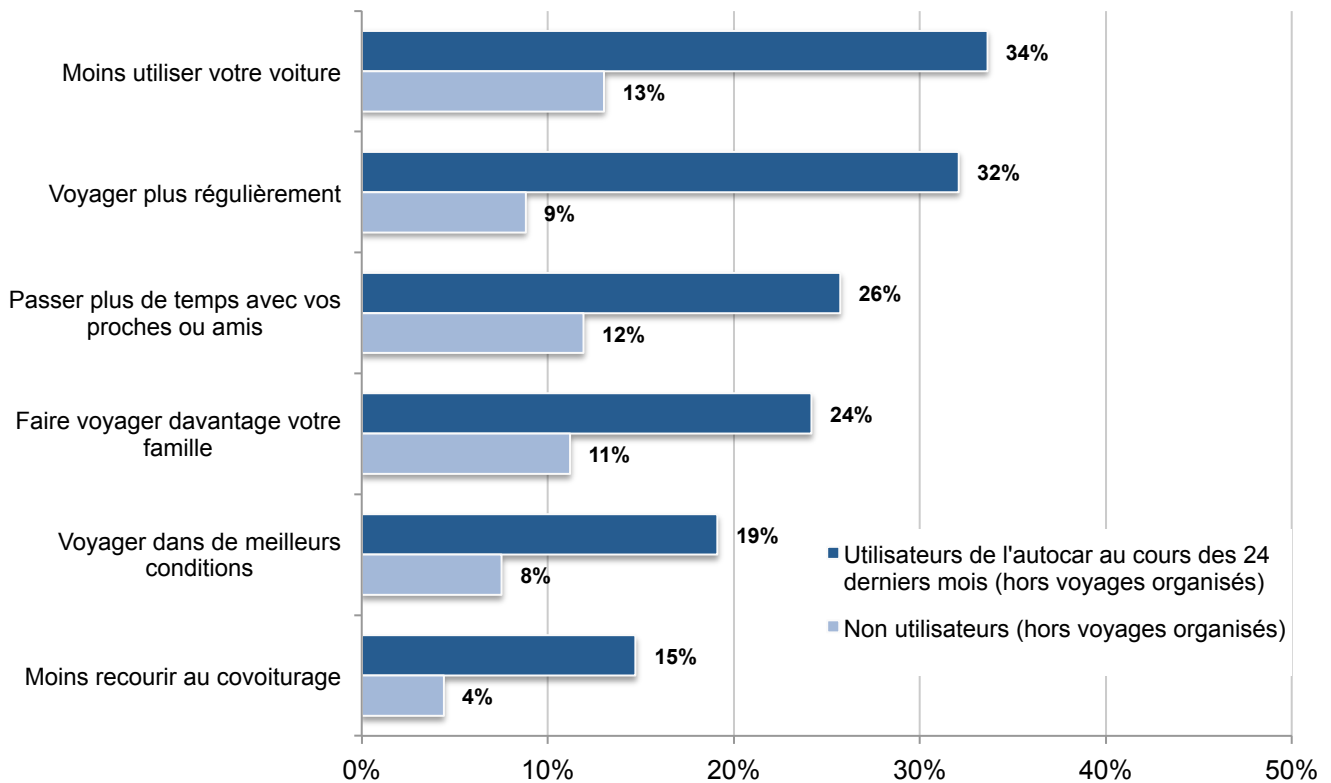
Parmi les jeunes, plus enclins à utiliser ce mode de transport (cf. partie analyse des pratiques de voyages en autocar), ils sont ainsi un quart à se dire certain qu'ils voyageront plus régulièrement avec l'ouverture de nouvelles liaisons en autocar.

Graphique 3 L'impact de la libéralisation du transport par autocar (1)
 (« Pensez-vous que ces nouvelles lignes vous permettront ou vous inciteront à... »)



Source : Next Content / OUIBUS

Graphique 4 L'impact de la libéralisation du transport par autocar (2)
 (« Pensez-vous que ces nouvelles lignes vous permettront ou vous inciteront à... »)
 % de réponses « très certainement »



Source : Next Content / OUIBUS

L'opinion sur le voyage en autocar

Une perception très majoritairement positive sur la plupart des critères

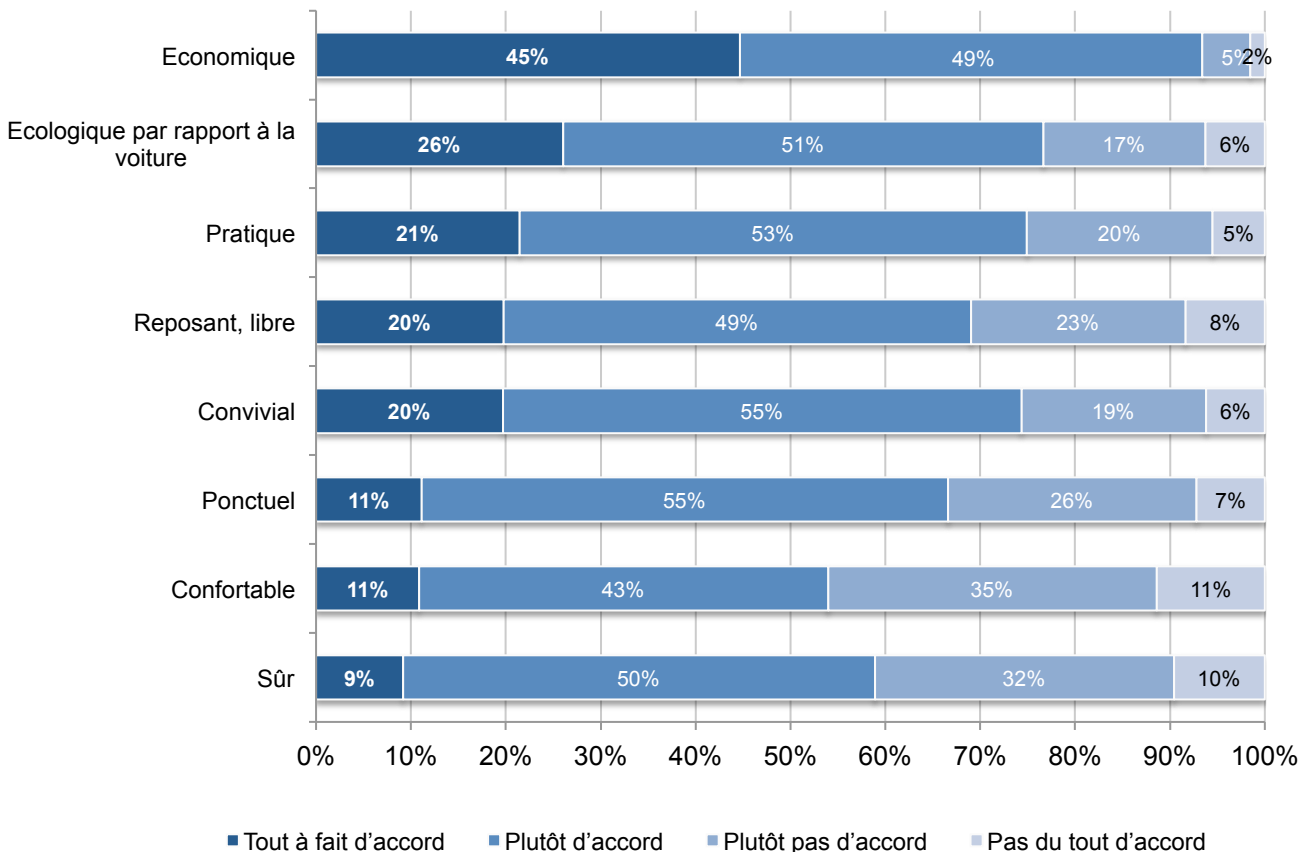
Les consommateurs reconnaissent à la quasi-unanimité l'intérêt économique du voyage en autocar. Par la mutualisation importante des déplacements qu'il permet, les 3/4 sont d'accord pour considérer que c'est un moyen de transport plus écologique que la voiture (et donc aussi que le covoiturage).

Les critères les moins bien évalués sont la sûreté et le confort même si les Français considèrent tout de même pour une large majorité d'entre eux que c'est un mode de transport reposant (en comparaison vraisemblablement d'un déplacement en voiture).

La ponctualité est remise en question par un tiers des consommateurs. Même parmi les ceux qui n'utilisent pas ce mode de transport, une majorité considère que c'est plutôt un mode de transport ponctuel.

Graphique 5 Opinion sur le voyage en autocar

(« Voyager en autocar, c'est plutôt... »)



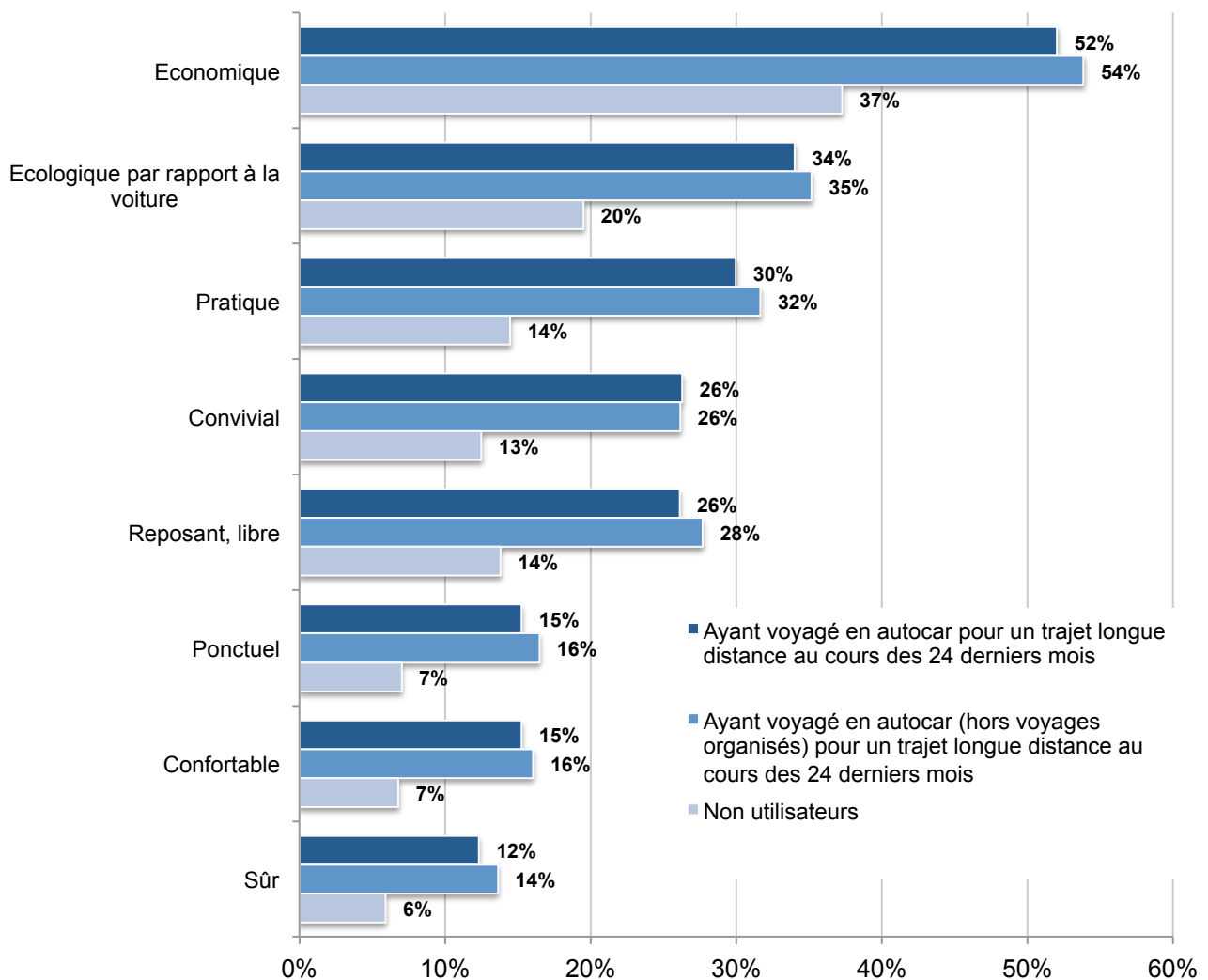
Source : Next Content / OUIBUS

Des retours d'expériences positifs de ce mode de transport

Globalement, la perception reste globalement bonne parmi les personnes n'utilisant pas encore ce mode de transport même si la proportion de personnes tout à fait d'accord décline assez nettement sur l'ensemble des critères par rapport aux personnes ayant l'expérience de ce mode de transport.

Dès lors qu'il a été utilisé, l'opinion sur ce mode de transport s'améliore donc, signe que les expériences vécues sont le plus souvent très positives. A ce titre, le bouche à oreille et les mécanismes de recommandations pourraient favoriser le secteur du transport par autocar.

Graphique 6 Opinion sur le voyage en autocar suivant l'expérience de ce mode de transport au cours des 24 derniers mois pour un voyage longue distance
(« Voyager en autocar, c'est plutôt... »)



Source : Next Content / OUIBUS

Le confort est beaucoup mieux perçu chez les voyageurs utilisateurs de ce mode de transport les plus âgés. Plus des 3/4 des plus de 50 ans ont une opinion positive sur le confort contre seulement 42% chez les 18-24 ans et 56% chez les 25-34 ans. Expérience aidant, les personnes les plus âgées peuvent apprécier l'amélioration sensible du confort des autocars au fil des années.

Les plus âgés sont aussi un peu plus enclins à vanter le caractère reposant et convivial de ce mode de transport.

Les plus jeunes mettent en revanche davantage en avant la dimension économique de ce mode de transport.

Les attentes prioritaires

Le confort et plus de desserte d'un point de vue général

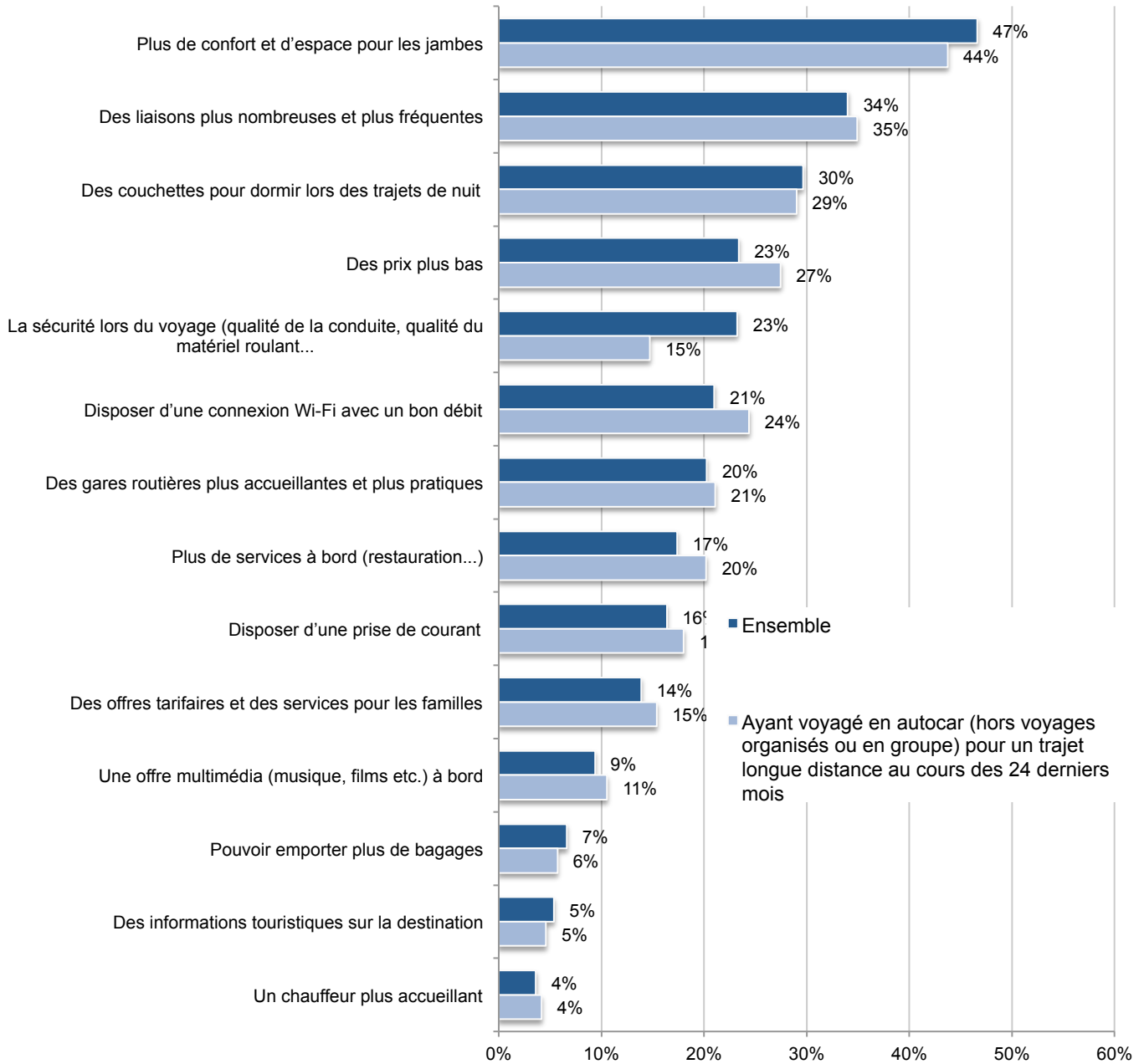
Le confort est en effet la principale attente, y compris parmi les utilisateurs de ce mode de transport. Les consommateurs attendent ensuite plus de lignes avec des départs plus fréquents. Cela se retrouve notamment dans le souhait de disposer de couchettes pour les trajets de nuits.

La connectivité pour les plus jeunes

La qualité de la connexion Wi-Fi à bord de l'autocar est un critère important pour un quart des consommateurs. C'est même, avec 40% de citation, l'attente prioritaire pour les plus jeunes (18-24 ans). Le fait de disposer d'une prise de courant est également important pour cette cible de clientèle.

Graphique 7 Les attentes prioritaires concernant les services de transport longue distance par autocar

(« Qu'est ce qui devrait être amélioré en priorité en ce qui concerne les voyages en autocar pour des voyages longue distance - plus de 100 km ? ») (3 réponses possibles)



Source : Next Content / OUIBUS