

ÉTUDE DE

Notoriété & Image

Avril 2021

IDELIS

de services de innovations de qualité



TABLE DES MATIÈRES

Partie 1 Faits saillants de l'étude

Partie 2 Objectifs et méthodologie

Partie 3 Présentation des résultats

Partie 4 Questionnaire



PARTIE 01



**FAITS SAILLANTS DE
L'ÉTUDE**

Notoriété du réseau IDELIS

- Globalement, le nom d'IDELIS est cité dans 69.8% des réponses. Géographiquement, le réseau IDELIS est plus connu dans la ville de Pau et les communes avoisinantes. En effet, on constate que les extrémités de l'agglomération paloise et les communes hors-agglomération associent le réseau des transports urbains à IDELIS et à Transport 64. De même, les non-clients sont susceptibles de citer le Transport 64 dans 38.1% des cas, contre 49.5% pour IDELIS.
- Les enquêtés ont révélé une incompréhension sur la réalité d'IDELIS. En effet, 37% des répondants pensent qu'IDELIS est une entreprise et non un service. Et plus de la moitié de ceux ayant répondu qu'IDELIS est un service pensent que c'est un service géré par la ville de Pau.
- Les bus IDELIS sont le service phare de l'entreprise. Ils détiennent le plus haut taux d'utilisation et la plus forte notoriété. En terme d'utilisation, la Coxitis est le second service le plus utilisé, juste avant les lignes 800.
- La notoriété des services Libertis, Ovaligne et Flexilis reste à développer. Ces services ne sont pas bien connus par le public et donc très peu utilisés. Notamment, le service Flexilis, qui ne dépend pas d'une clientèle ciblée.

- IDELIS bénéficie globalement d'une bonne image auprès des enquêtés. Si l'on rentre un peu plus dans le détail on constate plusieurs points forts et certains axes à améliorer.
- Tout d'abord, les points forts d'IDELIS en terme d'image sont la qualité de service, ainsi que la prise en considération de l'enjeu environnemental. De plus, les enquêtés affirment avoir confiance en IDELIS.
- Ensuite, les points à améliorer. IDELIS n'est pas perçu comme une entreprise à l'écoute de sa clientèle, ni comme une entreprise innovante et impliquée dans la vie culturelle et sportive locale. De plus, les enquêtés ont déclaré percevoir IDELIS comme une entreprise en quête de profit. Un travail de communication est à fournir pour changer la perception du public.

PARTIE 02



OBJECTIFS, MÉTHODOLOGIE & PROFIL DES RÉPONDANTS

01

OBJECTIFS



Objectifs de notoriété

Mesurer l'efficacité des actions de communication.

Identifier les cibles pour lesquelles les actions sont plus ou moins efficaces.

Déterminer les moyens marketing et commerciaux à mettre en place.

Objectifs d'image

Déterminer une stratégie de communication.

Mesurer le discours et le positionnement de l'entreprise face à ce dont le marché est réellement réceptif.

Mesurer l'image des services d'IDELIS.

MÉTHODOLOGIE

Processus de réalisation de l'enquête.

- Réalisation d'une enquête quantitative auprès d'un échantillon représentatif de **1122** personnes.
- Élaboration d'un questionnaire repris en annexe permettant d'analyser le discours et la perception de la marque IDELIS, ainsi que de ses services.
- Questionnaire réalisé en ligne, sous un format **Google Forms**.
- Étalement du questionnaire sur deux semaines : du **09 Avril au 25 Avril 2021**
- Lancement de l'enquête Vendredi 09 Avril : obtention de plus de 572 réponses en une semaine. Puis, relance programmée par mail le Samedi 17 Avril : 530 réponses en deux jours.

01

Préparation de l'étude

Élaboration de quotas
Proposition de questionnaire

02

Recueil de l'information

Pré-test du questionnaire
Lancement de l'enquête

03

Exploitation des données

Traitements statistiques
Analyse des résultats

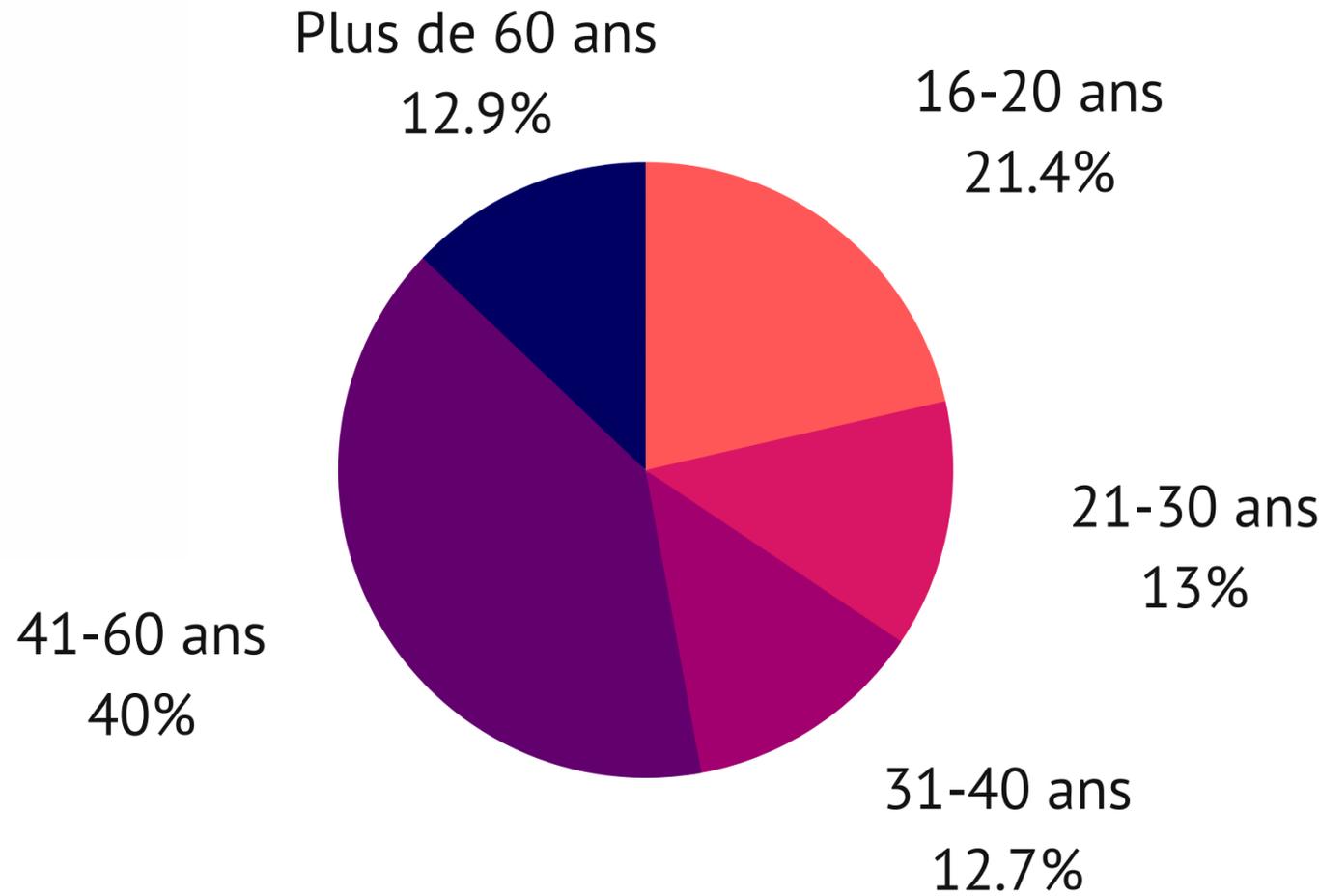
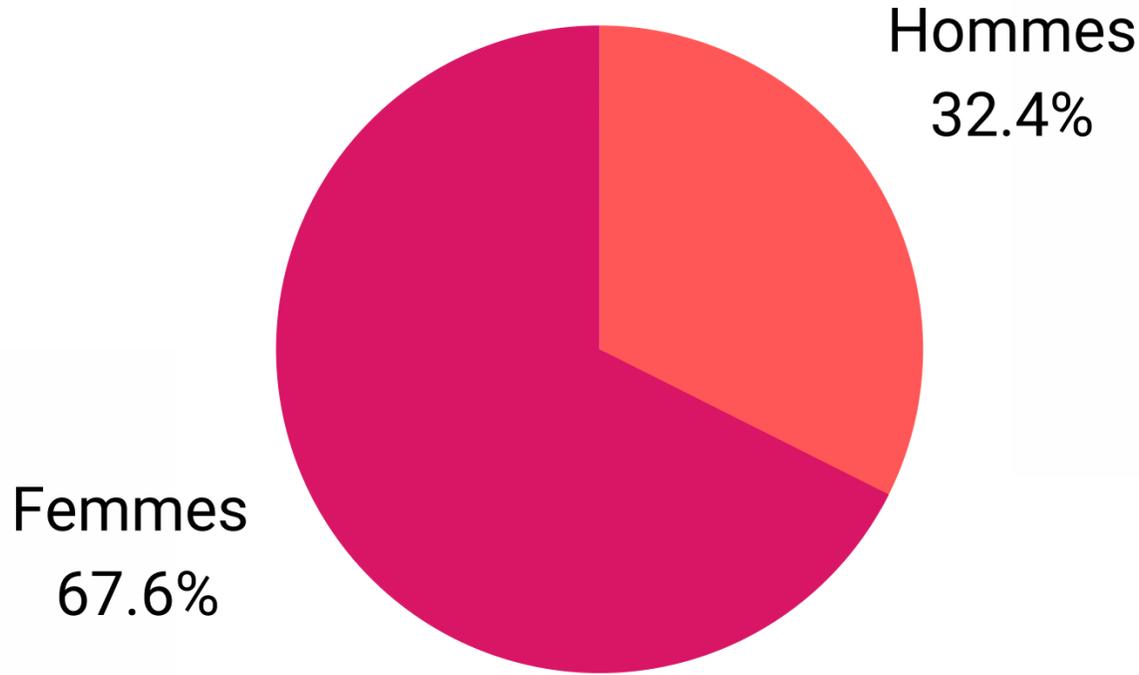
04

Présentation des résultats

Rapport de synthèse
Rapport au format PPT

PROFIL DE L'ÉCHANTILLON

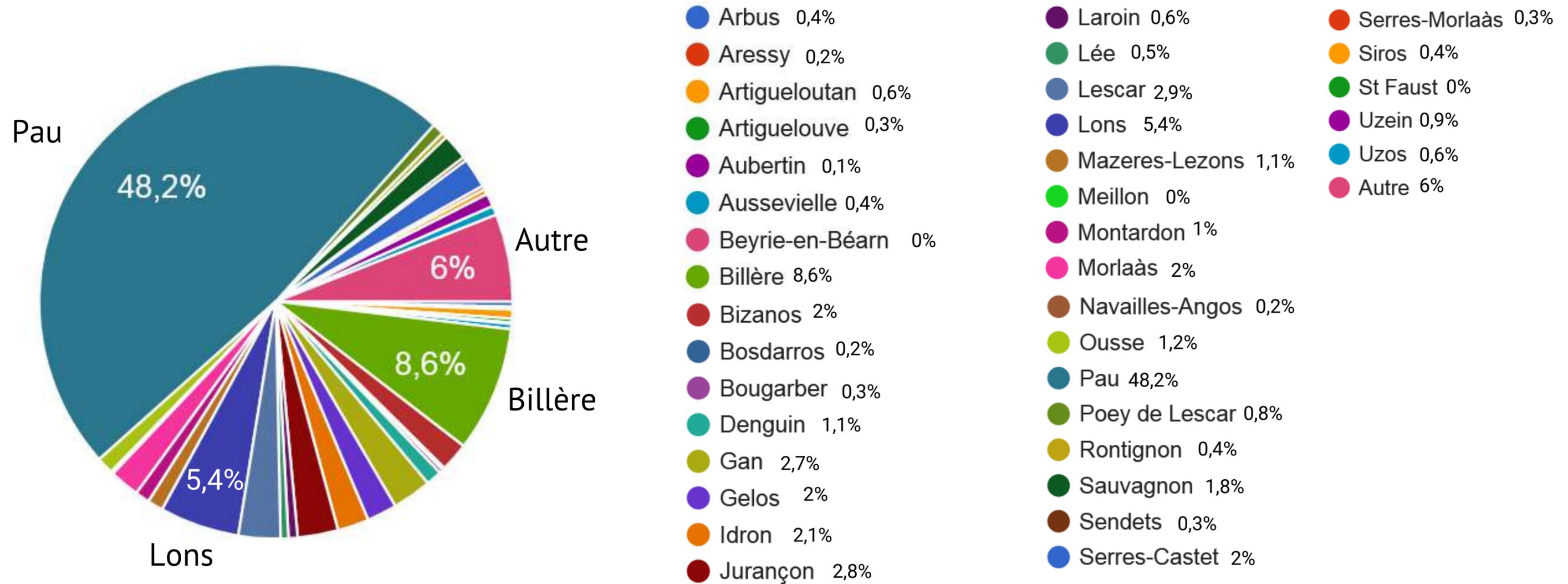
Profil signalétique



04

PROFIL DE L'ÉCHANTILLON

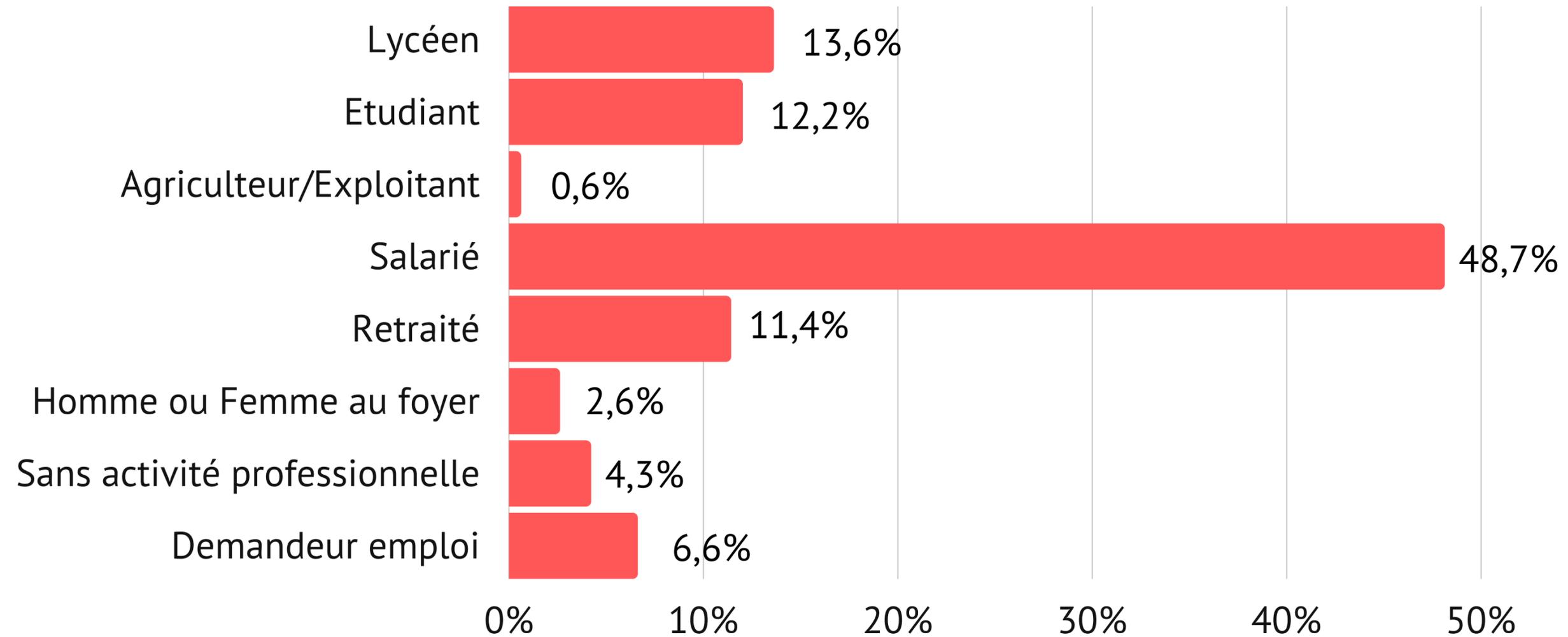
Communes



04

PROFIL DE L'ÉCHANTILLON

Catégories Socioprofessionnelles

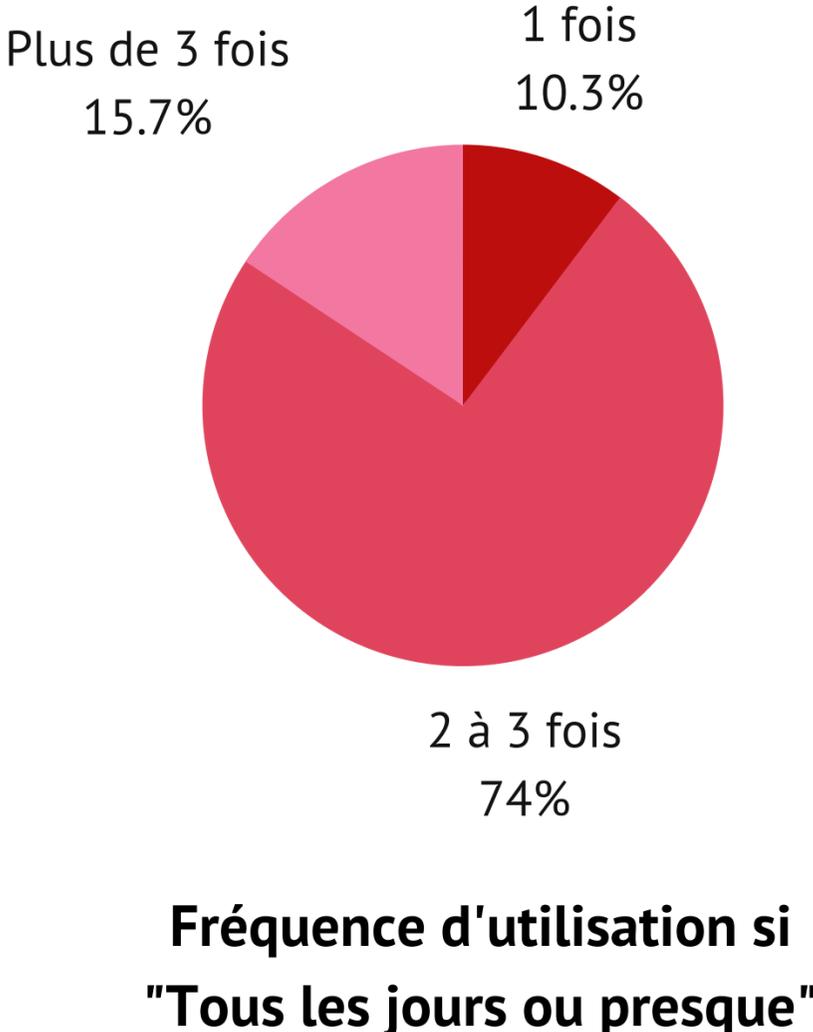
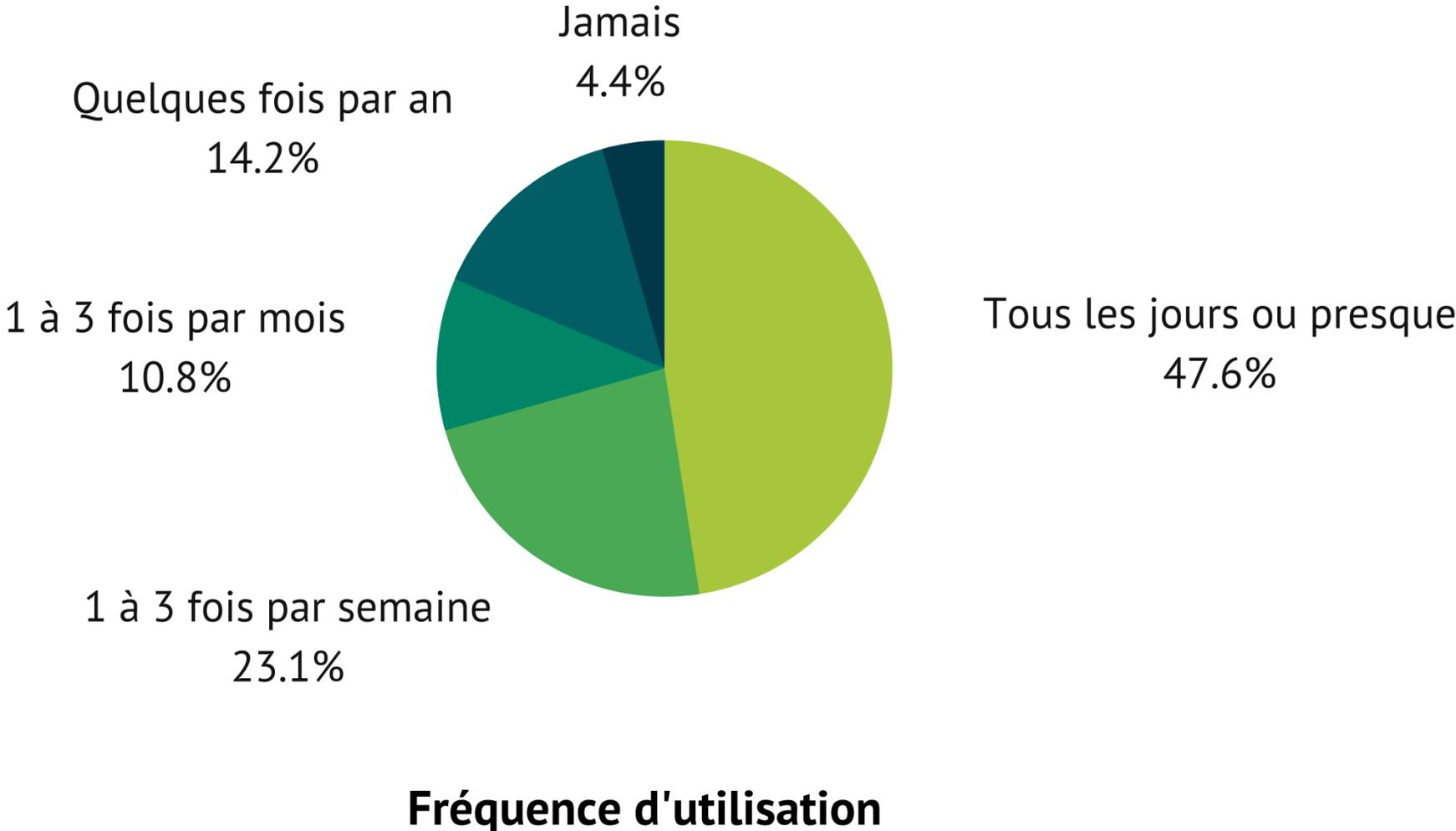


04

PROFIL DE L'ÉCHANTILLON

Fréquence d'utilisation

Rappel : Q22. A quelle fréquence utilisez-vous les bus du réseau IDELIS ?

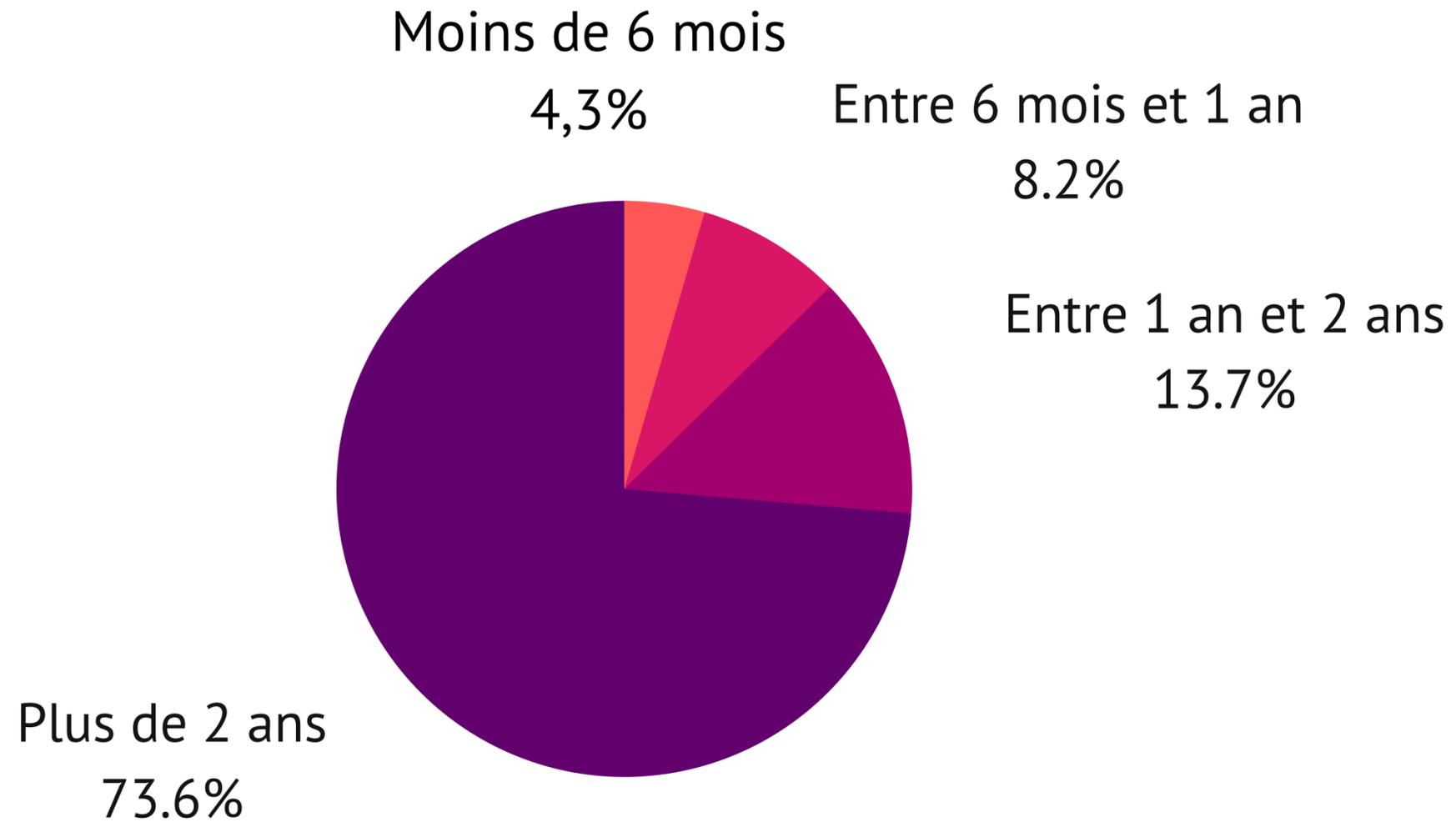


04

PROFIL DE L'ÉCHANTILLON

Ancienneté

Rappel : Q24. Depuis combien de temps utilisez-vous les transports en commun de Pau et ses environs ?



Quelles conséquences ?

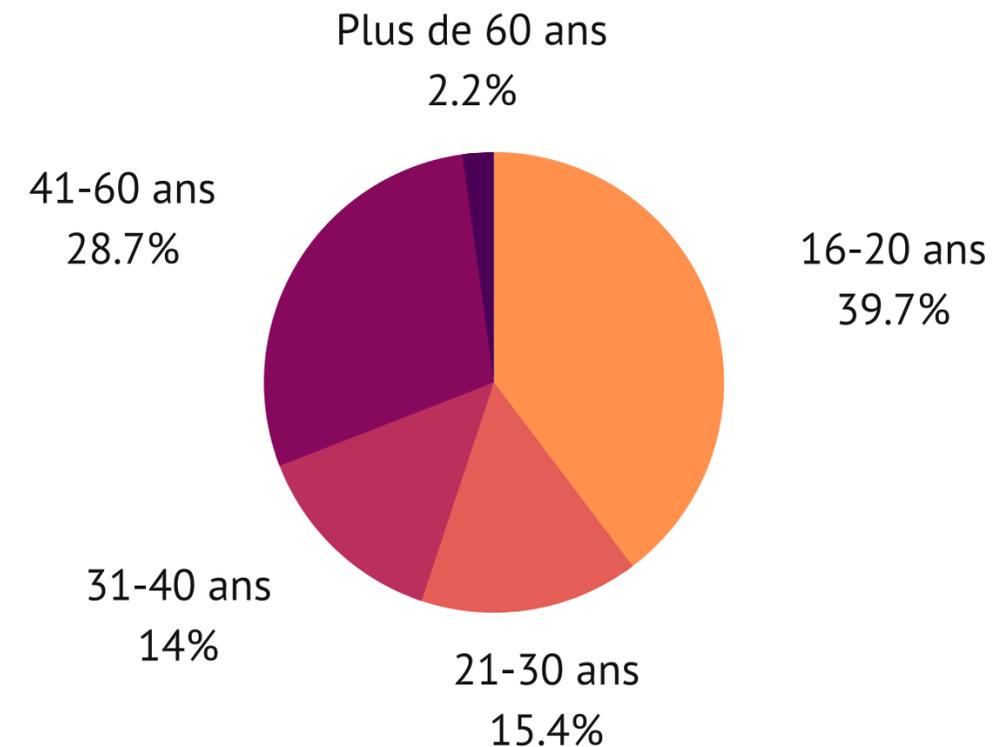
La crise a débuté en Mars 2020.

On constate que parmi les enquêtés, **12,1%** d'entre-eux sont devenus **clients d'IDELIS** depuis la crise COVID-19.

Parmi ces 12,1%, 74% de ces nouveaux clients sont des clients réguliers, c'est-à-dire qu'ils utilisent le réseau IDELIS tous les jours ou presque, ou 1 à 3 fois par semaine.

Plusieurs constats :

- **55,1%** des nouveaux clients sont des scolaires ou étudiants
- **42,7%** des nouveaux clients sont des actifs entre 31 et 60 ans
- Les **plus de 60 ans** sont la part la plus faible, cela montre une possible crainte de contamination



Profil des nouveaux clients

PARTIE 03

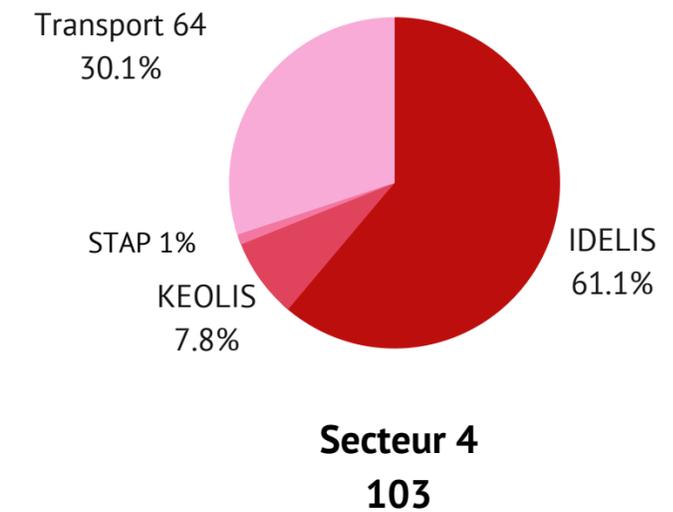
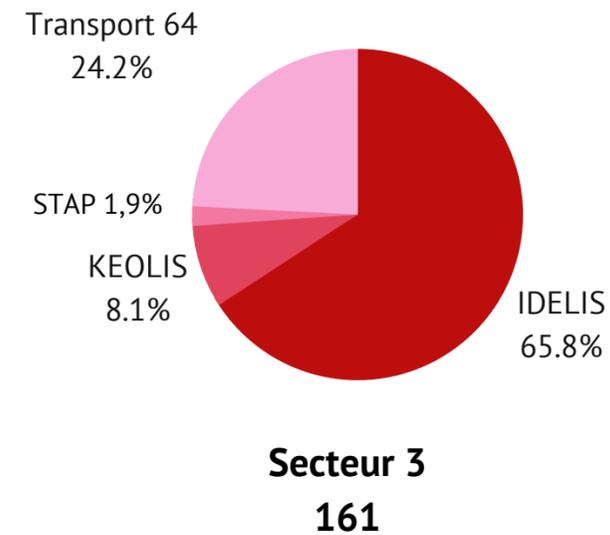
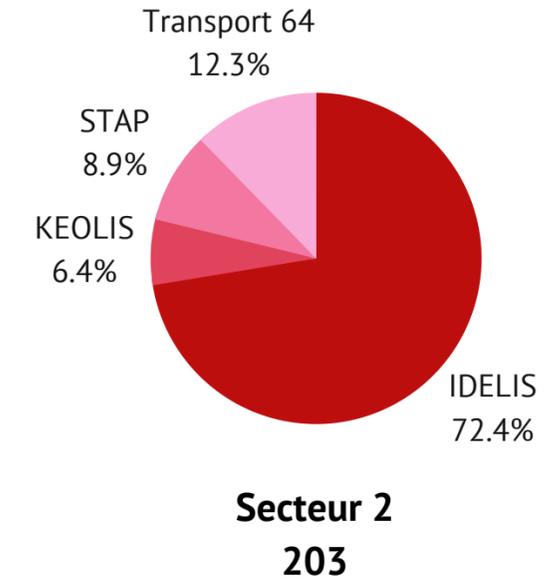
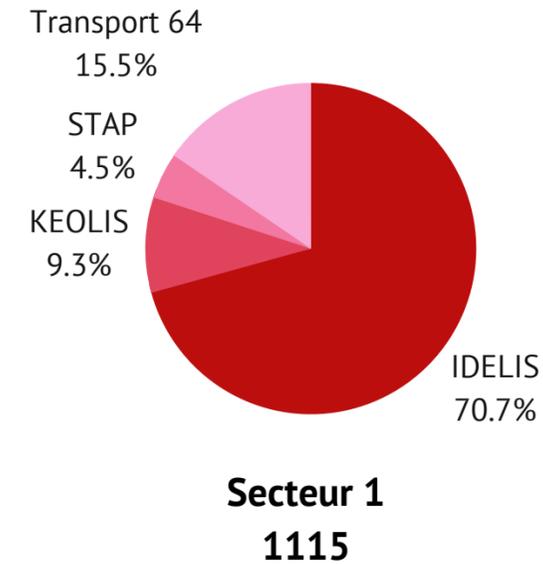
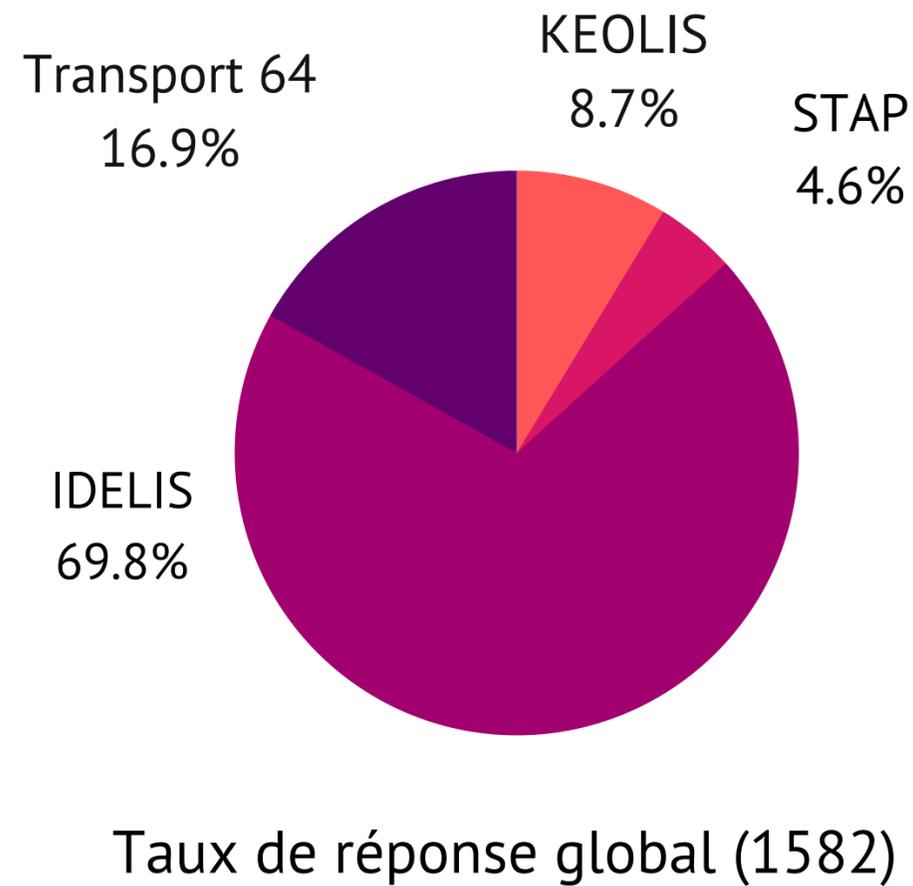


PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

01

NOTORIÉTÉ DU RÉSEAU IDELIS

Rappel : Q1. Pouvez-vous me donner le nom du réseau des transports urbains de Pau et ses environs ? (Réponse à choix multiples)



Secteur 1 : Pau, Billère, Lons, Lescar, Bizanos, Jurançon et Mazères-Lezons.

Secteur 2 : Gan, Artigueloutan, Ousse, Lée, Idron, Sendets, Morlaàs, Montardon, Serres-Castet, Sauvagnon et Poey-de-Lescar.

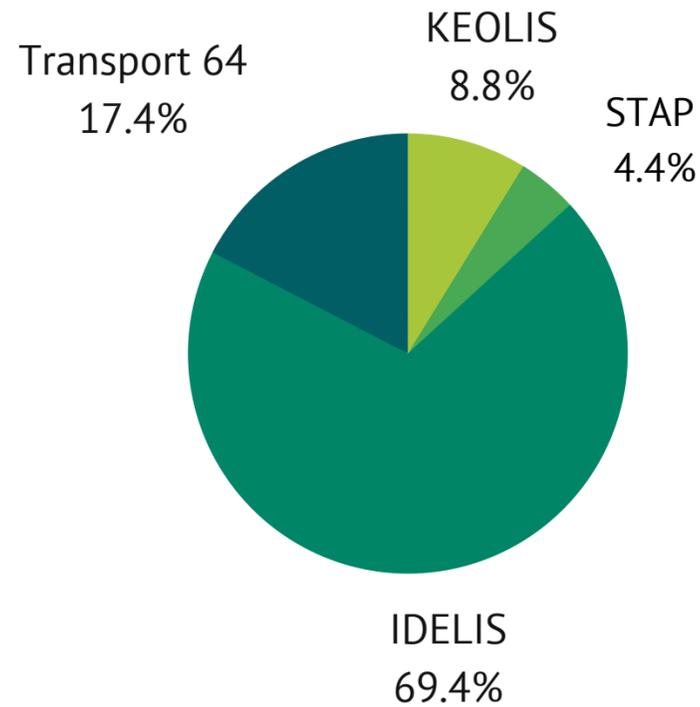
Secteur 3 : Uzos, Rontignon, Meillon, Aressy, Serres-Morlaàs, Navailles-Angos, Uzein, Beyrie-en-Béarn, Bougarber, Aussevielle, Denguin, Siros, Arbus, Artiguelouve, Laroin, Saint-Faust, Bosdarros, Aubertin et Gelos.

Secteur 4 : Communes non-desservies par IDE LIS ("Autre")

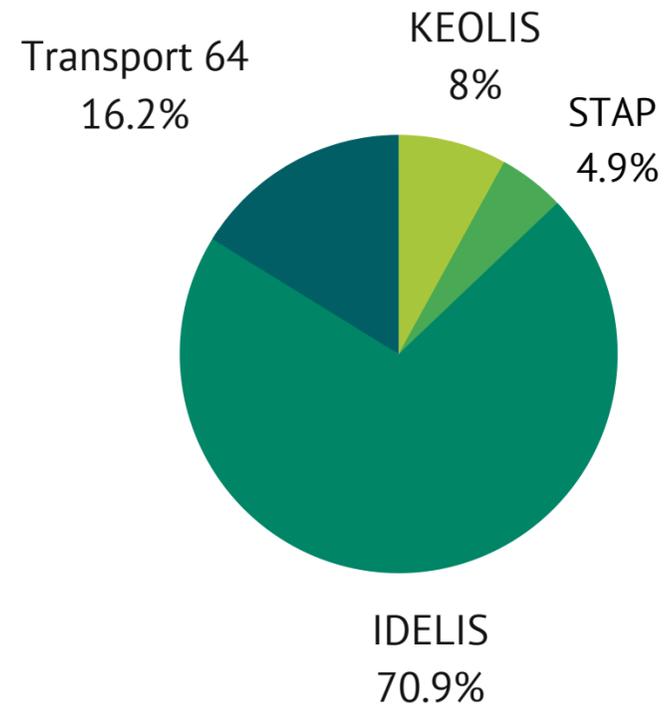
01

NOTORIÉTÉ DU RÉSEAU IDELIS

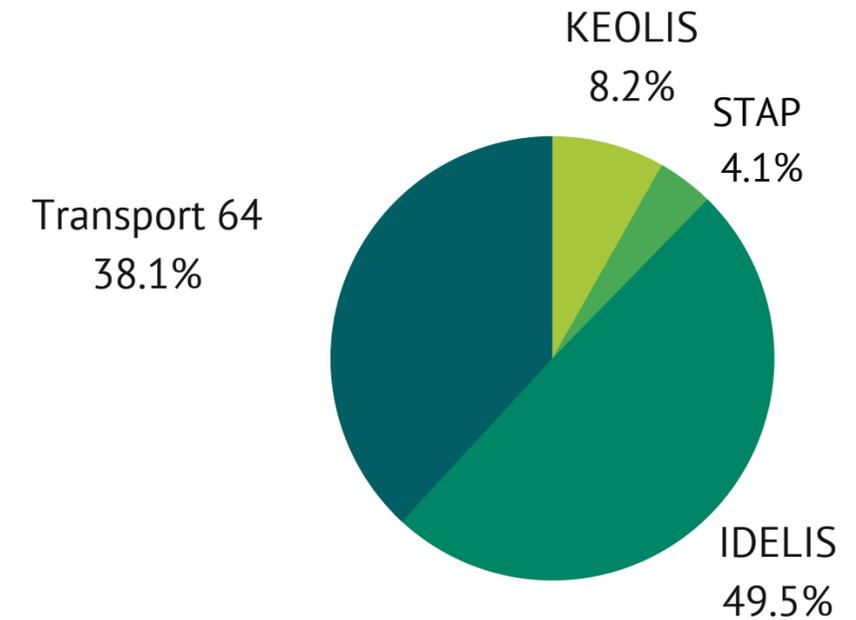
Rappel : Q1. Pouvez-vous me donner le nom du réseau des transports urbains de Pau et ses environs ? (Réponse à choix multiples)



Clients réguliers
(1125 réponses)



Clients exceptionnels
(388 réponses)



Non-clients
(97 réponses)

- Le nom IDELIS est bien encré dans l'esprit de la clientèle.
- Les non-clients sont de futurs clients potentiels, hors seul 49.5% des 97 réponses des non-clients comportaient le nom IDELIS, contre 38.1% pour le Transport 64. La notoriété d'IDELIS reste à améliorer afin d'attirer ces potentiels clients.

Clients réguliers : clients qui prennent le bus tous les jours ou 1 à 3 fois par semaine

Clients exceptionnels : clients qui prennent le bus 1 à 3 fois par mois ou quelques fois par an

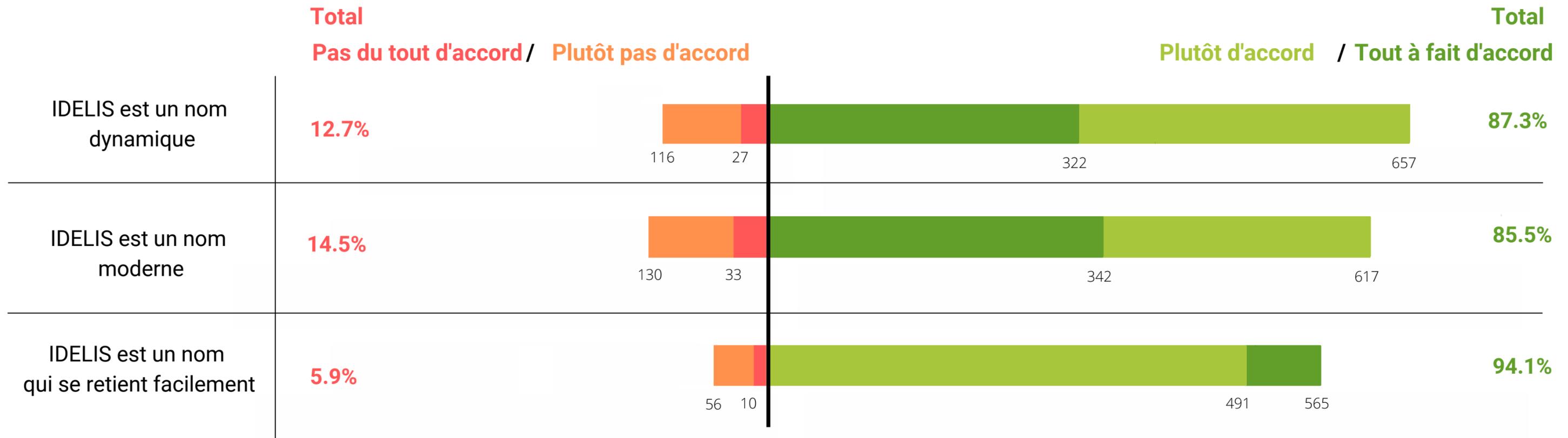
Non-clients : ne prennent jamais le bus

01

NOTORIÉTÉ DU RÉSEAU IDELIS

Perception du nom IDELIS

Rappel : Q2. Le nom du réseau de transport en commun de Pau Béarn Pyrénées Mobilité est IDELIS. Pour les trois affirmations suivantes vous allez me dire si vous êtes "tout à fait d'accord", "plutôt d'accord", "plutôt pas d'accord" ou "pas du tout d'accord"



Pour qu'une caractéristique soit acquise par l'entreprise, il est nécessaire que le taux d'avis favorables soit supérieur à 65% et que le taux d'avis négatifs soit inférieur à 15%.

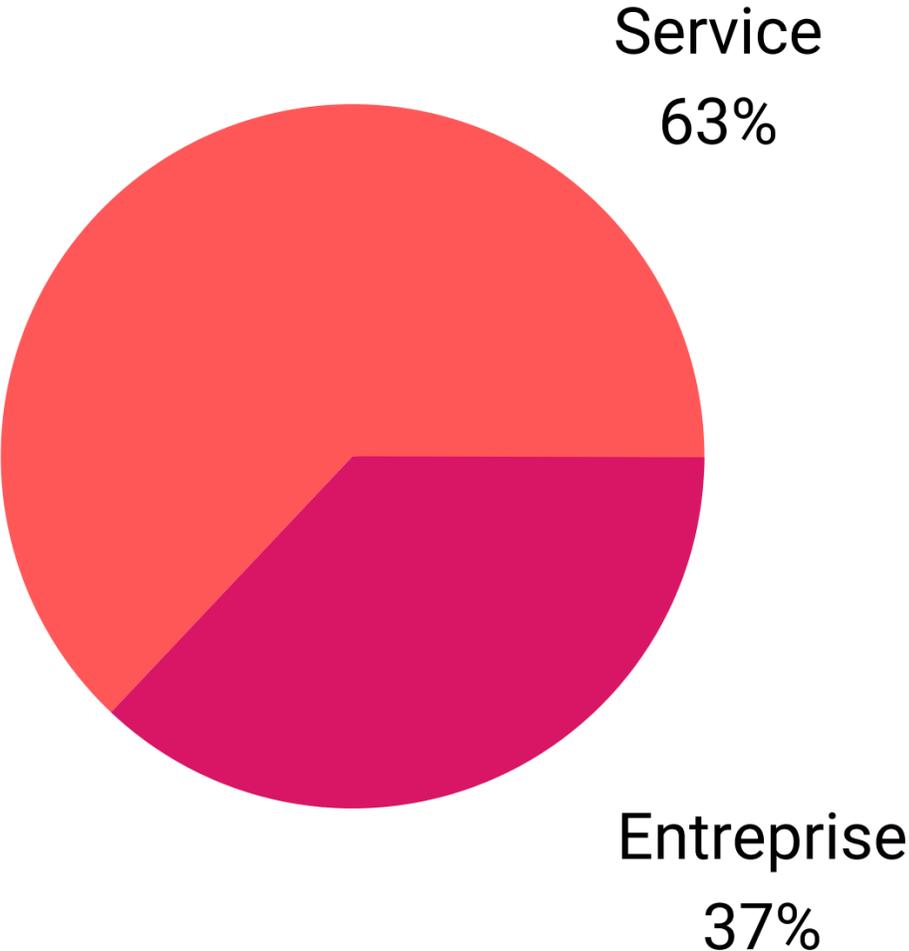
Le plus grand point fort du nom IDELIS est qu'il soit facilement mémorisable. Il est aussi dynamique et moderne, cependant cette dernière caractéristique, bien que acquise pour le moment, demande une certaine vigilance. IDELIS doit veiller à renvoyer une image de modernité et d'innovation afin de mieux associer ces connotations à son nom de marque.

01

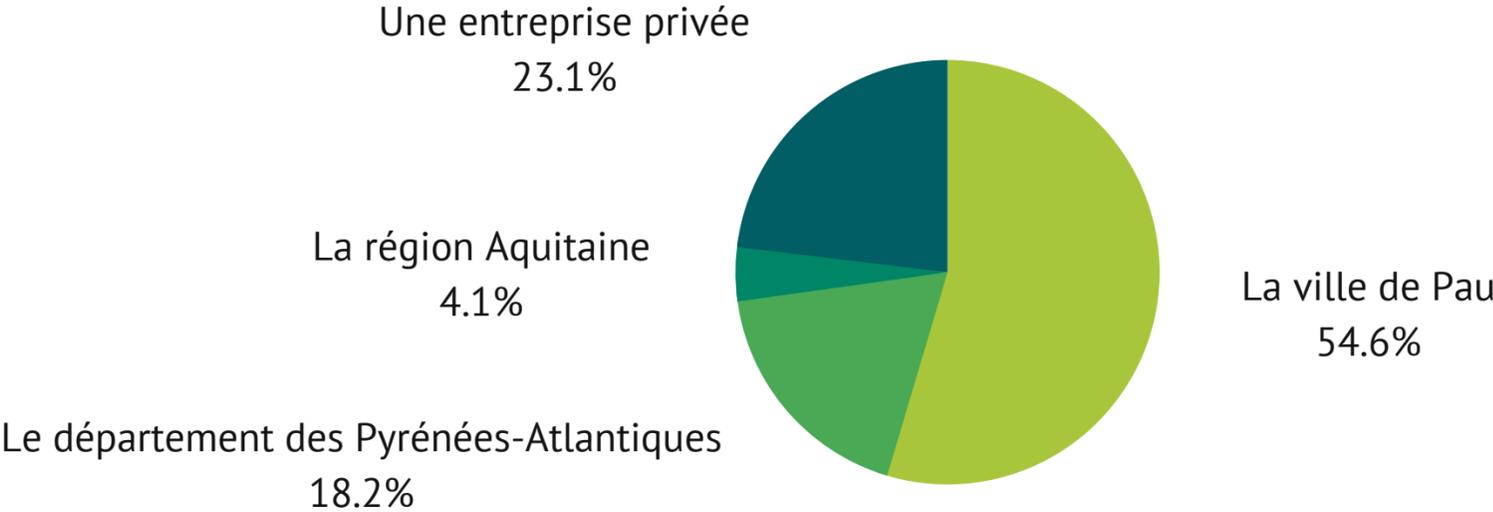
NOTORIÉTÉ DU RÉSEAU IDELIS

Réalité d'IDELIS

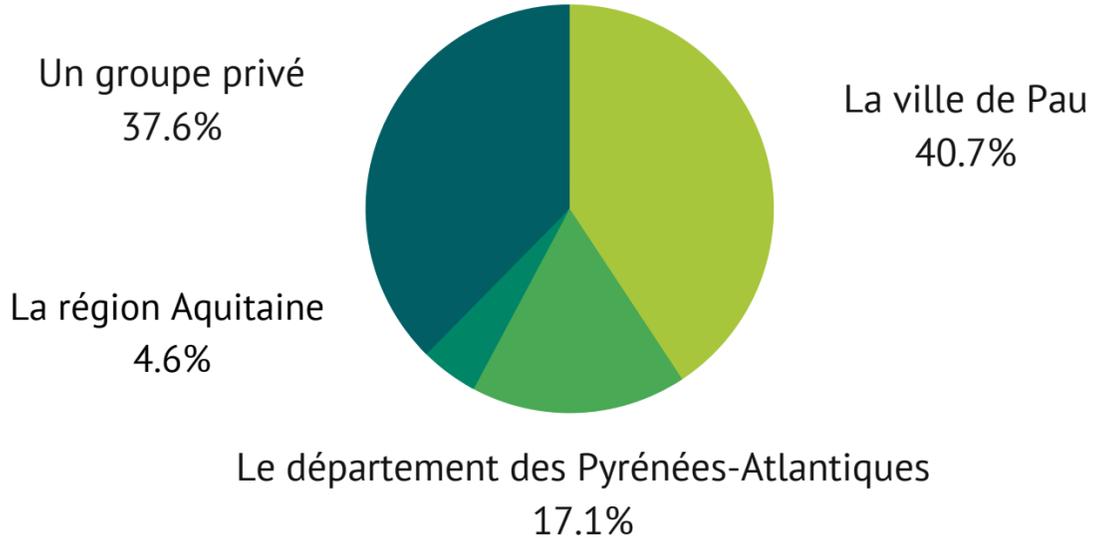
Rappel : Q3. Pour vous, IDELIS est un service ou une entreprise ?



IDELIS est un service géré par :



IDELIS est une entreprise gérée par :

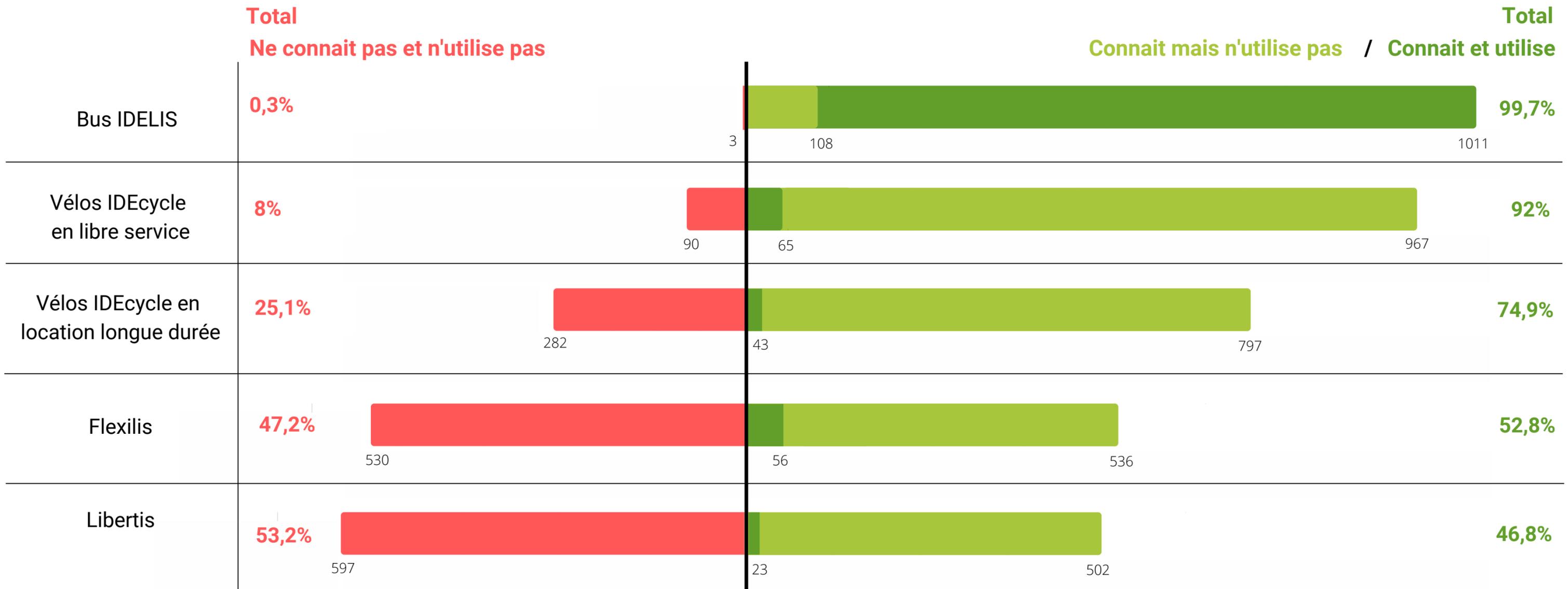


01

NOTORIÉTÉ DU RÉSEAU IDELIS

Notoriété et utilisation des différents services d'IDELIS

Rappel : Q6. A présent, voici différents services proposés par IDELIS. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si vous le connaissez, même de nom, et si vous l'utilisez.



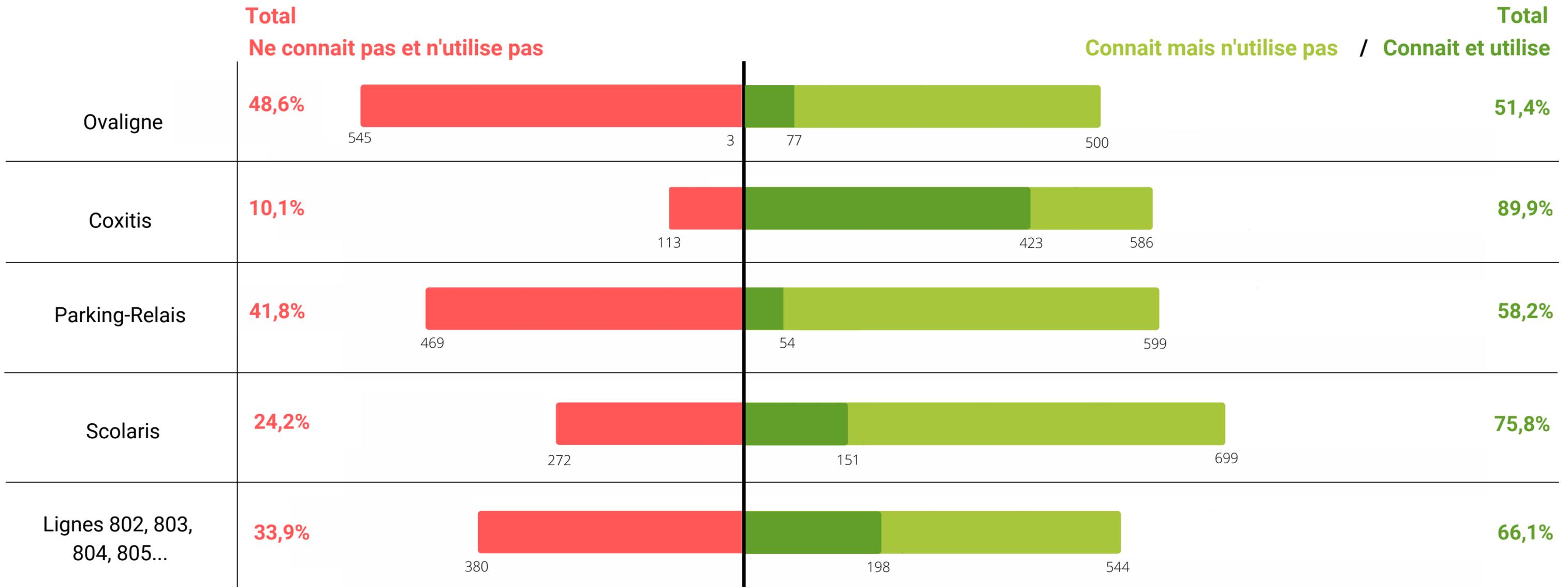
- Les Bus IDELIS et les vélos IDEcycle en libre service sont les services de transport les plus connus.
- Les Bus IDELIS sont nettement le service le plus utilisé.
- Flexilis et Libertis ont une notoriété quasiment similaire bien que Libertis concerne une clientèle ciblée.
- Flexilis est le service de transport le moins bien connu de l'entreprise.

01

NOTORIÉTÉ DU RÉSEAU IDELIS

Notoriété et utilisation des différents services d'IDELIS

Rappel : Q6. A présent, voici différents services proposés par IDELIS. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si vous le connaissez, même de nom, et si vous l'utilisez.



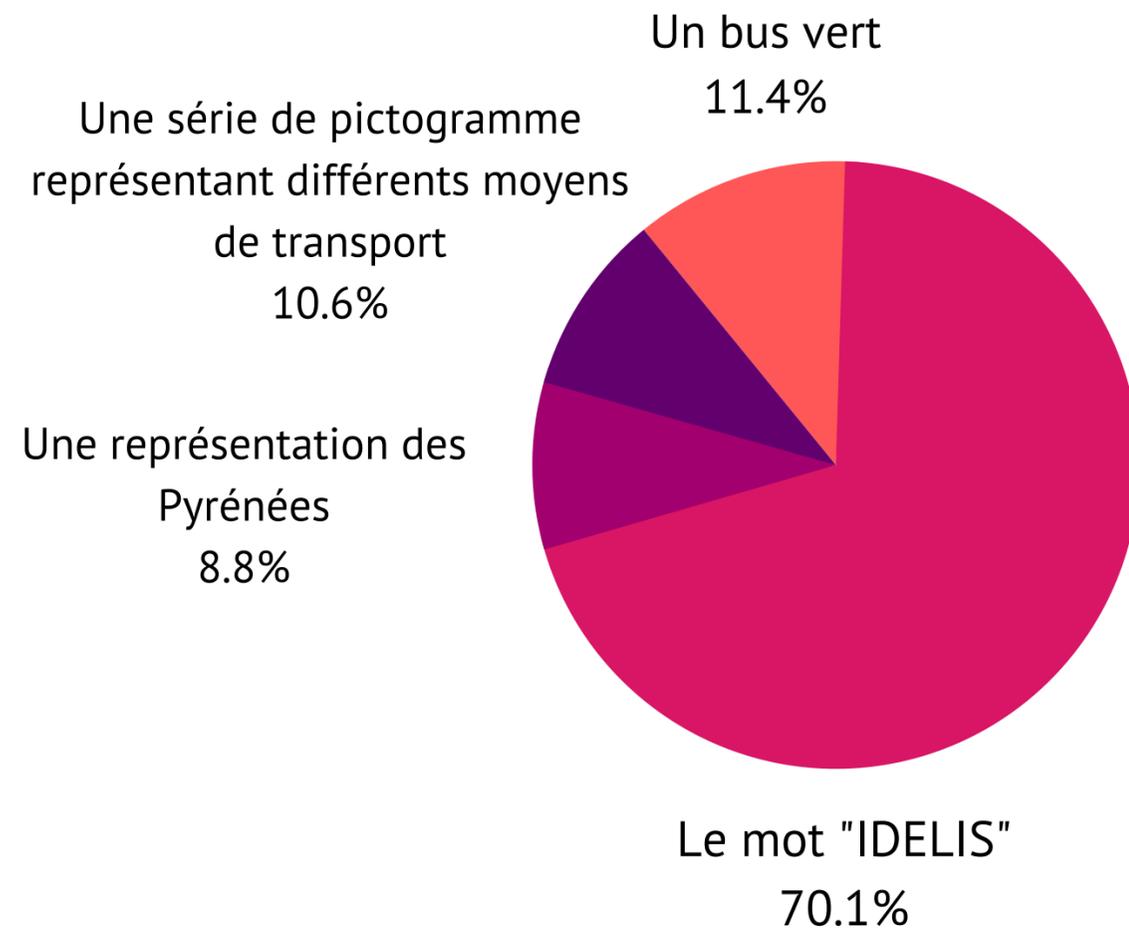
- La Coxitis est le deuxième service de transport le plus utilisé par les enquêtés
- Scolaris qui est un service avec une clientèle ciblée détient néanmoins une bonne notoriété.
- Les lignes 800 ont une bonne notoriété mais sont très peu utilisées

02

COMMUNICATION

Connaissance du logo

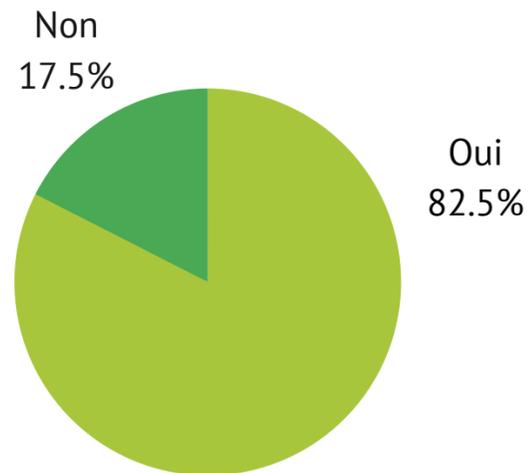
Rappel : Q7. Selon vous, le logo d'IDELIS est : (Réponse à choix multiples)



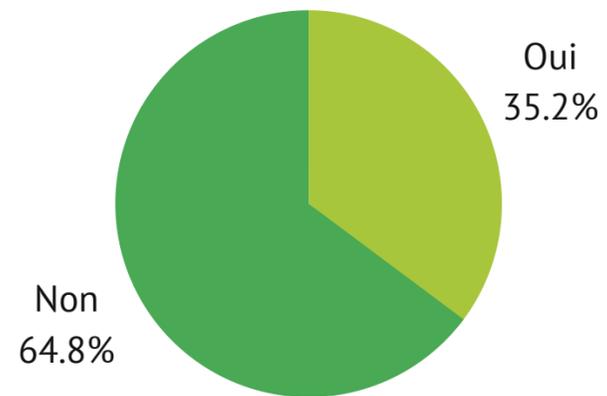
- Le logo IDELIS complet comporte le mot IDELIS accompagné d'une série de pictogramme représentant différents moyens de transport.
- Les deux autres propositions sont erronées. Cependant, il ressort que le bus vert représente l'entreprise dans 11,4% des réponses.
- Au total, seul 17 réponses sur les 1122 sont strictement correctes. Soit 1,5%.

Perception du logo

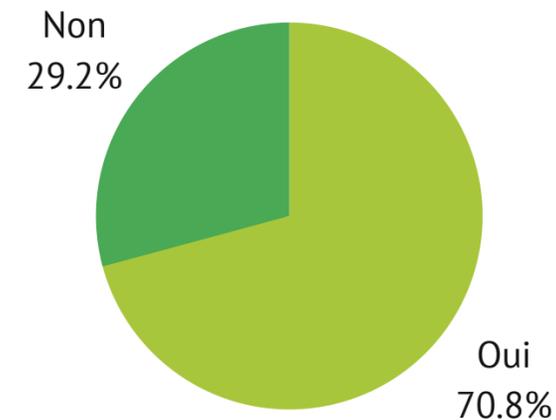
Rappel : Q8. Voici le logo d'IDELIS. Diriez-vous que...



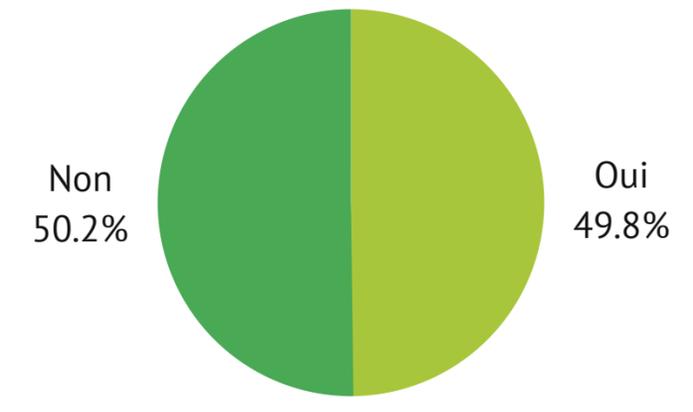
Le logo vous plaît



Le logo est trop simple



Le logo est moderne



Le logo est important pour vous

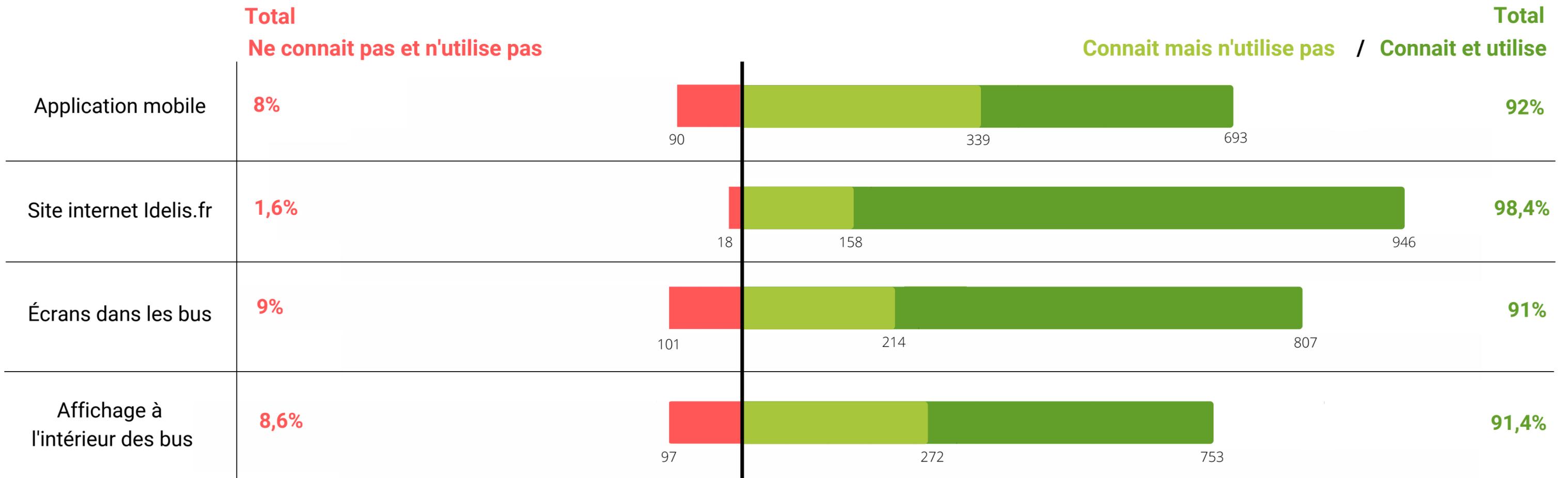
- Le logo IDELIS n'est pas une attente prioritaire sur l'image que renvoie IDELIS.
- Le logo IDELIS semble faiblement apprécié. En effet, les avis positifs pour le caractère plaisant et la modernité du logo dépassent les 65%, cependant, les avis défavorables ne sont jamais inférieurs à 15%.
- En ce qui concerne la simplicité du logo, les avis favorables n'atteignent pas encore les 65%.

02

COMMUNICATION

Les moyens de communication

Rappel : Q9. Parmi les différents moyens de communication suivants mis en place par IDELIS, veuillez indiquer si vous les connaissez, même de nom, et si vous les utilisez.



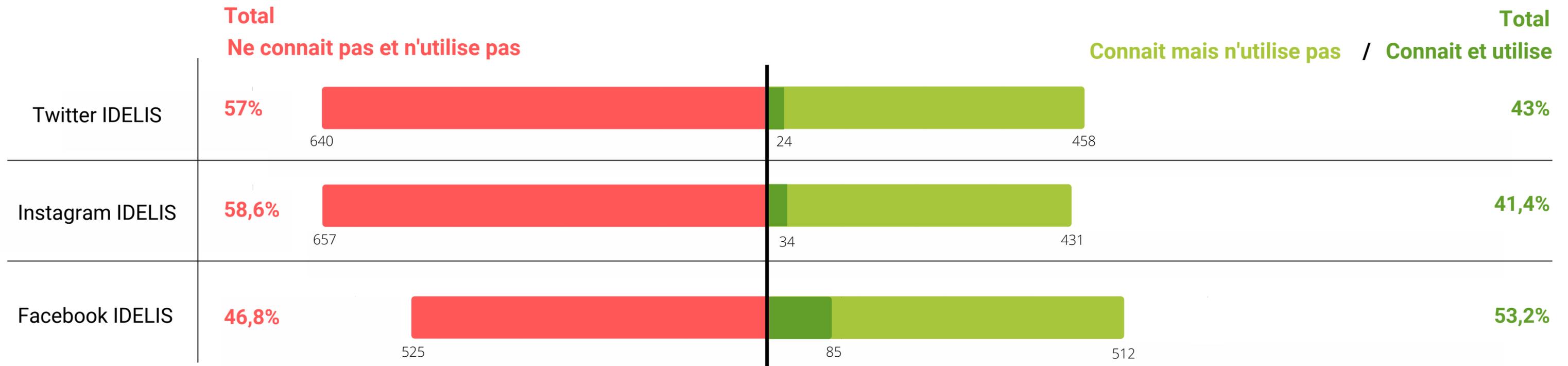
- Le site internet est le moyen de communication le plus utilisé.
- Les différents moyens de communication à l'intérieur des bus sont la seconde plus grande prise d'informations des clients.
- L'application mobile constitue le troisième moyen de communication le plus utilisé par la clientèle.

02

COMMUNICATION

Les moyens de communication

Rappel : Q9. Parmi les différents moyens de communication suivants mis en place par IDELIS, veuillez indiquer si vous les connaissez, même de nom, et si vous les utilisez.



- Les réseaux sociaux d'IDELIS sont les moyens de communication ayant les plus faible taux en terme de notoriété et d'utilisation.
- Facebook est le média le plus utilisé des trois.
- A noter : la création des réseaux sociaux de l'entreprise est récente.

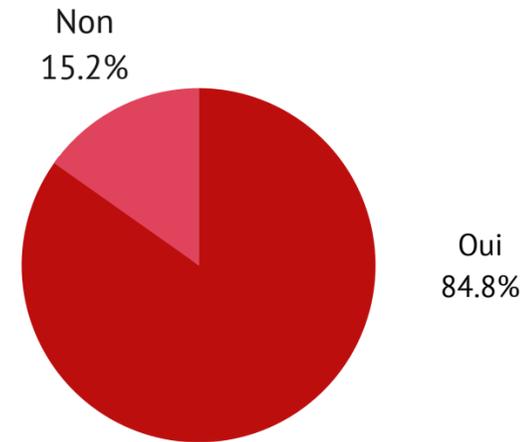
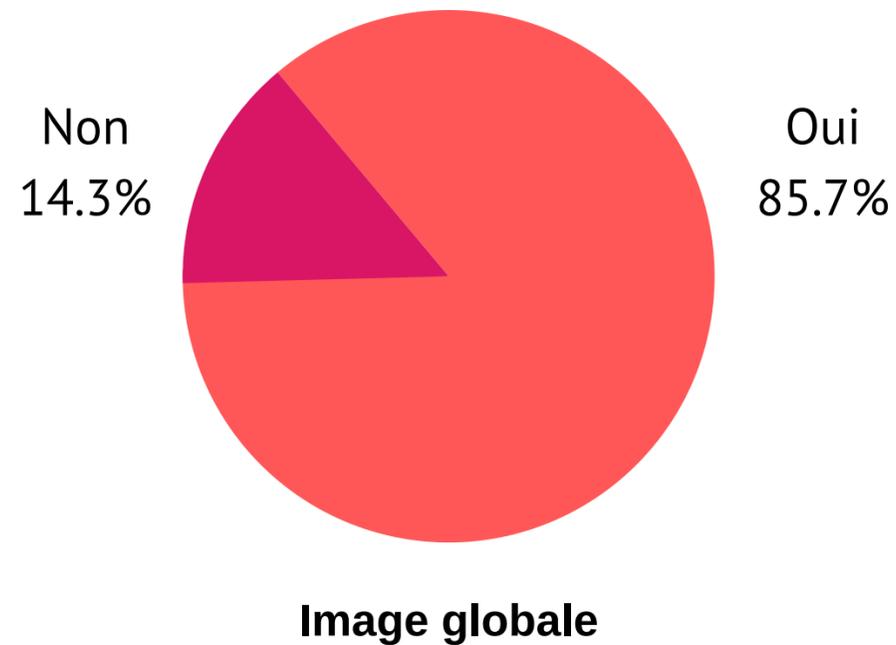
Si l'on prend en compte le fait que les réseaux sont mis à jour régulièrement, le problème majeur est donc la notoriété. Ainsi, l'objectif ne serait pas de multiplier les publications mais de faire connaître l'existence de ces réseaux sociaux à la clientèle.

03

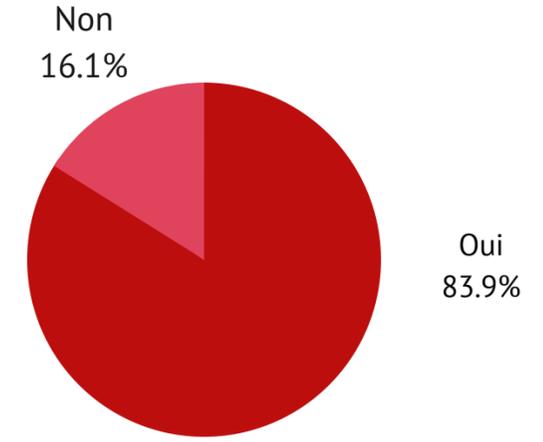
IMAGE DU RÉSEAU IDELIS

Image globale

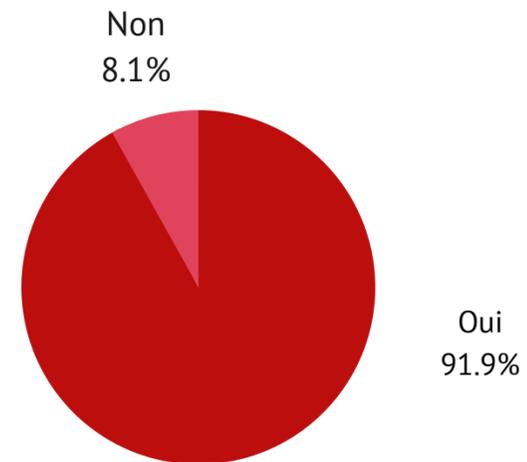
Rappel : Q20. Globalement, diriez-vous que vous avez une bonne image d'IDELIS ?



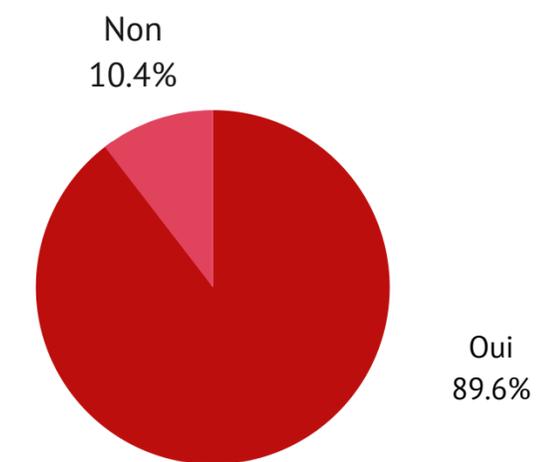
Secteur 1
795



Secteur 2
149



Secteur 3
111



Secteur 4
67

- Globalement les enquêtés ont une bonne image d'IDELIS.
- Si on se concentre sur les secteurs 1 et 2, soit là où IDELIS dessert le plus en bus, l'entreprise a une très bonne image globale.

03

IMAGE DU RÉSEAU IDELIS

Image globale

Rappel : Q20. Globalement, diriez-vous que vous avez une bonne image d'IDELIS ?

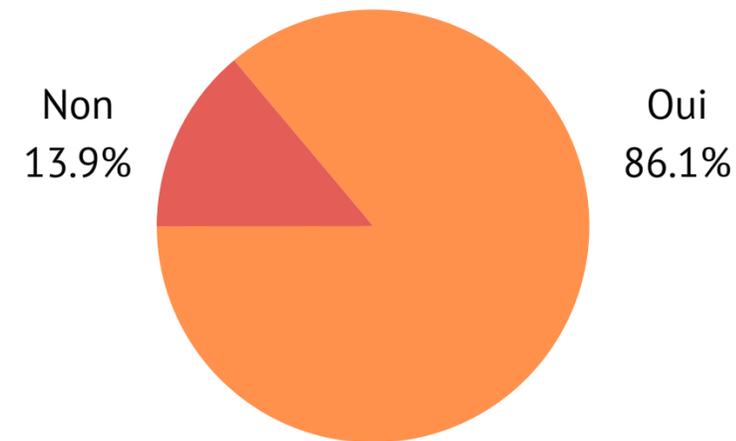


Image globale d'IDELIS
par les clients réguliers
(793)

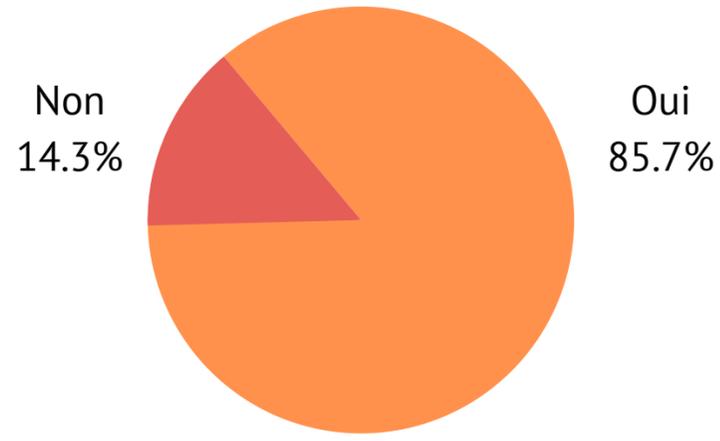


Image globale d'IDELIS par
les clients exceptionnels
(280)

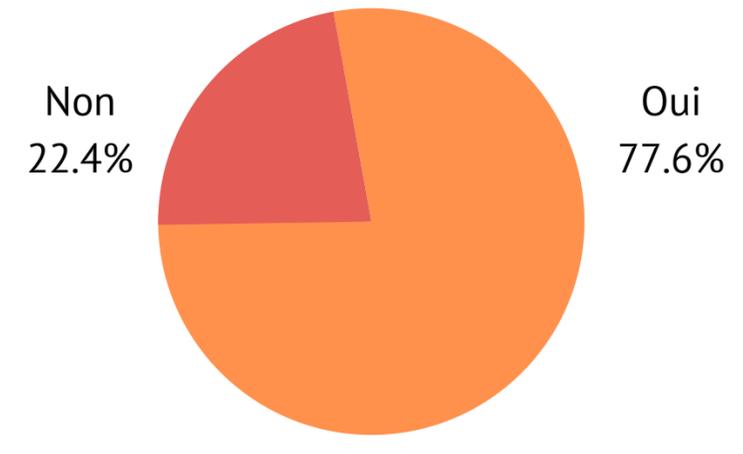


Image globale d'IDELIS
par les non-clients
(49)

- Les clients réguliers ont une meilleure image d'IDELIS que les clients exceptionnels.
- Il est possible que l'image d'IDELIS freine les clients exceptionnels et les clients potentiels à devenir des clients réguliers.

Clients réguliers : clients qui prennent le bus tous les jours ou 1 à 3 fois par semaine

Clients exceptionnels : clients qui prennent le bus 1 à 3 fois par mois ou quelques fois par an

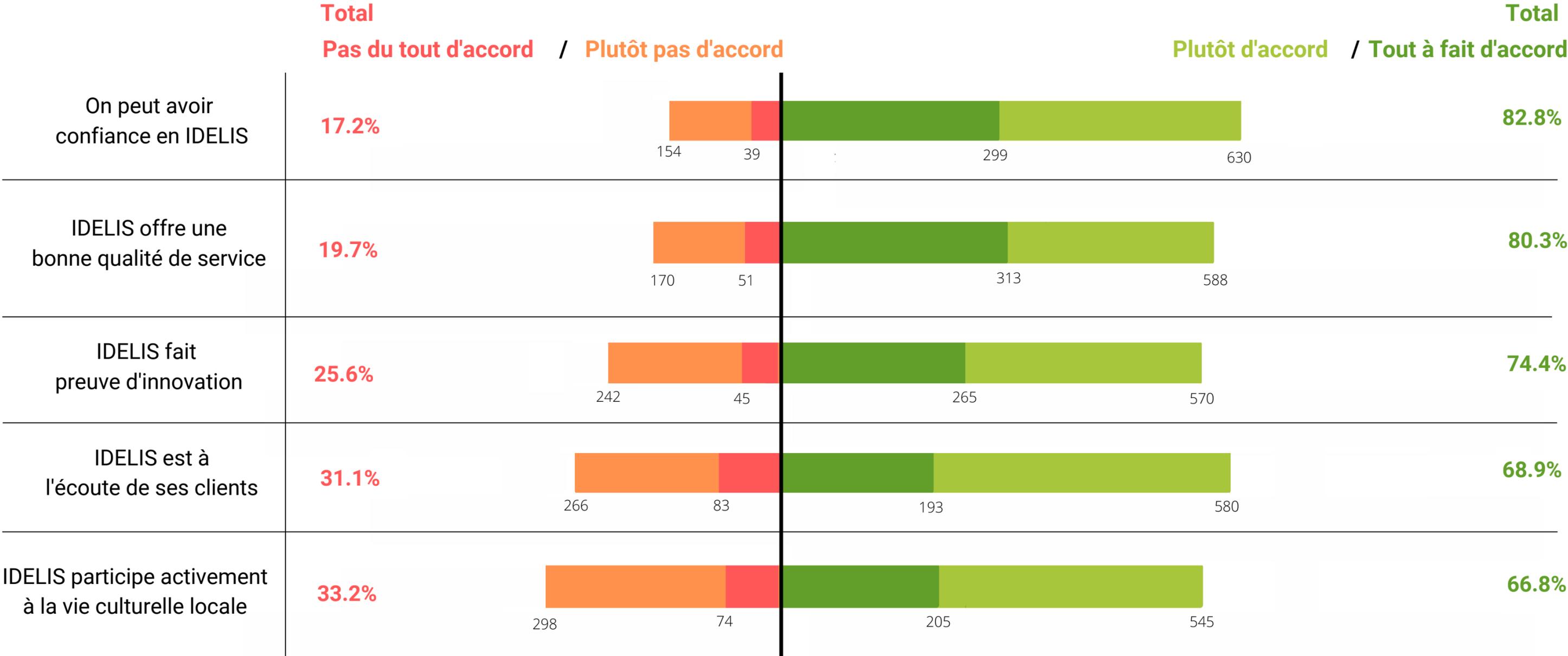
Non-clients : ne prennent jamais le bus

03

IMAGE DU RÉSEAU IDELIS

Image détaillée

Rappel : Q10. Pour chacune des affirmations suivantes, veuillez indiquer si vous êtes « tout à fait d'accord », « plutôt d'accord », « plutôt pas d'accord » ou « pas du tout d'accord ».

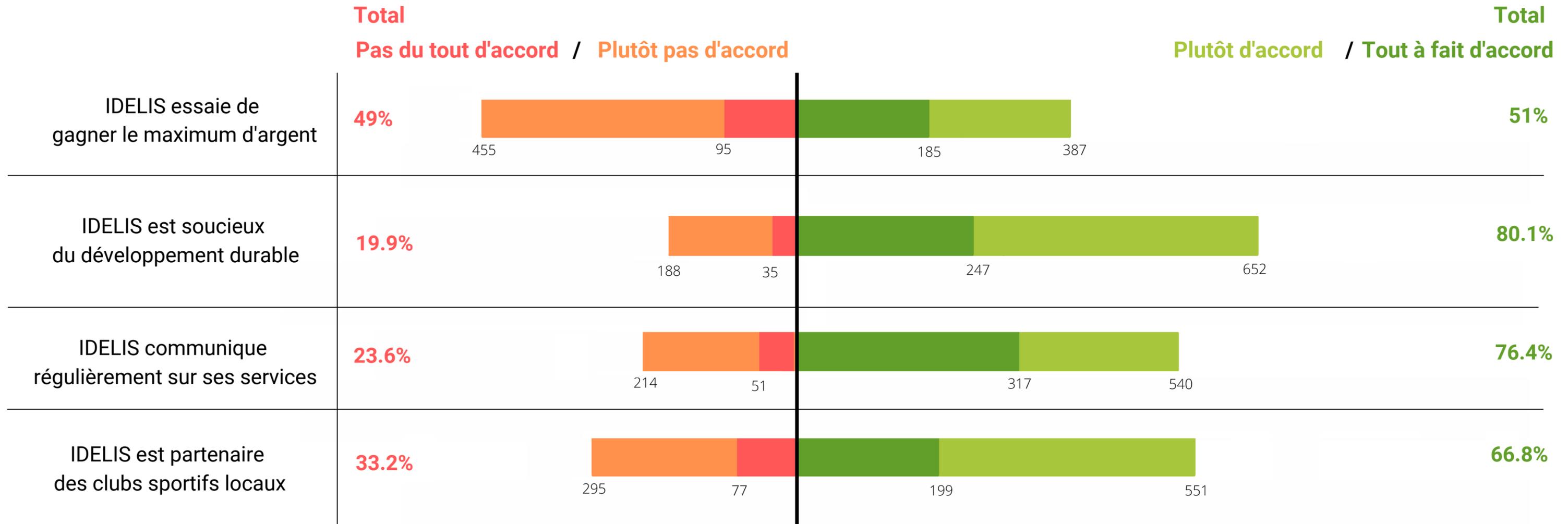


03

IMAGE DU RÉSEAU IDELIS

Image détaillée

Rappel : Q10. Pour chacune des affirmations suivantes, veuillez indiquer si vous êtes « tout à fait d'accord », « plutôt d'accord », « plutôt pas d'accord » ou « pas du tout d'accord ».

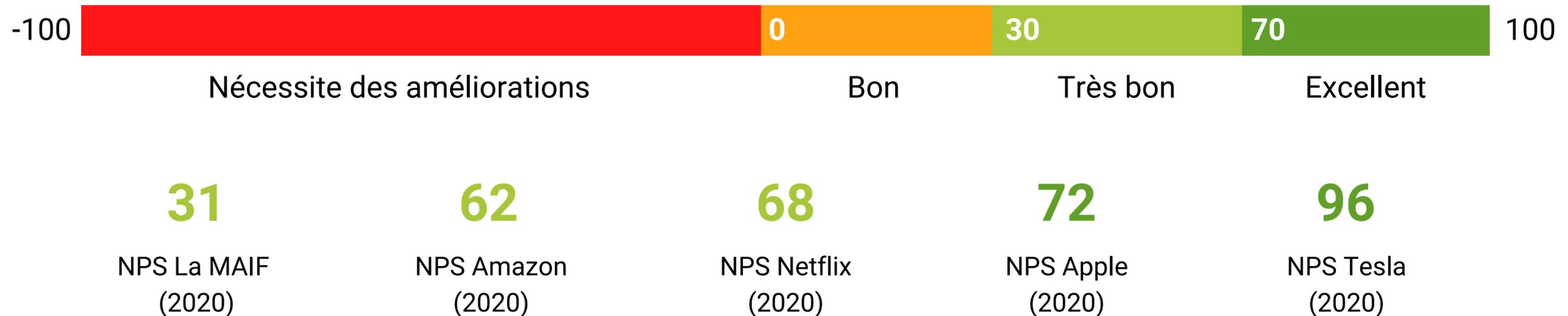
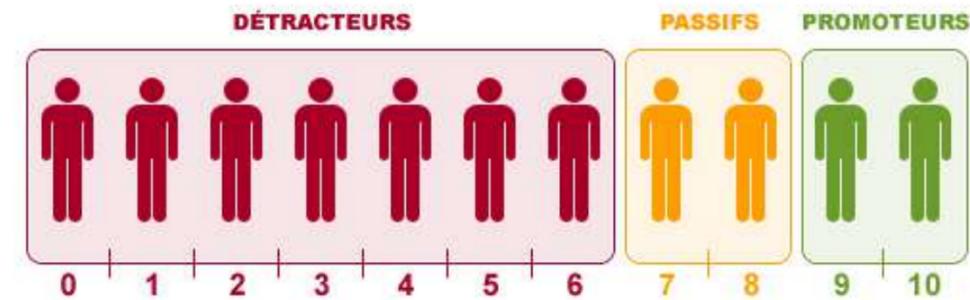


- Les points forts en terme d'image résident dans la confiance, la qualité de service et le soucis du développement
- Néanmoins, aucune des affirmations proposées n'a un pourcentage d'avis défavorables inférieur à 15%. De ce fait, aucune de ces caractéristiques n'est acquise par IDELIS.
- Point important, 51% des enquêtés voient IDELIS comme une entreprise à la recherche d'un maximum de gains.

IMAGE DU RÉSEAU IDELIS

Introduction au Net Promoter Score

- Le **NPS** (Net Promoter Score) est un indicateur de fidélité client exprimé en valeur absolue entre -100 et +100.
- Il y a trois catégories de clients :
 - Les **Promoteurs** : note entre 9 et 10
 - Les **Passifs** : note entre 7 et 8
 - Les **Détracteurs** : note entre 0 et 6
- Qu'est-ce qu'un bon score NPS ?

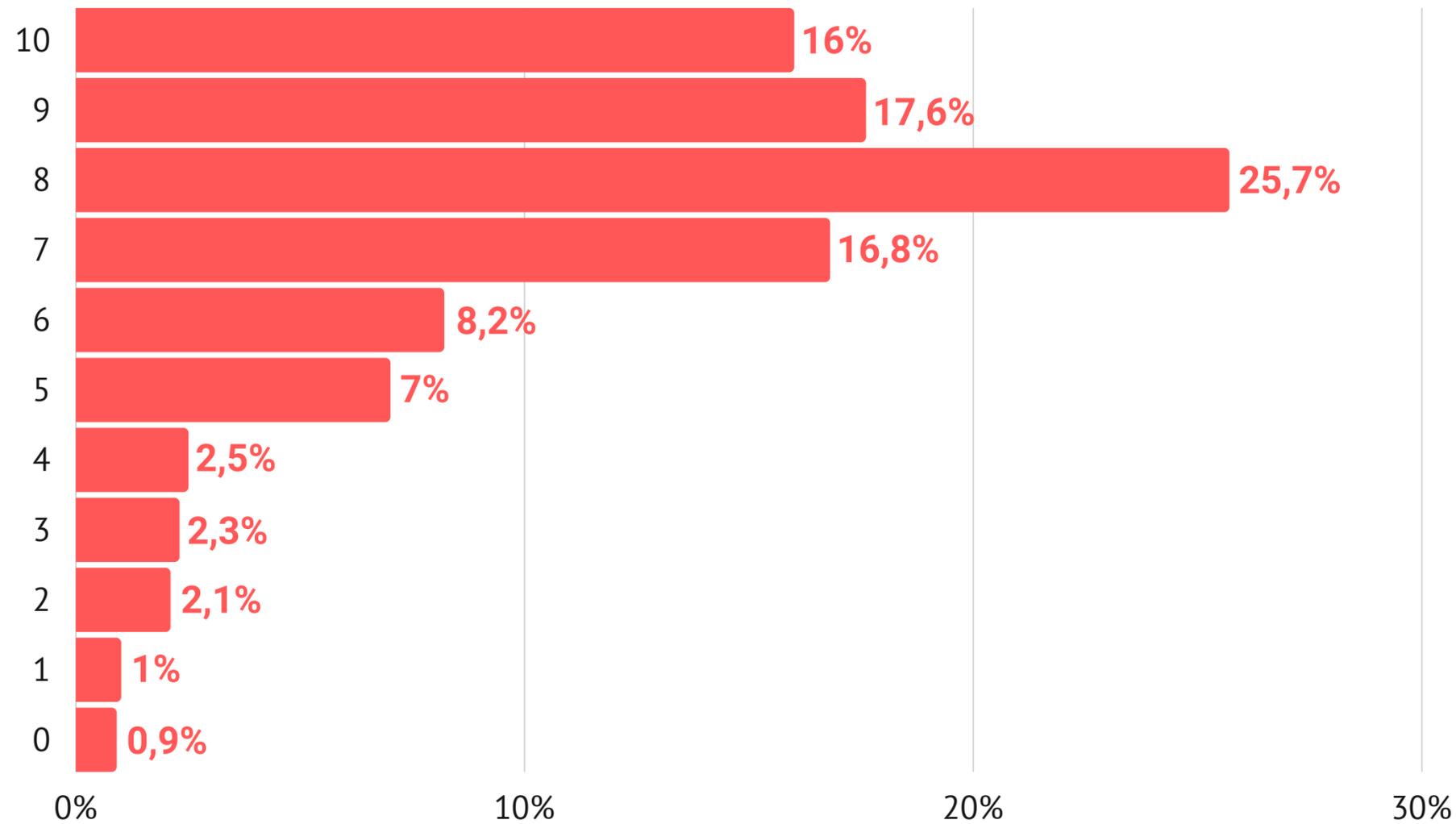


03

IMAGE DU RÉSEAU IDELIS

Recommandation

Rappel : Q21. Sur une échelle de 0 à 10, recommanderiez-vous Idelis à un proche ou un collègue ?



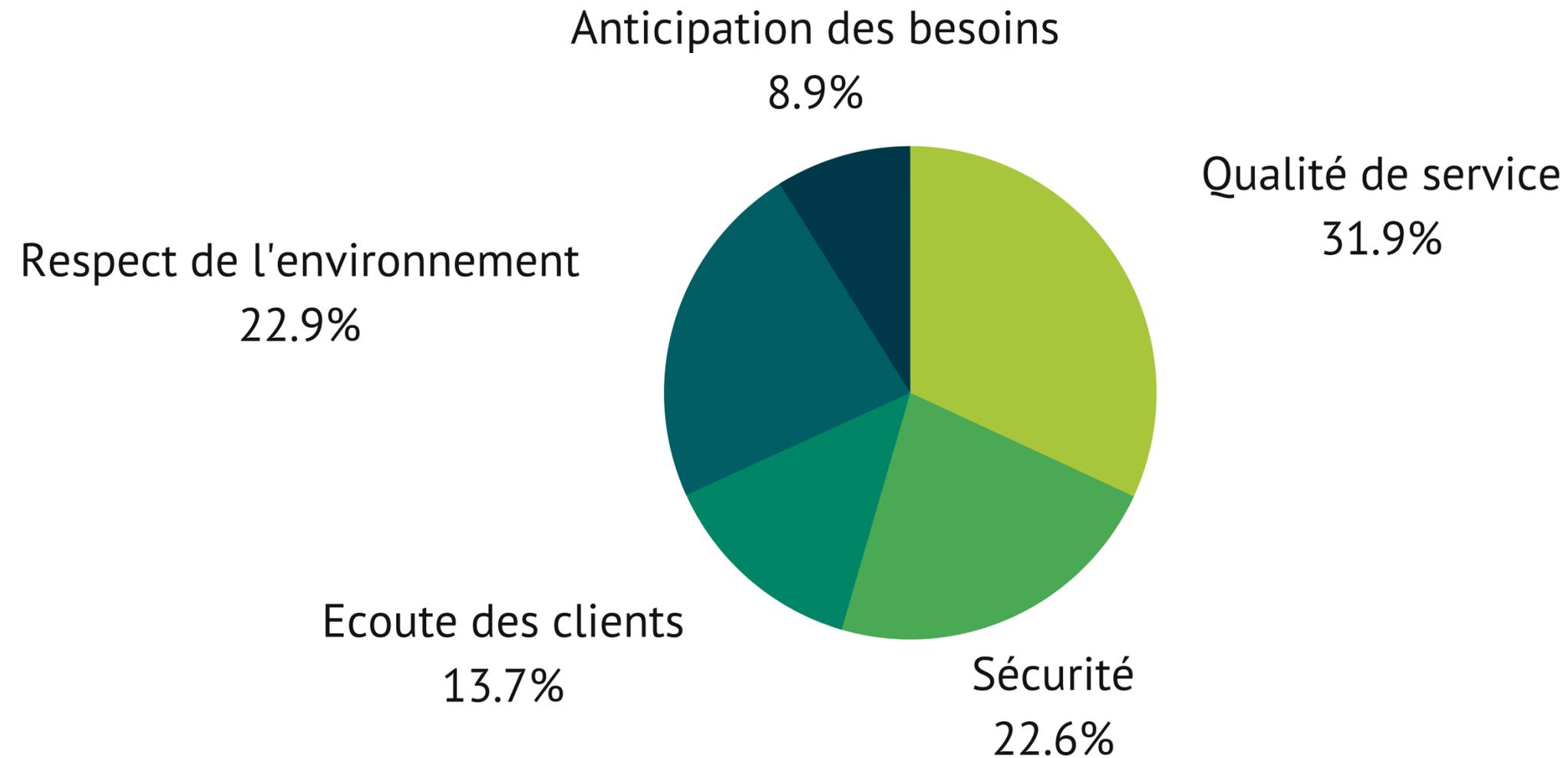
- Le NPS du réseau IDELIS est de **9,6**. Avec :
 - Promoteurs : 33,6%
 - Passifs : 42,5%
 - Détracteurs : 24%
- Le NPS d'IDELIS est bon. L'entreprise a une bonne base de clients fidèles et prêts à recommander IDELIS.
- Cependant, la part des passifs, ou neutres, est la plus importante. C'est sur eux que l'entreprise doit se focaliser, afin de les faire basculer en promoteurs.

03

IMAGE DU RÉSEAU IDELIS

Valeurs d'IDELIS

Rappel : Q19. Parmi ces différentes valeurs, lesquelles selon vous résument le mieux IDELIS ? (Réponse à choix multiples)

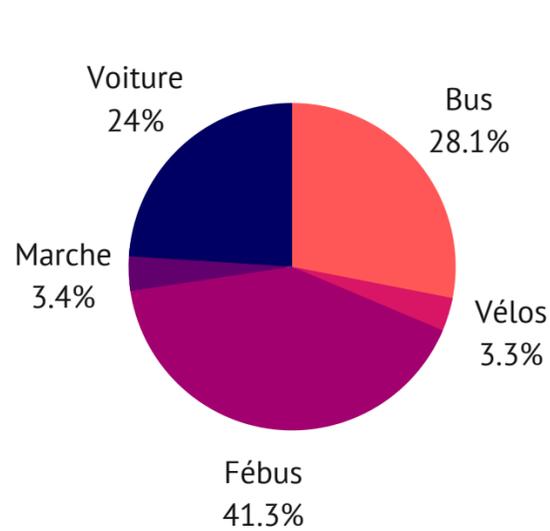


- Sur les **2327 réponses**, les enquêtés attribuent à IDELIS des valeurs de qualité de service, de respect de l'environnement et de sécurité.
- IDELIS n'a pas convaincu les enquêtés sur l'anticipation des besoins et l'écoute clients, qui sont pourtant des points clés.

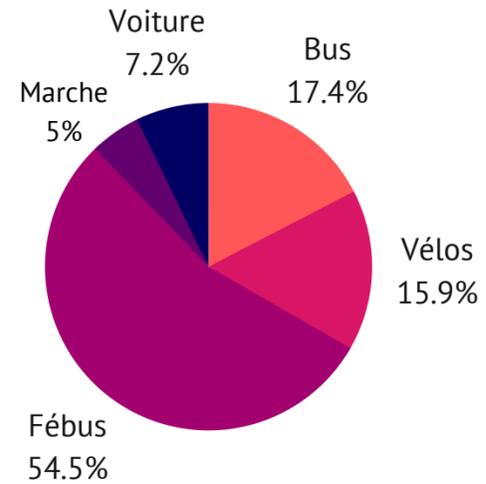
PERCEPTION DES DIFFERENTS MOYENS DE TRANSPORT

Les différents moyens de transport - Caractéristiques positives

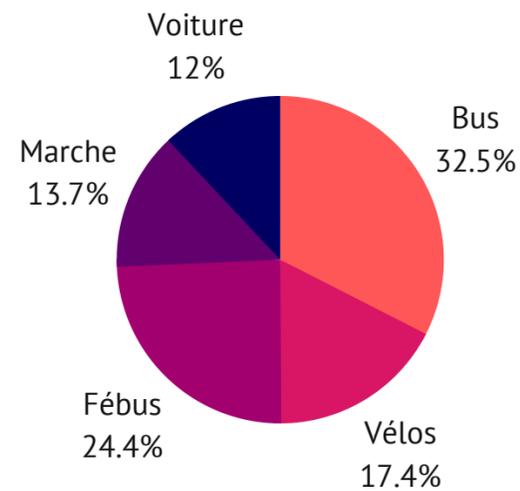
Rappel : Q15. Cochez la case lorsque vous êtes d'accord avec l'affirmation. "Ce moyen de transport est..." (Réponse à choix multiples)



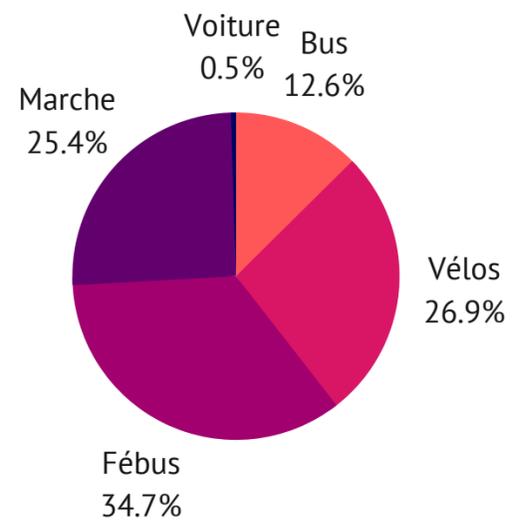
Confortable



Moderne



Pratique



Respectueux de l'environnement

- Le Fébus est le moyen de transport le mieux noté par les enquêtés. En effet, il est considéré comme étant le plus moderne et le plus confortable.
- Le Fébus et les vélos IDEcycles supplantent la marche pour le côté pratique et respectueux de l'environnement.
- Les répondants qui, rappelons-le, font partie de la base des abonnés IDELIS, ont une vision claire et affirmée de la voiture. Ce moyen de transport est peu pratique, pas moderne et surtout n'est pas respectueux de l'environnement. Son seul point positif réside dans le confort. Or, ici aussi, les bus IDELIS sont mieux vus par les répondants.

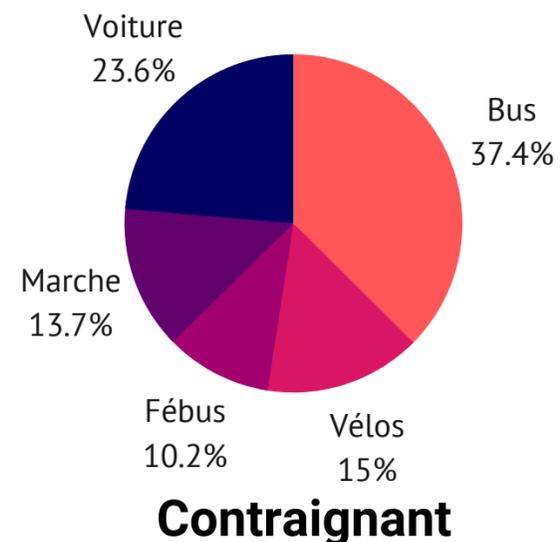
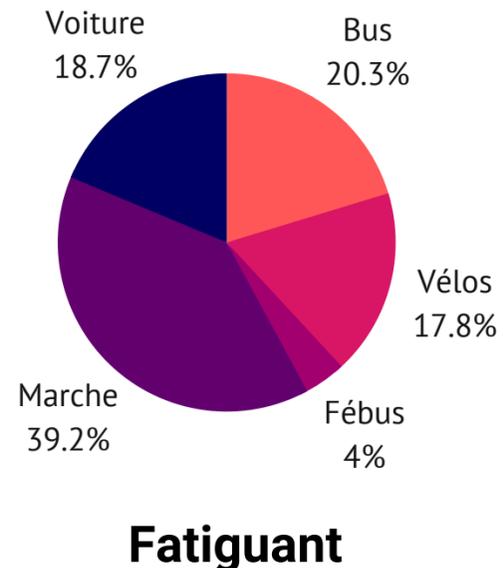
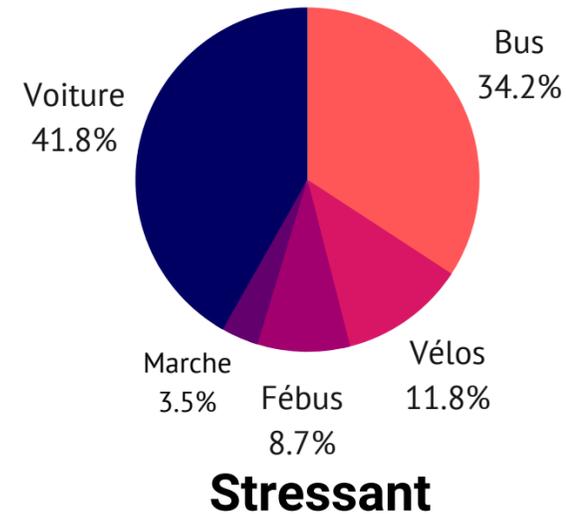
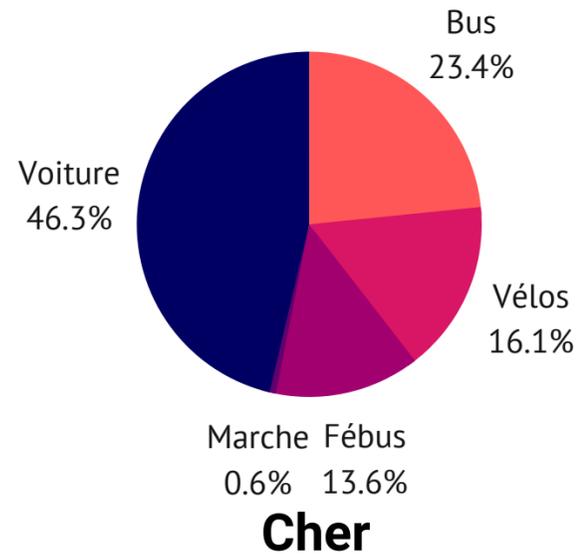
A RETENIR

- Les répondants reconnaissent volontier la modernité, le confort et l'enjeu environnemental du Fébus et des Bus IDELIS.
- Les vélos sont pratiques, modernes et respectueux de l'environnement, l'aspect confort est ce qui manque pour la majorité des enquêtés.
- IDELIS doit concentrer ses efforts sur l'expérience client : confort, modernité, utilité au quotidien et dimension environnementale.

PERCEPTION DES DIFFERENTS MOYENS DE TRANSPORT

Les différents moyens de transport - Caractéristiques négatives

Rappel : Q15. Cochez la case lorsque vous êtes d'accord avec l'affirmation. "Ce moyen de transport est..." (Réponse à choix multiples)



- La voiture est le moyen de transport le moins bien perçu par les enquêtés : cher, stressant, fatiguant et contraignant.
- Le bus est perçu comme plus fatiguant et plus contraignant que la voiture, ainsi que le vélo. Il est possible de lier l'aspect contraignant avec les horaires établis, à la différence de la voiture et des vélos qui n'ont aucune contrainte horaire.
- IDELIS doit travailler sur l'expérience client. Le bus est le second moyen de transport le plus stressant après la voiture

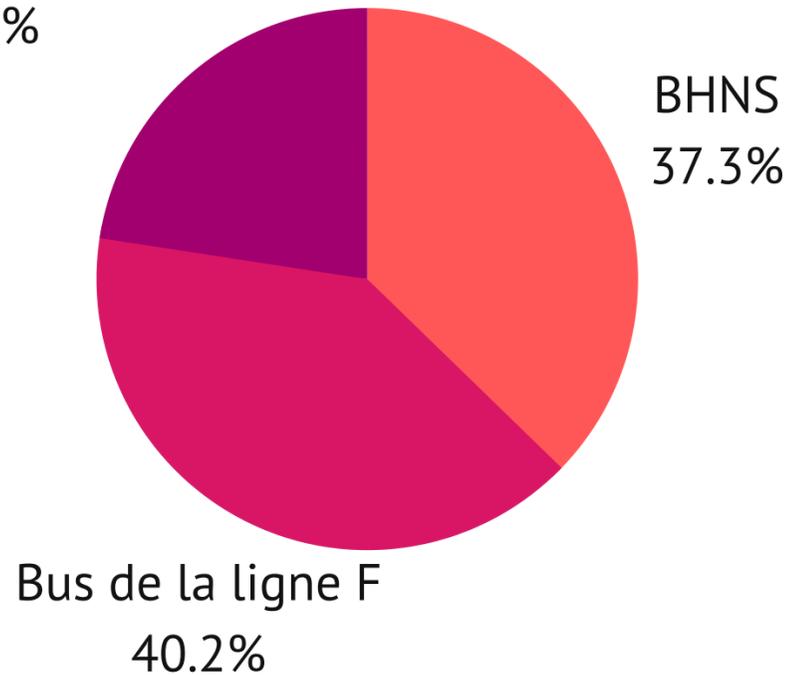
PERCEPTION DES DIFFERENTS MOYENS DE TRANSPORT

Notoriété du Fébus

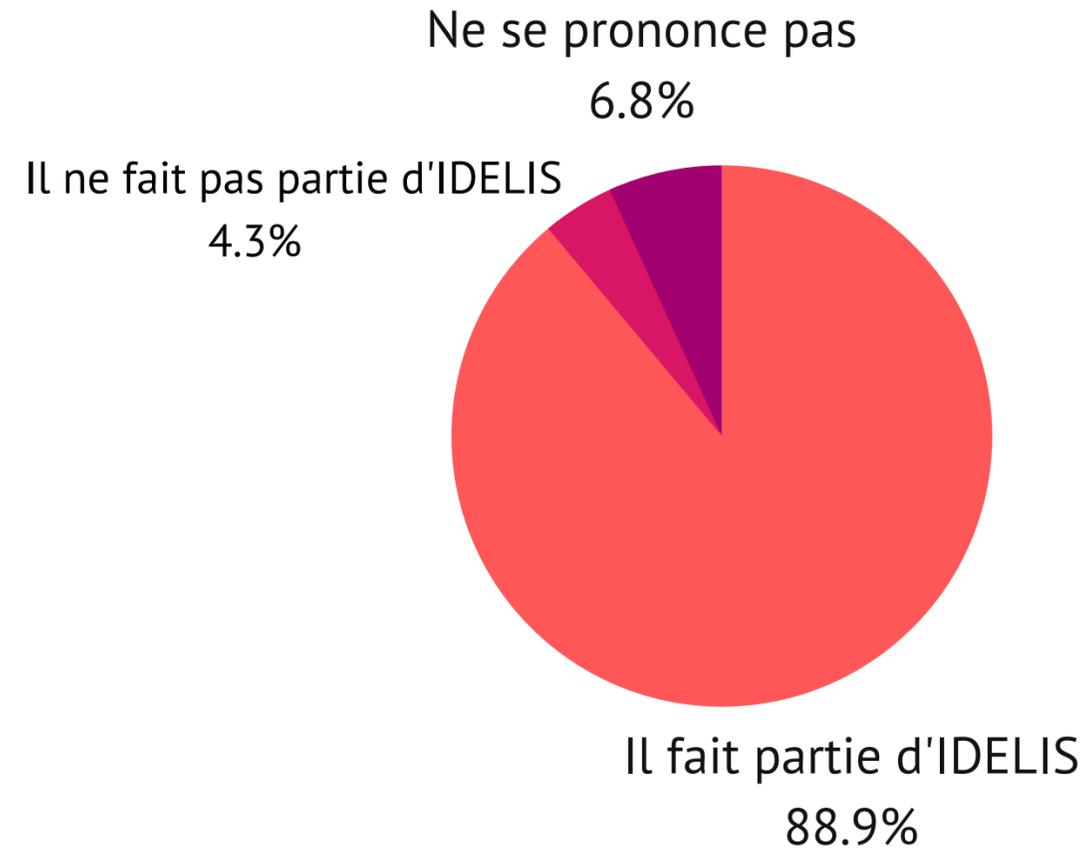
Rappel : Q11. Selon vous, à quoi fait référence le nom « Fébus » ? (Réponse à choix multiples)

Q12. Selon vous, le Fébus, qui est un bus à haut niveau de service, fait-il partie du réseau d'IDELIS ou est-il un service à part ?

Gaston Fébus
22.6%



Le nom du Fébus



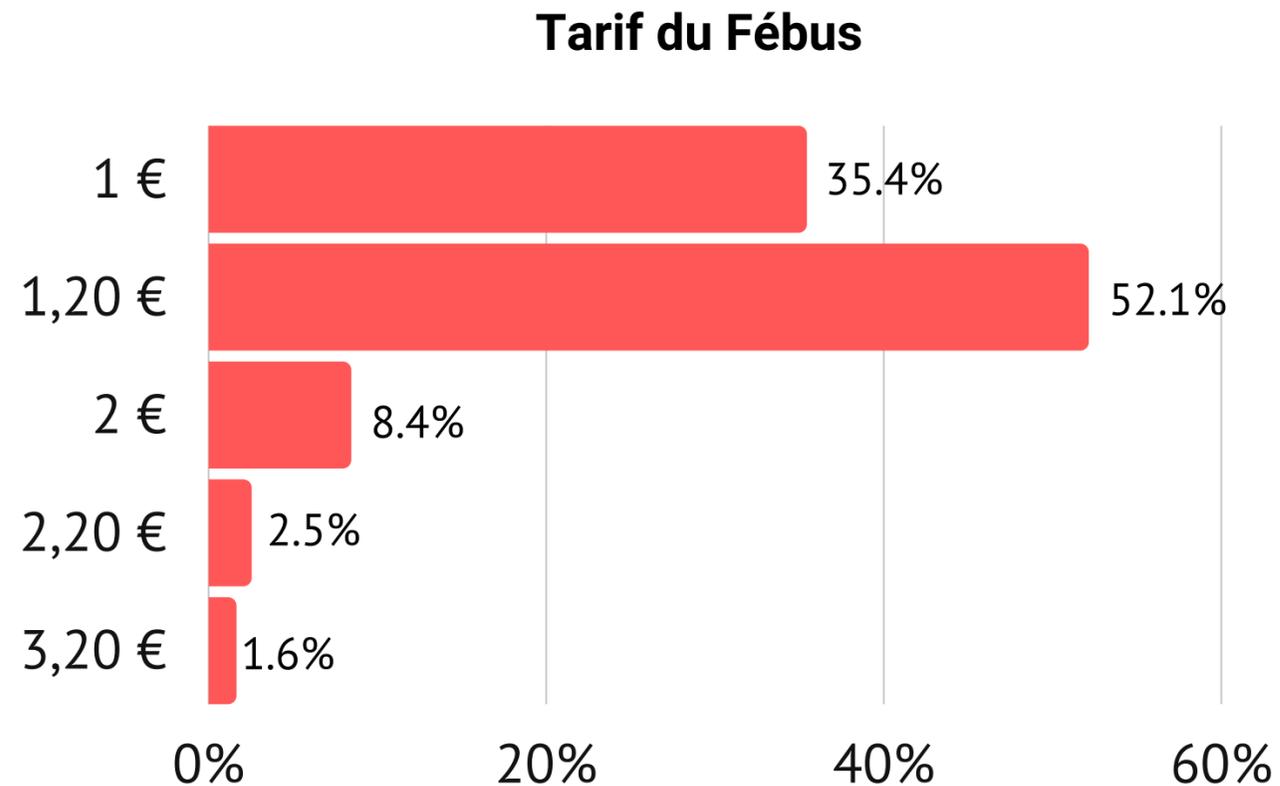
Fébus et IDELIS

- Sur les **1546 réponses**, 40.2% des enquêtés attribuent Fébus à la ligne F et 37.3% au BHNS. Fébus est bien connu par les répondants.
- Il n'y a quasiment plus de doute sur le fait que le Fébus soit géré par IDELIS.

PERCEPTION DES DIFFERENTS MOYENS DE TRANSPORT

Connaissance du tarif Fébus

Rappel : Q14. Selon vous, combien coûte un ticket de transport Fébus ? (Réponse à choix multiples)



- Seul 15,8% des enquêtés ont répondu "1 € et 1,20 €".
- Dans l'ensemble, 52,1% des répondants connaissent le tarif du Fébus.

Clients réguliers : clients qui prennent le bus tous les jours ou 1 à 3 fois par semaine

Clients exceptionnels : clients qui prennent le bus 1 à 3 fois par mois ou quelques fois par an

Non-clients : ne prennent jamais le bus

Clients réguliers		
1 €	220	27,7%
1,20 €	341	43,0%
1 €, 1,20 €	125	15,8%
2 €	52	6,6%
Total	793	

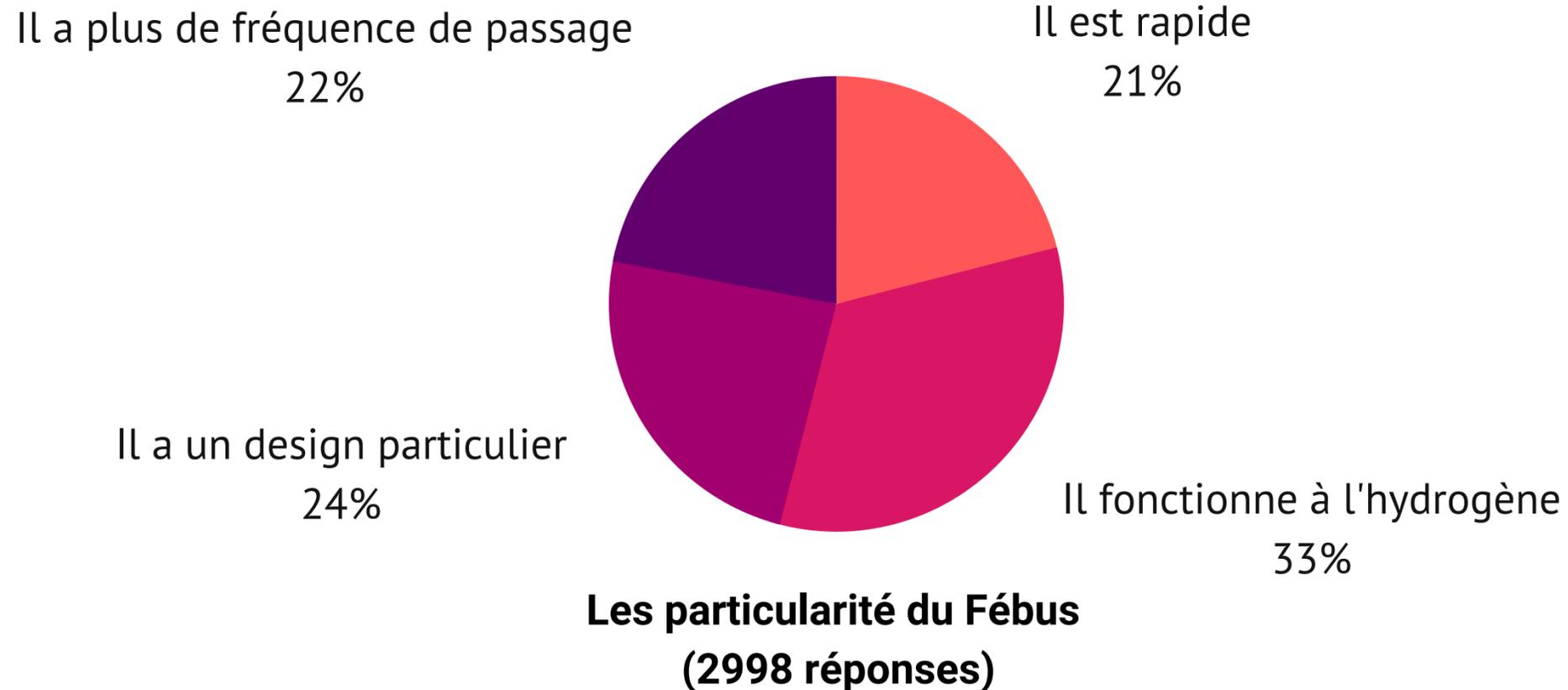
Clients exceptionnels		
1 €	61	21,8%
1,20 €	130	46,4%
1 €, 1,20 €	45	16,1%
2 €	22	7,9%
Total	280	

Non clients		
1 €	9	18,4%
1,20 €	22	44,9%
1 €, 1,20 €	7	14,3%
2 €	6	12,2%
Total	49	

PERCEPTION DES DIFFERENTS MOYENS DE TRANSPORT

Connaissance des particularités du Fébus

Rappel : Q13. Selon vous, quelle(s) est/sont la(les) particularité(s) du Fébus ? (Réponse à choix multiples)



Commentaires supplémentaires positifs des enquêtés :

- " Il est trop beau et classe", "Il est moderne", "Il est magnifique"
- "L'intérieur est particulièrement confortable"
- "On peut charger son téléphone"
- "Ne pollue pas"
- "Très propre, fonctionnel et moderne"
- "Ponctuel", "Respecte les horaires !"

Commentaires supplémentaires négatifs des enquêtés :

- "Il n'est réservé qu'à une partie de la population paloise."
- "Il est moderne mais trop restreint à un axe Nord-Sud. Vite un Est-Ouest !"
- "Il a mis un beau bordel dans les ronds-points", "Il a mis un sacré bazar dans Pau !!!"
- "Inutile, trop cher, travaux exorbitants"
- "Il est souvent bondé (Covid Express)"

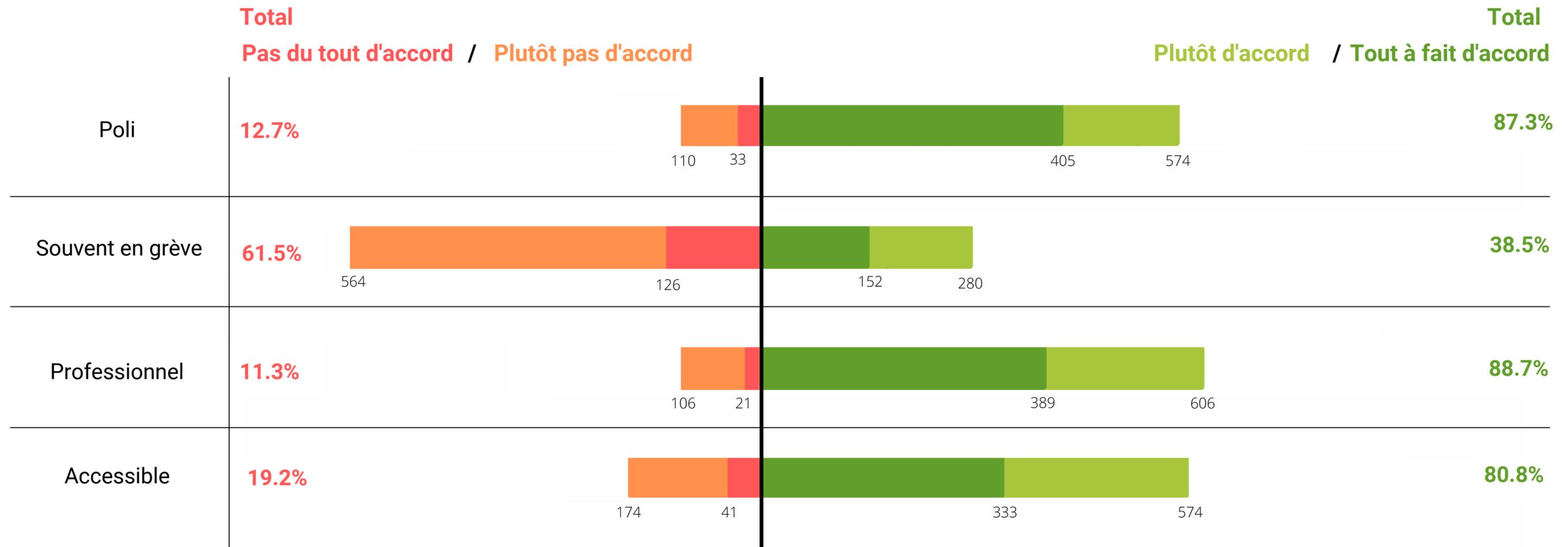
- 30% des 1122 enquêtés ont coché les quatre propositions
- Le fonctionnement à l'hydrogène est la particularité la plus présente dans l'esprit des répondants. En effet, 13.3% d'entre-eux ont coché uniquement cette particularité. Ce qui en fait le deuxième plus haut taux de réponse.

05

IMAGE DU PERSONNEL DU RÉSEAU IDELIS

Conducteurs et contrôleurs

Rappel : Q16. Concernant les CONDUCTEURS DE BUS et CONTRÔLEURS : vous sont cités plusieurs qualificatifs, veuillez indiquer si vous êtes « tout à fait d'accord », « plutôt d'accord », « plutôt pas d'accord » ou « pas du tout d'accord ».



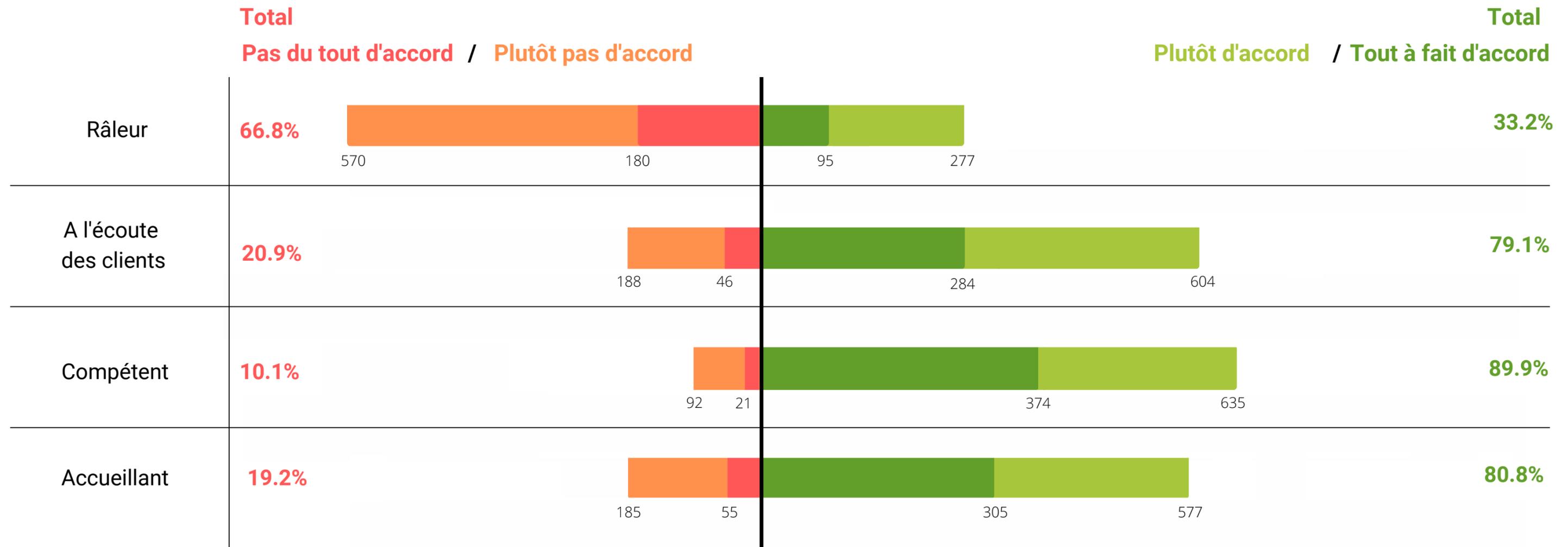
- Pour qu'une caractéristique soit acquise par l'entreprise, il est nécessaire que le taux d'avis favorables soit supérieur à 65% et que le taux d'avis négatifs soit inférieur à 15%.
- Les trois plus gros points forts sont la politesse, le professionnalisme et la compétence des conducteurs et contrôleurs.
- Le point négatif concerne la régularité des grèves. Les enquêtés ont une image plutôt gréviste d'IDELIS.

05

IMAGE DU PERSONNEL DU RÉSEAU IDELIS

Conducteurs et contrôleurs

Rappel : Q16. Concernant les CONDUCTEURS DE BUS et CONTRÔLEURS : vous sont cités plusieurs qualificatifs, veuillez indiquer si vous êtes « tout à fait d'accord », « plutôt d'accord », « plutôt pas d'accord » ou « pas du tout d'accord ».



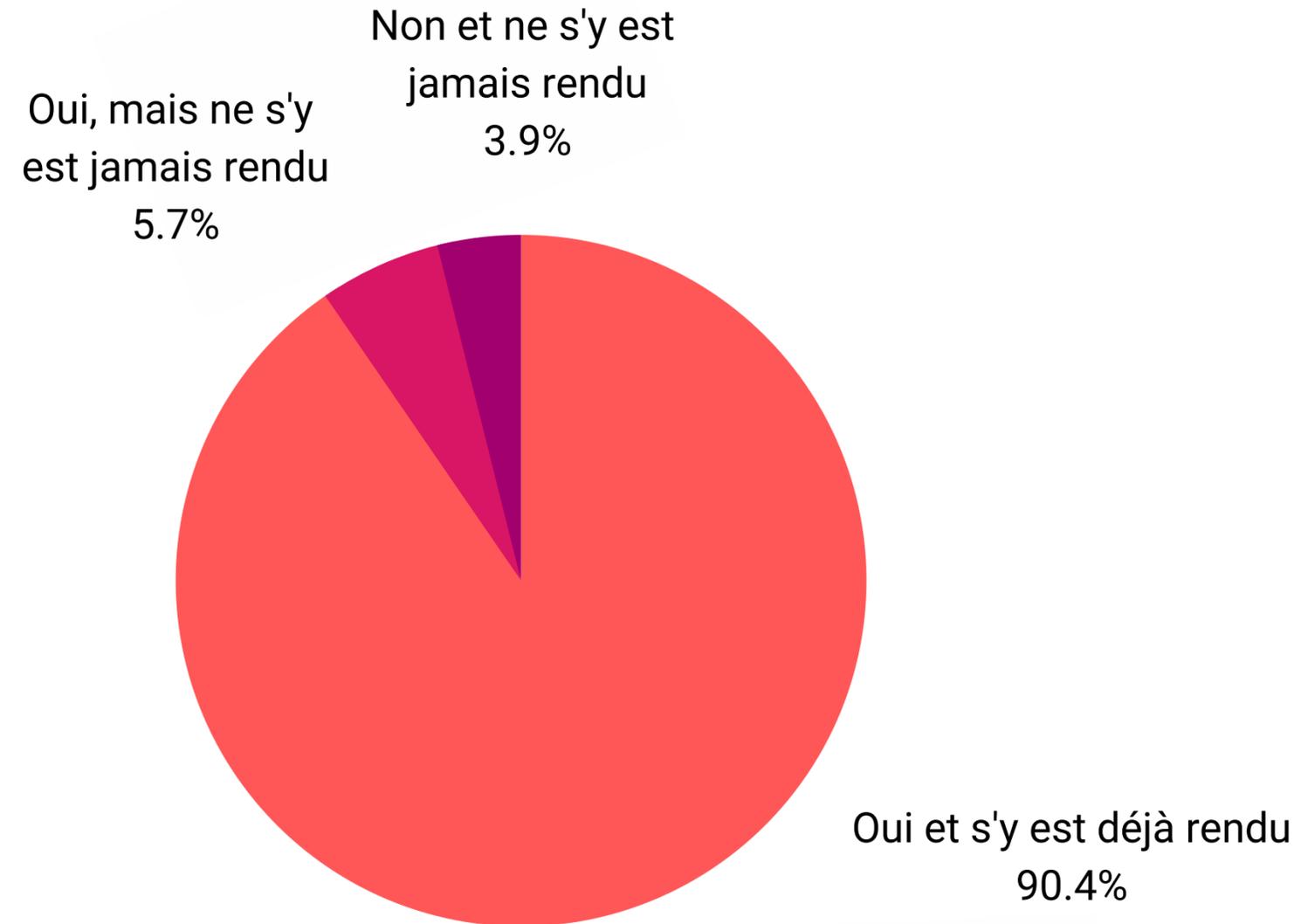
- Les points à améliorer sont l'écoute client, l'accueil et l'accessibilité.
- Les enquêtés ne perçoivent pas majoritairement les conducteurs et contrôleurs comme "râleurs", néanmoins les avis favorables sont supérieurs à 15%.

05

IMAGE DU PERSONNEL DU RÉSEAU IDELIS

Connaissance de l'Agence

Rappel : Q17. Savez-vous où se trouve l'Agence IDELIS à Pau et vous y êtes-vous déjà rendu ?

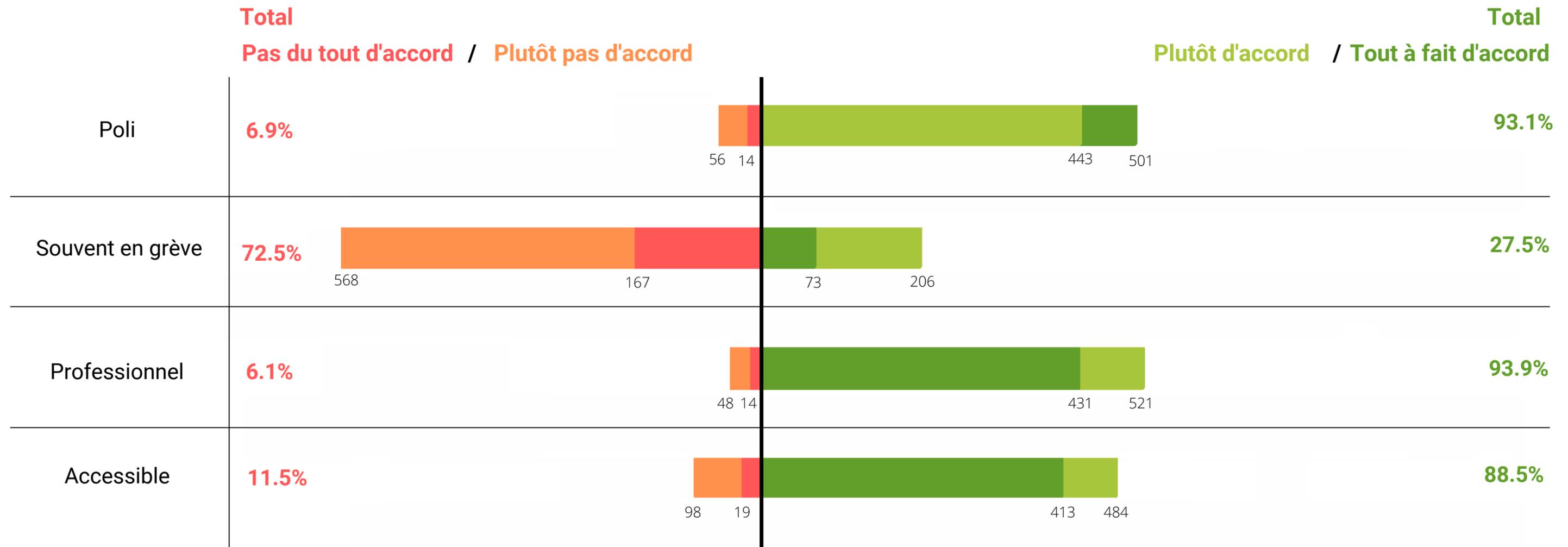


05

IMAGE DU PERSONNEL DU RÉSEAU IDELIS

Personnel de l'Agence

Rappel : Q17 bis. Concernant le personnel de l'Agence IDELIS, vous sont cités plusieurs qualificatifs, veuillez indiquer si vous êtes "tout à fait d'accord", "plutôt d'accord", "plutôt pas d'accord" ou "pas du tout d'accord".



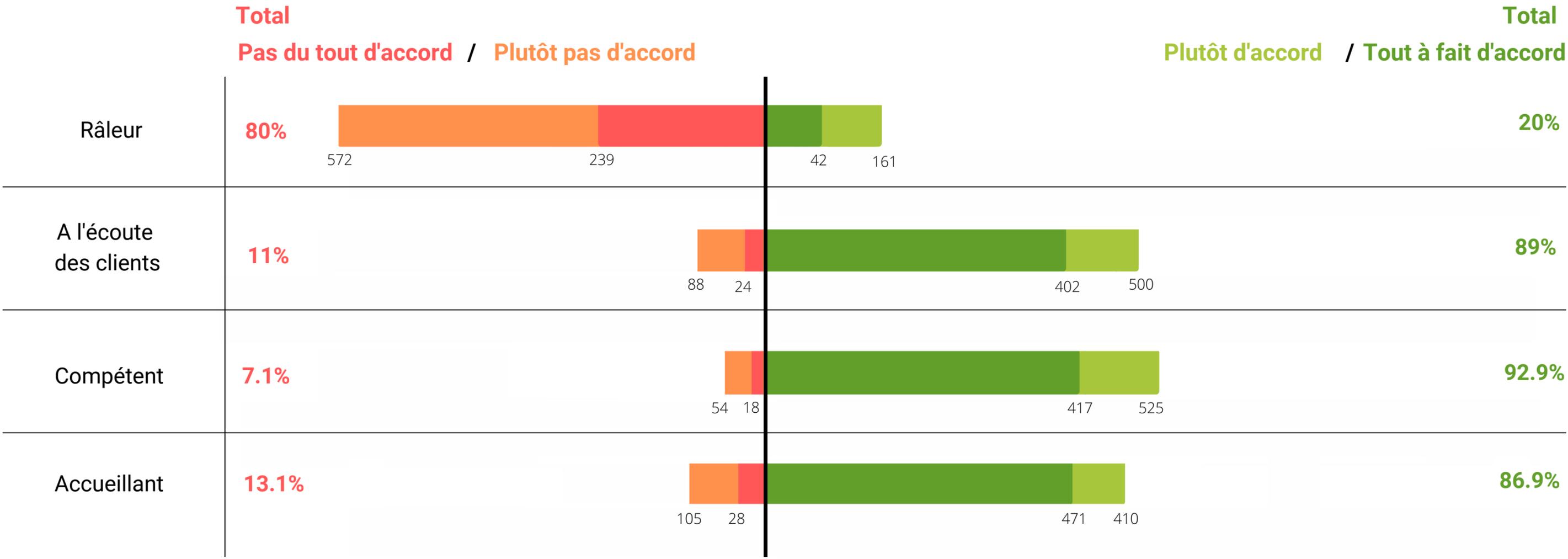
- Les points forts du personnel de l'Agence IDELIS sont la politesse, le professionnalisme, l'accessibilité, l'écoute client, la compétence et l'accueil client.
- Les enquêtés ne perçoivent pas majoritairement le personnel de l'Agence comme "souvent en grève", néanmoins les avis favorables sont supérieurs à 15%.

05

IMAGE DU PERSONNEL DU RÉSEAU IDELIS

Personnel de l'Agence

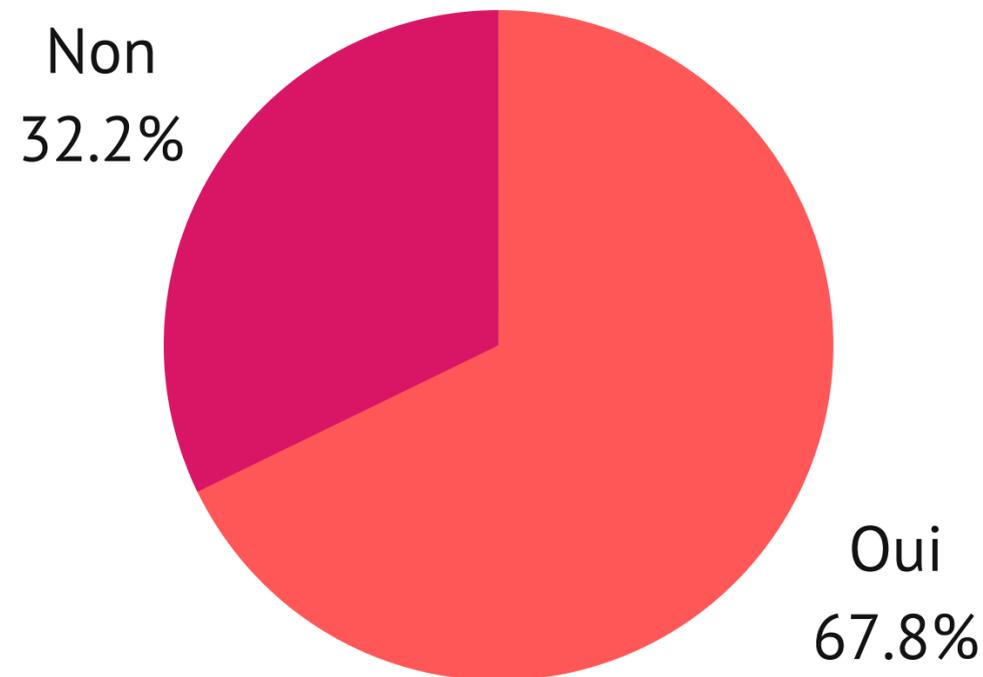
Rappel : Q17 bis. Concernant le personnel de l'Agence IDELIS, vous sont cités plusieurs qualificatifs, veuillez indiquer si vous êtes "tout à fait d'accord", "plutôt d'accord", "plutôt pas d'accord" ou "pas du tout d'accord".



- Les enquêtés ne perçoivent pas majoritairement le personnel de l'Agence comme "rôleurs", néanmoins les avis favorables sont supérieurs à 15%.

Envie de travailler chez IDELIS

Rappel : Q18. Aimeriez-vous travailler ou voir un de vos proches travailler chez IDELIS ?



Détail des raisons négatives	
Métier routinier, répétitif, non-intéressant	16,8%
Métier fatiguant, stressant, contraignant	24,8%
Métier à risque	6,0%
Métier non valorisant, non épanouissant	16,1%
Métier où le relationnel avec la clientèle reste difficile	16,8%
Métier aux conditions de travail difficiles	11,4%
Métier pas bien rémunéré	8,1%

- Les opinions apparaissent majoritairement favorables.
- Les raisons négatives sont plutôt bienveillantes, les répondants perçoivent le métier de conducteur comme majoritairement stressant et fatiguant car cela requiert de la concentration permanente et de faire face aux incivilités des autres automobilistes.
- La situation actuelle implique aussi un relationnel difficile avec la clientèle. Les enquêtés sont bien conscients de l'augmentation des incivilités vis-à-vis des conducteurs et vont jusqu'à considérer ce métier comme à risque.

PARTIE 04



QUESTIONNAIRE

RENSEIGNEMENTS SIGNALÉTIQUES

Question : Quel âge avez-vous ?

- 16-20 ans
- 21-30 ans
- 31-40 ans
- 41-60 ans
- Plus de 60 ans

Question : Sexe

- Homme
- Femme

Question : Concernant votre situation, vous êtes :

- Collégien/Lycéen
- Etudiant
- Agriculteur/Exploitant
- Salarié
- Demandeur d'emploi
- Retraité
- Homme ou Femme au foyer
- Sans activité professionnelle

Question : Dans quelle commune êtes-vous domicilié ?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Pau | <input type="checkbox"/> Lée | <input type="checkbox"/> Poey de Lescar |
| <input type="checkbox"/> Lons | <input type="checkbox"/> Million | <input type="checkbox"/> Beyrie-en-Béarn |
| <input type="checkbox"/> Billère | <input type="checkbox"/> Morlaàs | <input type="checkbox"/> Aussevielle |
| <input type="checkbox"/> Jurançon | <input type="checkbox"/> Serres-Morlaàs | <input type="checkbox"/> Bougarber |
| <input type="checkbox"/> Gan | <input type="checkbox"/> Sendets | <input type="checkbox"/> Denguin |
| <input type="checkbox"/> Bizanos | <input type="checkbox"/> Ousse | <input type="checkbox"/> Siros |
| <input type="checkbox"/> Mazerès-Lezons | <input type="checkbox"/> Artigueloutan | <input type="checkbox"/> Arbus |
| <input type="checkbox"/> Uzès | <input type="checkbox"/> Montardon | <input type="checkbox"/> Artiguelouve |
| <input type="checkbox"/> Rontignon | <input type="checkbox"/> Navailles-Angos | <input type="checkbox"/> Aubertin |
| <input type="checkbox"/> Bosdarros | <input type="checkbox"/> Serres-Castet | <input type="checkbox"/> St Faust |
| <input type="checkbox"/> Gelos | <input type="checkbox"/> Sauvagnon | <input type="checkbox"/> Laroin |
| <input type="checkbox"/> Aressy | <input type="checkbox"/> Lescar | <input type="checkbox"/> Autre : ... |
| <input type="checkbox"/> Idron | <input type="checkbox"/> Uzein | |

Question 2 : Le nom du réseau de transport en commun de Pau Béarn Pyrénées Mobilité est IDELIS. Pour les trois affirmations suivantes vous allez me dire si vous êtes « tout à fait d'accord », « plutôt d'accord », « plutôt pas d'accord » ou « pas du tout d'accord ».

IDELIS est un nom ...	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
Dynamique				
Moderne				
Facilement mémorisable.				

Question 3 : Pour vous, IDELIS est :

- A) Un service
- B) Une entreprise

Question 4 : Si réponse A : Selon vous, IDELIS est un service géré par :

- La ville de Pau
- Le département des Pyrénées-Atlantiques
- La région Aquitaine
- Une entreprise privée
- Autre

Question 4 : Si réponse B : Selon vous, IDELIS est une entreprise gérée par :

- La ville de Pau
- Le département des Pyrénées-Atlantiques
- La région Aquitaine
- Un groupe privé. Ex : Veolia, SNCF, KEOLIS
- Autre

Question 5 : Pouvez-vous me citer UN service proposé par IDELIS en plus des bus ?

Question 6 : A présent, voici différents services proposés par IDELIS. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si vous le connaissez, même de nom, et si vous l'utilisez.

	Connait et utilise	Connait mais n'utilise pas	Ne connait pas et n'utilise pas
Bus IDELIS			
Vélos en libre-service <u>IDEcycle</u>			
Vélos en location <u>IDEcycle</u>			
<u>Flexilis</u>			
<u>Libertis</u>			
Ovaligne			
<u>Coxitis</u>			
Parking-Relais			
<u>Scolaris</u>			
Les lignes de 801 802, 804, 805...			

COMMUNICATION

Question 7 : Selon vous, le logo d'IDELIS consiste en :

- Un bus vert
- Le mot IDELIS
- Une représentation des Pyrénées
- Une série de pictogramme représentant différents moyens de transport

Question 8 : Voici le logo d'IDELIS. Diriez-vous que...

	Oui	Non
Le logo vous plait		
Le logo est trop simple		
Le logo est moderne		
Le logo est important pour vous		

Question 9 : Parmi les différents moyens de communication suivants mis en place par IDELIS, veuillez indiquer si vous les connaissez, même de nom, et si vous les utilisez.

	Connait et utilise	Connait mais n'utilise pas	Ne connait pas et n'utilise pas
Application mobile IDELIS			
Site internet Idelis.fr			
Ecrans dans les bus			
Facebook d'IDELIS			
Twitter d'IDELIS			
Instagram d'IDELIS			
Affichage à l'intérieur des bus			

IMAGE DE LA MARQUE

Question 10 : Pour chacune des affirmations suivantes, veuillez indiquer si vous êtes « tout à fait d'accord », « plutôt d'accord », « plutôt pas d'accord » ou « pas du tout d'accord ».

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
On peut avoir confiance en Idelis.				
Idelis offre une bonne qualité de service.				
Idelis fait preuve d'innovation.				
Idelis est à l'écoute de ses clients.				
Idelis participe activement à la vie culturelle locale				
Idelis essaie de gagner le maximum d'argent.				
Idelis est soucieux du développement durable.				
Idelis communique régulièrement sur ses services.				
Idelis est un partenaire des clubs sportifs locaux.				

NOTORIETE ET IMAGE DES DIFFERENTS SERVICES

Question 11 : Selon vous, à quoi fait référence le nom « Fébus » ?

- BHNS ou Bus à Haut Niveau de Service
- Bus
- Bus de la ligne F
- Fébus ou Gaston Fébus, Seigneur du Béarn et comte de Foix

Question 12 : Selon vous, le Fébus, qui est un bus à haut niveau de service, fait-il partie réseau du d'IDELIS ou est-il un service à part ?

- Il fait partie d'IDELIS
- Il est un service à part, ne faisant pas parti d'IDELIS
- Ne se prononce pas

Question 13 : Selon vous, quelle est la particularité du Fébus ? (réponse à choix multiples)

- Il est rapide
- Il fonctionne à l'hydrogène
- Il a un design particulier
- Il a plus de fréquence de passage
- Autre :

Question 14 : Selon vous, combien coûte un ticket de transport Fébus ? (réponse à choix multiples)

- 1 €
- 1,20 €
- 2 €
- 2,20 €
- 3,20 €

Question 15 : Cochez la case lorsque vous êtes d'accord avec l'affirmation. « Ce moyen de transport est... ». (Réponse à choix multiples)

Ce moyen de transport est...	Bus <u>Idelis</u>	Vélos en libre-service <u>IDEcycle</u>	<u>Fébus</u>	Marche	Voiture
Cher					
Pratique					
Stressant					
Fatigant					
Confortable					
Moderne					
Contraignant					
Respectueux de l'environnement					

IMAGE DU PERSONNEL DU RESEAU IDELIS

Question 16 : Concernant les CONDUCTEURS DE BUS et CONTRÔLEURS : vous sont cités plusieurs qualificatifs, veuillez indiquer si vous êtes « tout à fait d'accord », « plutôt d'accord », « plutôt pas d'accord » ou « pas du tout d'accord ».

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
Polis				
Souvent en grève				
Professionnel				
Accessible				
Râleur				
A l'écoute des clients				
Compétent				
Accueillant				

Question 17 : Savez-vous où se trouve l'Agence IDELIS à Pau et vous y êtes-vous déjà rendu ?

- Oui, Place d'Espagne et s'y est déjà rendu (=> faire question 21 bis)
- Oui, Place d'Espagne, mais ne s'y est jamais rendu
- Non et ne s'y est jamais rendu

Question 17 bis : Si oui et s'y est déjà rendu: Concernant le personnel de l'Agence IDELIS, vous sont cités plusieurs qualificatifs, veuillez indiquer si vous êtes « tout à fait d'accord », « plutôt d'accord », « plutôt pas d'accord » ou « pas du tout d'accord ».

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
Polis				
Souvent en grève				
Professionnel				
Accessible				
Râleur				
A l'écoute des clients				
Compétent				
Accueillant				

Question 18 : Aimeriez-vous travailler ou voir un de vos proches travailler chez IDELIS ?

- Oui
- Non (=> faire 22 bis)

Question 18 bis : si non : Pourquoi ?

UTILISATION DU RESEAU

Question 22 : A quelle fréquence utilisez-vous les bus du réseau IDELIS ?

- Tous les jours ou presque (=> faire question 28 bis)
- 1 à 3 fois par semaine
- 1 à 3 fois par mois
- Quelques fois par an
- Jamais

Question 22 bis : Si tous les jours ou presque : Combien de fois par jour ?

- 1 fois
- 2 à 3 fois
- Plus de 3 fois

Question 23 : Quel type de titre de transport utilisez-vous habituellement sur le réseau IDELIS ?

- Abonnement mensuel
- Abonnement annuel
- Un ticket

Question 24 : Depuis combien de temps utilisez-vous les transports en commun de Pau et ses environs ?

- Moins de 6 mois
- Entre 6 mois et 1 an
- Entre 1 an et 2 ans
- Plus de 2 ans

FIN DU QUESTIONNAIRE

FIN DE L'ENQUÊTE. Merci de votre participation. A bientôt sur nos lignes IDELIS.