

# LE TRANSPORT COLLECTIF EN RÉGION

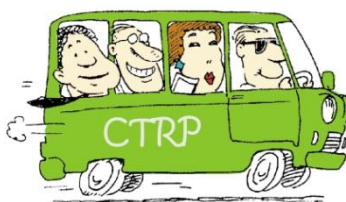


Répondre à un besoin réel – La clé du succès

Par : Maryse Perron, Corporation de transport régional de Portneuf

Doris Julien, Société d'aide au développement de la collectivité.

Corporation de transport régional de Portneuf



## SITUATION ET POPULATION<sup>1</sup>

La MRC de Portneuf se situe sur la rive nord du fleuve Saint-Laurent, entre les agglomérations de Québec et de Trois-Rivières.

La MRC de Portneuf repose sur un vaste territoire de 4 095 kilomètres carrés composé de montagnes, de forêts, de terres agricoles et d'une multitude de lacs et de rivières. La région s'étend d'est en ouest sur 58 kilomètres et du nord au sud sur 91 kilomètres.

La MRC de Portneuf constitue le cadre de vie d'un peu plus de 46 000 personnes. Elle s'avère la MRC la plus peuplée de la région 03. La MRC regroupe 18 municipalités dont les territoires localisés dans sa partie sud couvrent près des deux tiers de l'espace régional, l'autre tiers étant constitué de territoires non organisés (TNO Lac-Blanc, TNO Linton et TNO Lac-Lapeyrière).

## UN PEU D'HISTOIRE

- De l'idée au service
- Les sondages
- Le membership

Année 2000

**Mars** Rencontre exploratoire organisée par la Société d'aide au développement de la collectivité (SADC) de Portneuf parce que le manque de transport est une problématique qui revient souvent dans Portneuf (tables de concertation, comités de développement, etc.). Invités : Micheline Verreault, présidente du Transport ajusté 2000 et Marcel Bélanger, CLSC de Matane.

Plus de trente intervenants et partenaires potentiels étaient présents. De ce nombre une quinzaine ont laissé leur nom pour faire partie d'un éventuel comité. En 2010, cinq de ces personnes siègent toujours au conseil d'administration de la CTRP !

Année 2001

**Juin** La MRC de Portneuf prend en charge la gestion du projet. Un nouveau comité de travail est formé afin d'examiner la problématique du transport de personnes dans Portneuf. Première subvention du ministère des Transports de 20 000 \$ pour réaliser une étude sur les besoins en transport.

---

<sup>1</sup> : Source MRC de Portneuf

Année 2002

**Mai** Un sondage SOM est réalisé auprès de la population pour connaître les besoins en transport sur son territoire. Embauche du premier employé pour élaborer une stratégie de développement.

---

Année 2003

**Avril** La Corporation de transport régional de Portneuf devient un organisme légalement constitué.

---

Année 2004

**Dans l'année** Dépôt du plan d'affaires pour l'implantation d'un service de transport collectif dans Portneuf. Recherche de partenaires financiers. Mise en place d'outils de gestion. Préparation des contrats d'entente avec les transporteurs.

---

Année 2005

**Septembre** **Lancement officiel des opérations de la CTRP.**

**Octobre** Premier billet vendu en transport collectif. Nous avons déjà 130 membres. Mise en place d'une banque de données.

**Décembre** Lancement officiel du site Internet de la corporation : [www.transportportneuf.com](http://www.transportportneuf.com)

---

Année 2006

**Janvier** La CTRP compte 330 membres en transport collectif et en covoiturage.

**Avril** Développement de liens avec les bulletins municipaux pour la promotion de nos activités. Rencontre des organismes communautaires du milieu.

**Juillet/Août** Réalisation d'un sondage pour l'organisation d'un autobus vers Québec (une journée par mois). Les résultats démontrent qu'il y a un besoin dans l'Est (Saint-Raymond, Saint-Basile et Pont-Rouge).

**Octobre** Démarrage du projet pilote pour l'autobus mensuel vers Québec. Un mois plus tard, nous constatons que l'achalandage permet de couvrir presque totalement les frais encourus pour la location de l'autobus. Nous poursuivons le service et nous regardons s'il est nécessaire et possible d'offrir de nouveaux trajets.

---

Année 2007

**Janvier** Nous comptons actuellement plus de 650 adhérents.

**Mars** Le transport collectif fait partie des engagements politiques des différents candidats de l'élection provinciale.

---

- Mai** Période de sondage pour offrir un autobus ramenant les étudiants dans Portneuf les fins de semaine. En juillet, devant des résultats de sondage non significatifs, la CTRP abandonne le projet d'autobus pour les étudiants.
- Été** Montage d'un DVD corporatif et d'un statique. Le lancement se fait en octobre.
- Octobre** La MRC de Portneuf confie à la Commission du développement social et économique le mandat de se pencher sur la question du transport collectif dans Portneuf et de formuler des recommandations.
- Novembre** Nomination au Gala Valoris dans la catégorie « *Engagement social et communautaire* ».
- La MRC adopte une résolution permettant d'accéder à une subvention maximale de 100 000 \$ du ministère des Transports, pour l'année 2008.
- Décembre** **L'étude GENIVAR** visant à documenter les impacts socioéconomiques du transport en milieu rural démontre des résultats probants pour notre région. La valeur économique de notre service se traduit par un ratio bénéfices / coûts de 5,47 \$, grâce à l'important volume de demandes en **covoiturage**.

---

Année 2008

- Janvier** Nous dénombrons plus de 850 membres en covoiturage et en transport collectif.
- Plusieurs rencontres se déroulent, entre les mois de février et août, avec la Commission de développement social et économique de la MRC pour avoir un portrait global des besoins et des offres en transport dans la MRC. C'est en septembre que la commission dépose le rapport concernant le transport collectif dans la MRC de Portneuf.
- Décembre** Le Conseil de la MRC de Portneuf, suite au dépôt du rapport de la commission, mandate la Corporation de transport régional de Portneuf (CTRP) pour mener à terme le développement du transport collectif.

---

Année 2009

- Janvier** La Corporation de transport compte actuellement 998 membres.
- Février** La Corporation de transport déménage à St-Raymond.

- Mai** Rencontre avec la MRC de la Jacques-Cartier pour regarder la possibilité d'offrir conjointement une navette journalière vers Québec. Coût exorbitant, dossier fermé. On regarde pour un autre parcours.
- Été** Début des rencontres avec les élus pour avoir des espaces pour les stationnements incitatifs.
- Septembre** Présentation aux élus d'un nouveau parcours pour la navette journalière : St-Raymond, Pont-Rouge, Neuville et Québec.
- 

Année 2010

- Janvier** La Corporation de transport compte actuellement 1040 membres. Les premiers stationnements sont mis en place et offerts à la population.
- Mai** Début de la navette journalière vers Québec.
- 

Un peu de tout

Comme tout organisme, nous devons transmettre l'information à nos administrateurs (conseils d'administration, comités exécutifs, assemblées générales annuelles [avec invitation à la population]), ce qui représente beaucoup de paperasserie et de planification. De plus, pour la régie interne, nous avons développé une banque de données des usagers que nous mettons à jour régulièrement.

La recherche de partenaires financiers demeure un élément majeur pour la survie de l'organisme, c'est pourquoi d'importantes démarches doivent être régulièrement réalisées auprès de partenaires potentiels. Ce qui signifie une production importante de documents.

De plus, pour garder l'intérêt de la population, nous avons élaboré une stratégie de communication répétitive (communiqués, achat de publicité, articles promotionnels et site Internet).

Nous avons participé à différents événements et siégé à d'autres comités pour nous faire connaître. Tout cela a permis que l'on parle de nous.

Pierre angulaire du succès d'une entreprise, la main-d'œuvre. Entre 2002 et 2010, six coordonnateurs se sont succédés à la direction de l'organisme.

De 2001 à 2007, la subvention maximale pouvant être octroyée par le ministère des Transports était de 20 000 \$ et depuis 2008, on parle d'un maximum de 100 000 \$.

## CONNAÎTRE LES BESOINS

- Qui a des besoins?
- Origine des demandeurs
- Destinations les plus en demande
- À quelle fréquence?

Les études et les sondages nous aident à connaître le portrait en transport de notre région : Y a-t-il des besoins? Quelles sont nos forces et nos faiblesses? Connaître les services existants, leur clientèle et les territoires desservis.

Mais pour implanter des services de transport collectif il faut en savoir plus, obtenir des réponses à ces questions essentielles.

Pour y arriver la CTRP a utilisé le membership, un moyen très fiable et très peu dispendieux. Lors de leur inscription, il est demandé aux membres de remplir une fiche contenant des questions qui nous permettent de connaître leurs besoins de déplacements réguliers. En compilant ces réponses, le portrait des besoins de chaque municipalité se précise peu à peu.

## INSTAURER DES INCITATIFS

- Faire connaître l'organisme
- Augmenter l'intérêt
- Faciliter l'implantation

Parallèlement à la recherche de membres et à la compilation des données, il faut instaurer des incitatifs.

Nous offrons aux membres différents services qui, avec un peu de promotion, augmentent l'intérêt envers la corporation et ses objectifs.

Le premier incitatif développé fut le jumelage gratuit en covoiturage. Très apprécié et populaire, le service offre de mettre en lien, les conducteurs et les passagers, qui ont un itinéraire et un horaire semblable. Ce service gratuit a permis d'augmenter copieusement le nombre de membres de la corporation.

## DES STATIONNEMENTS INCITATIFS

- Gratuits
- Entretenus
- Accessibles
- Identifiés
- Sur tout le territoire

Réalisés grâce à une aide financière de la SADC de Portneuf, ces stationnements gratuits sont de beaux exemples de la collaboration et de la participation du milieu. Pensés en fonction qu'ils deviennent les points d'embarquement de nos futurs services de transport par autobus, les emplacements devront être accessibles, centrés et à proximité des grands accès routiers. Ils nous ont été désignés par les municipalités, sont entretenus et déneigés par celles-ci. La corporation veille à l'identification, à l'affichage et en fait la promotion. En tout, 18 emplacements totalisant 209 places de stationnements sur tout le territoire ont été mis à la disposition des covoitureurs en janvier 2010.

## LA LOGISTIQUE *Trouver l'idéal*

- Le parcours
- La fréquence
- L'horaire
- Le tarif
- Les conditions d'utilisation
- Le véhicule
- Le chauffeur

### LE PARCOURS

Selon des études, la durée acceptable d'un parcours de transport collectif ne doit pas excéder 1 h 30. L'itinéraire doit être semblable au trajet utilisé par la clientèle possédant une voiture et faire le moins de détours possible.

Pour notre première ligne d'autobus, nous avons sélectionné trois municipalités qui sont situées sur un même axe routier et d'où provenaient de nombreuses demandes pour du

transport vers Québec, les villes de Saint-Raymond, Pont-Rouge et Neuville. La clientèle ciblée étant les étudiants et les travailleurs, la gare d'autobus Sainte-Foy, les Cégeps de Sainte-Foy, St. Lawrence, François-Xavier-Garneau, l'Université Laval, et la Colline parlementaire furent les points de débarquement choisis. Sur tout le territoire de la ville de Québec, le service utilise les infrastructures du RTC pour faire descendre les usagers.

## LA FRÉQUENCE

La fréquence idéale serait du lundi au dimanche, avec plusieurs départs et plusieurs retours chaque jour, mais ... Le transport étant également une histoire de gros sous, chaque départ supplémentaire prend comme premier passager monsieur budget.

Afin de respecter les sommes octroyées pour ce service, nous avons dû nous en tenir à un départ en matinée et un retour en fin de journée, du lundi au vendredi.

## L'HORAIRE

Respecté sans faute, l'horaire doit être simple et facile à comprendre. Idéalement, il doit être adapté à la clientèle ciblée et demander le minimum de concession à l'utilisateur. Pour notre service ayant un seul départ, le choix n'a pas été facile. Le départ s'effectue tôt le matin pour une arrivée à la Colline parlementaire (le terminus) à 8 h 15. Le retour est prévu à 16 h 30 pour atteindre le dernier stationnement de Saint-Raymond à 18 h 00.

## TARIFS ET CONDITIONS

Nous devons impérativement garder en tête que nous souhaitons que nos transports collectifs cadrent dans les objectifs de développement de transports durables. Et qu'idéalement ils deviennent une alternative à la voiture pour les gens de notre région.

L'équilibre est très mince entre ce qui est viable comme tarif pour le budget de l'organisme, et acceptable pour l'utilisateur. Un idéal qui souvent peut être difficile à atteindre et doit être mûrement réfléchi.

Nous avons choisi de lancer notre service avec un tarif de base imbattable, ayant comme objectif d'attirer les utilisateurs de voiture en leur offrant des économies substantielles. Nous avons donc offert trois choix : le billet individuel à 4 \$, la carte de 10 billets à 35 \$ et le laissez-passer mensuel à 100 \$. Toutes ces options étant disponibles chez des dépanneurs du coin et dans les bureaux municipaux. Cette recette gagnante s'est avérée, avec le succès phénoménal de notre service, être de gestion beaucoup trop lourde. Les usagers n'aimaient pas avoir à se prémunir de billets avant l'embarquement et les points de vente situés dans plusieurs municipalités devaient être réapprovisionnés beaucoup trop fréquemment.

Nous avons corrigé la situation en munissant notre autobus d'une boîte perceptrice d'argent et en retirant la carte de 10 billets. Il n'y a maintenant que deux tarifs : 4 \$ le passage et le laissez-passer à 100 \$ ce qui a amélioré grandement la situation et a été perçu par les usagers comme une amélioration des conditions d'utilisation.

## LE VÉHICULE ET LE CHAUFFEUR

### Le véhicule

Un véhicule de 26 places adapté pour le transport de deux fauteuils roulants a été préféré par la CTRP. Le véhicule est un Mercedes de type scolaire modifié, avec suspension améliorée. Nous avons tous connu l'expérience de l'autobus scolaire. C'est pourquoi la corporation a exigé des sièges individuels avec appuie-tête et appuie-bras ainsi que la climatisation. L'autobus est blanc et est clairement identifié aux couleurs de la CTRP.

Les commentaires sur le confort et l'apparence de notre autobus sont excellents. La popularité de notre navette pour Québec a été telle que nous avons été obligés de revoir la capacité du véhicule.

### Le chauffeur

Voilà un point très important qui revient souvent dans les sondages et les commentaires. Notre clientèle apprécie les chauffeurs conviviaux et agréables et elle ne se prive pas pour nous le faire savoir. Allant même jusqu'à affirmer que le chauffeur fait une différence sur la fréquence de leur utilisation du transport.

Ce chauffeur doit également être, pour l'organisme, disponible et collaborateur, car au départ, les petits ajustements et les modifications risquent d'être nombreux et la collaboration du chauffeur est un élément clé de la réussite.

## LES ENTENTES ... Prévoir de la SOUPLESSE

- Avec les bailleurs de fonds
- Avec le transporteur sélectionné
- Avec les municipalités desservies
- Avec les villes destinations

Bien des ententes doivent être conclues pour mettre sur pied et maintenir un système de transport collectif durable. Une seule phrase résume le contenu de ces ententes : prévoir de la souplesse. De la souplesse pour s'ajuster, pour modifier ou pour bonifier.

## À L'ÉCOUTE DES USAGERS

- Le service à la clientèle
- Le membership
- Les sondages

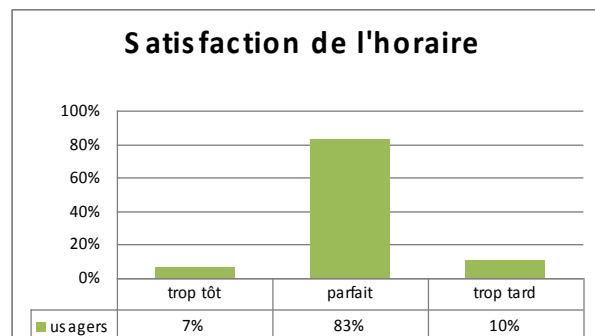
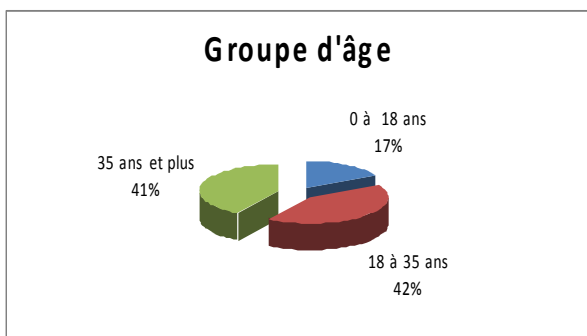
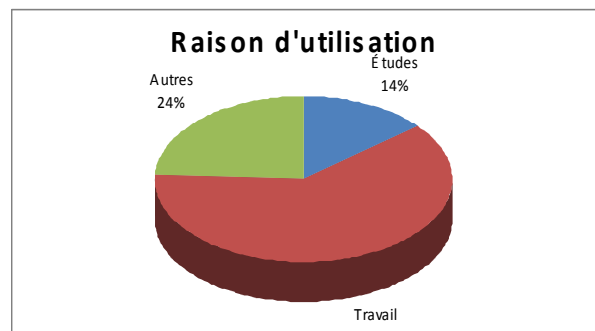
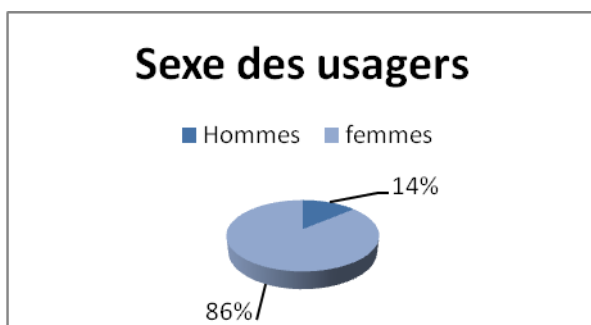
Le service à la clientèle est primordial et souvent gage de réussite. Pour offrir un transport qui répond adéquatement aux besoins, il est impératif d'être à l'écoute des usagers. Le membership et les sondages sont des outils pour déterminer : qui utilise le service? Pourquoi l'utilisent-ils? Connaître leur satisfaction et leurs suggestions pour améliorer le service.

Et souvent, les données recueillies peuvent être très révélatrices.

## DES DONNÉES RÉVÉLATRICES

Notre clientèle est composée à 86 % de femmes. Les gens montent à bord pour se rendre au travail dans une proportion de 62 %, tandis que 14 % l'utilise pour se rendre à l'école. Tous les groupes d'âge sont représentés à bord et la très grande majorité d'entre eux sont satisfaits de l'horaire. Les commentaires recueillis nous ont permis de connaître leur satisfaction et la reconnaissance qu'ils avaient envers la qualité du chauffeur.

Dix-huit semaines après la mise en service, 22 passagers prennent l'autobus régulièrement. Nous avons transporté 2530 personnes et nous connaissons une croissance d'utilisation constante depuis le tout premier jour du lancement.



## LA CLÉ DE LA RÉUSSITE

- Répondre à un besoin
- Faire parler de vous
- Rendre l'utilisation facile
- Créer l'habitude

Sans ne jamais oublier qu'il faut savoir ...S'adapter

## INVESTISSEMENT COLLECTIF

- La participation du milieu
  - Rallier plusieurs partenaires de différents secteurs (concertation du milieu à une cause commune).
  - Valider les perceptions par des études, des sondages.
  - Répondre le plus possible aux besoins de la population en matière de transport collectif tout en gardant les deux pieds sur terre (coût abordable et sources de revenu).
  - Tenir la population informée du pourquoi le projet se réalise ou non.
  - Être complémentaire aux services en place.
  - Lentement, à petits pas...

Pour offrir ce service collectif, nous avons et aurons toujours besoin de supports financiers et de collaboration afin de développer, d'améliorer et de répondre aux demandes des usagers. De là l'importance du support des gouvernements, des municipalités, des organismes et de l'appui de la collectivité pour la poursuite et le développement des services.

- Support des municipalités, de la MRC

S'agit-il d'un besoin réel? Ne pas savoir jusqu'où il faudra aller conduit à de l'appréhension. On ne peut se baser sur rien et surtout ne pas anticiper les demandes futures. Seront-elles réalistes et réalisables? Crée-t-on un besoin?

## ▪ Aide financière gouvernementale

Peu importe le palier gouvernemental, il faut que les exigences soient réalistes et adaptées aux milieux. Par exemple : l'aide financière fournie par la SADC pour les stationnements incitatifs, n'est pas reconnue comme une contribution du milieu par le ministère des Transports (1/3 – 2/3).

Pour mettre fin à nos problématiques récurrentes de financement, le gouvernement, dans un souci d'équité, devrait concéder les mêmes mesures qui sont offertes au transport urbain (contribution de 30 \$ par immatriculation). Nous sommes conscients que les services en région sont moins élaborés, donc une redevance adaptée à cette réalité (par exemple 10 \$ par véhicule) permettrait de nous concentrer sur le développement et l'amélioration des services proposés en région.

## ... Pourquoi?

C'est un plus pour la MRC, un support au développement social et économique.

- Pour garder et attirer de nouveaux résidents.
- Pour accroître la qualité de vie de la population.
- Pour faciliter l'accès aux différents services et entreprises.
- Pour sensibiliser la population et les entreprises aux bienfaits qu'engendre ce service pour l'environnement.

Notre enthousiasme était-il trop grand, nos perceptions erronées, nos sondages inexacts? Il semblerait que non puisque nous avons constaté, après seulement quelques semaines de service, que notre autobus ne pourrait répondre longtemps à la demande. En effet, même pendant la période estivale, statistiques à l'appui, il nous a fallu reconnaître qu'un 26 places n'était pas suffisant. Nous avons donc contacté notre transporteur pour ouvrir le dossier afin de négocier un autobus de 40 places, dont deux places adaptées.