A photograph of a modern tram with a white body and a vibrant rainbow-colored livery. The tram is positioned on a cobblestone street with tram tracks, moving towards the viewer. In the background, there are European-style buildings under a clear blue sky. A blue text box is overlaid on the left side of the image.

Plusieurs enquêtes en ligne vous ont été proposées au cours de l'année 2014, afin de toujours mieux comprendre vos attentes.

Vous avez été nombreux à y répondre, nous vous en remercions et vous proposons les principaux résultats.

Janvier
2015

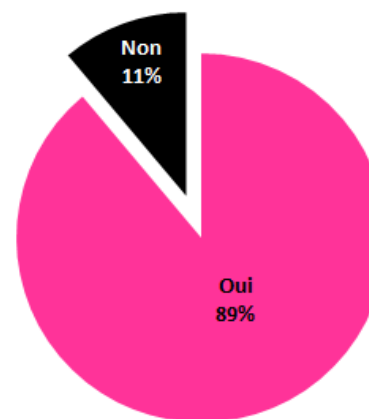
irigo

Décembre 2013 : mieux comprendre vos déplacements liés aux fêtes de fin d'année

La première enquête a été lancée dès le mois de décembre 2013, et concernait **les déplacements spécifiques liés aux fêtes de fin d'année**. Ces fêtes constituent pour la moitié d'entre vous une source de déplacements supplémentaires.

Cependant, ces déplacements ressemblent à ceux que vous réalisez déjà, puisqu'ils se font surtout avec les lignes Irigo, et même sur les lignes que vous utilisez déjà.

Utiliserez-vous les lignes Irigo ?



Si vous allez presque tous dans le centre ville d'Angers, près des trois quarts d'entre vous sont aussi amenés à fréquenter les grands centres commerciaux. 90 % envisagent de se déplacer plus souvent en semaine, 64 % le samedi, et 33 % le dimanche.

Les résultats de cette enquête nous ont donc confortés dans l'idée de renforcer les dessertes, notamment le dimanche 21 décembre sur la ligne de tramway.

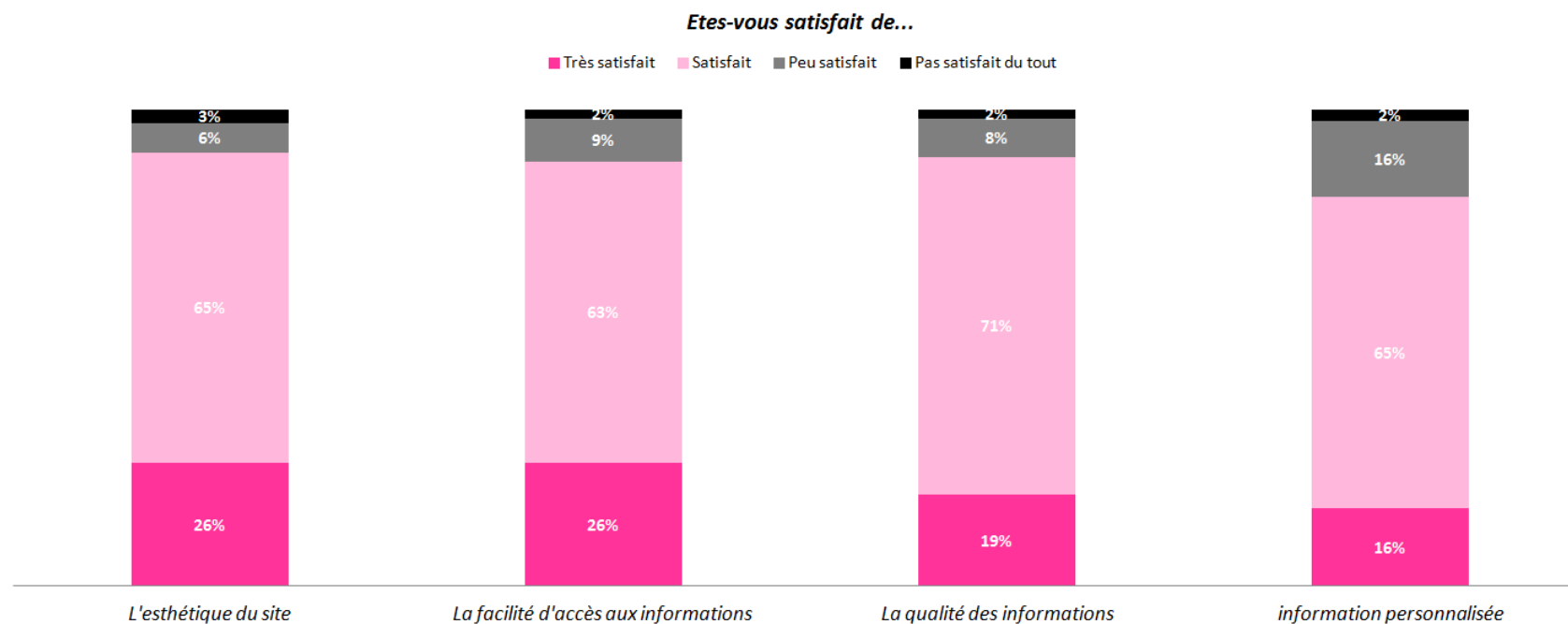


Janvier 2014 : évaluer la satisfaction des utilisateurs du site internet

Une deuxième enquête vous a été adressée en janvier 2014, pour évaluer [la satisfaction des utilisateurs du site irigo.fr](#).

L'une des principales informations que nous avons retenue concerne la fréquence de consultation du site, puisque vous êtes la moitié à le consulter au moins une fois par jour.

Les rubriques les plus utilisées concernent l'organisation de vos déplacements : « Horaires à l'arrêt », « Calcul d'itinéraires » et « Horaires d'une ligne ». Vous êtes près de 95 % à indiquer trouver « toujours » ou « la plupart du temps » les informations recherchées.



Votre très large satisfaction n'empêche pas certaines demandes de nouvelles fonctions, y compris pour les pages que vous consultez le plus. Enfin, vous seriez près de 95 % à recommander ce site à l'un de vos proches, ce qui est un score remarquable.

Nous veillons donc à maintenir à jour les informations sur le site, avec la plus grande vigilance, afin de conserver votre confiance.



Juin 2014 : retour sur les horaires spécifiques au mois de mai

Le troisième sujet d'enquête concernait **l'information sur les horaires appliqués les lendemains des 3 jeudis fériés en mai 2014**.

En effet, les deux premiers vendredis étaient situés pendant les vacances scolaires, et ont vu leurs horaires modifiés (remplacés par ceux du samedi) ; à l'inverse, le troisième a conservé ses horaires classiques de semaine.

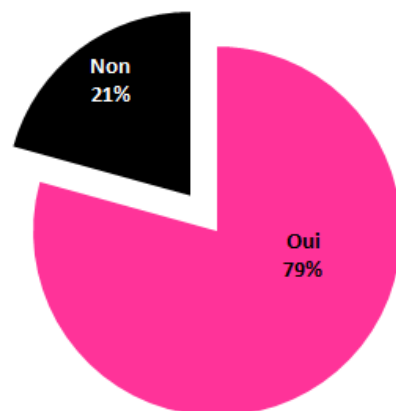
L'objectif de cette enquête était de savoir si le changement d'horaires intervenu les 2 et 9 mai avait été remarqué et pénalisant.

Parmi les personnes qui se sont déplacées, 12 % n'ont pas prêté attention au changement d'horaires appliqué les 2 et 9 mai 2014.

Concernant le 3^{ème} vendredi, 30 % n'ont pas remarqué le maintien des horaires classiques.

Une large information préalable a été diffusée, limitant à 14 % la part des clients qui n'avaient pas eu connaissance de ces ajustements.

Etes-vous satisfait(e) de l'information qui a été diffusée ?



80 % d'entre vous sont satisfaits de l'information apportée à ce sujet, et vous êtes tous satisfaits du délai à laquelle elle a été diffusée.

Malgré tout, vous nous avez fait part de vos attentes pour de nouveaux supports d'information. D'ailleurs, les plus demandés existent déjà : information par sms ou par email.

Enfin, pour 30 % d'entre vous, l'application des horaires du samedi les vendredis 2 et 9 mai s'est révélée « gênante », par la baisse de fréquence et les temps d'attente qui en ont résulté.

Votre participation nous a été précieuse pour préparer l'information qui vous a accompagné durant les vacances de fin d'année.



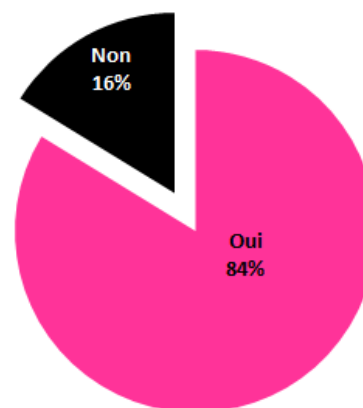
Octobre 2014 : votre regard sur la campagne de communication de la rentrée

L'enquête suivante visait à réaliser un **bilan de la campagne de communication intervenue** à la rentrée 2014, sur le thème « **Qualité de service : Irigo s'engage !** ».

Il s'agissait plus précisément de vérifier son intérêt pour vous, la visibilité des supports (affiches, dépliants...), et votre satisfaction.

Vous avez réagi très positivement à cette campagne, avec 84 % de satisfaction sur le fait d'avoir été informés sur le sujet ; le message a d'ailleurs été bien relayé, avec des supports qui ont été vus par la plupart d'entre vous.

*Etes-vous satisfait(e) d'avoir été informé(e)
sur la démarche qualité ?*



Votre intérêt sur ce sujet nous a convaincu de vous informer de façon plus régulière, et au travers des échanges plus directs.

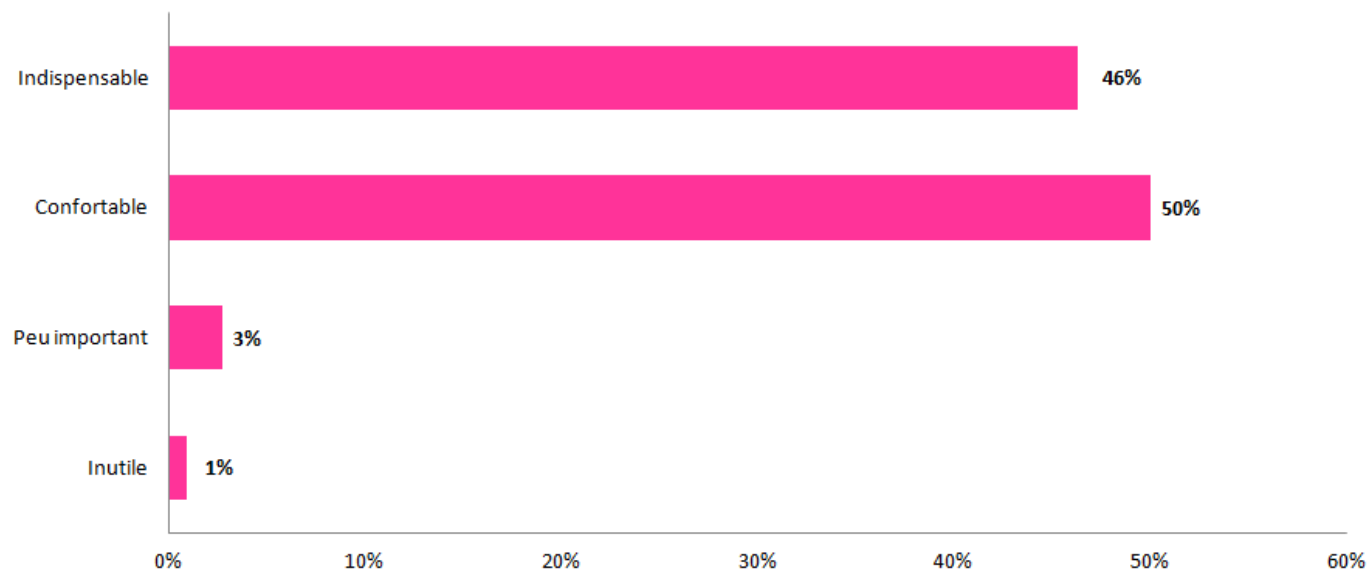
Novembre 2014 : à quoi ressemblent vos déplacements domicile – travail ?

La dernière enquête de l'année concernait vos **déplacements domicile – travail**, afin de mieux en percevoir les rythmes, y compris durant vos périodes de vacances.

Très riche d'enseignements, cette enquête a notamment mis en évidence la diversité des rythmes de vie, comme le fait que la moitié des actifs prennent tous leurs congés en dehors des petites vacances scolaires. En outre, 75 % ne partent pas pendant ces petites vacances.

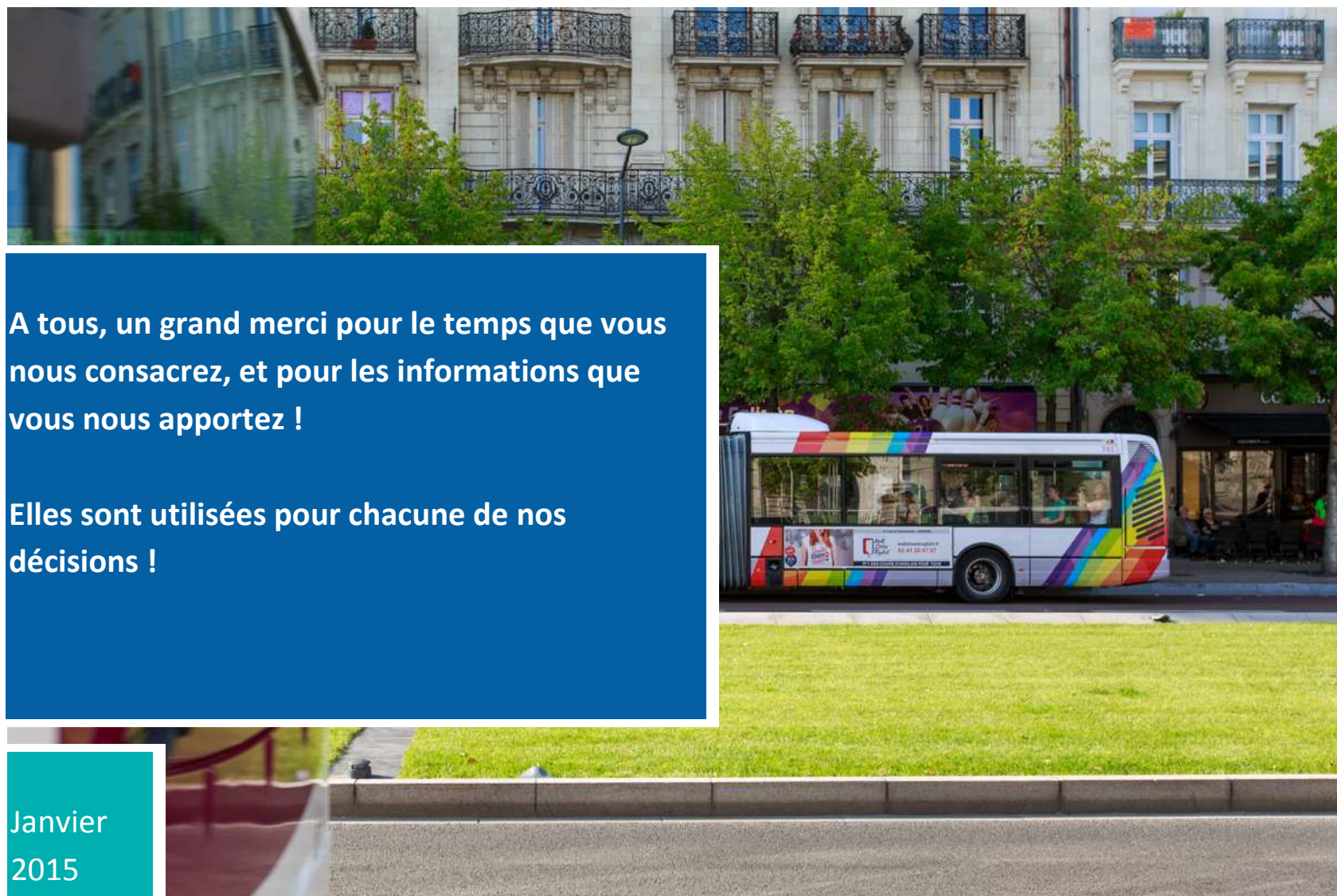
Vous êtes donc unanimes sur la nécessité de garder les mêmes horaires tout au long de l'année, avec 96 % des réponses indiquant que c'est « indispensable » ou « confortable ».

Garder les mêmes horaires de semaine tout au long de l'année, c'est :



Ces résultats nous confortent donc sur le choix qui a été fait au lancement du réseau Irigo, en juin 2011





A tous, un grand merci pour le temps que vous nous consacrez, et pour les informations que vous nous apportez !

Elles sont utilisées pour chacune de nos décisions !

Janvier
2015

irigo