L'abonne Bus

Organisation
Réseau de Transport de la Capitale (RTC)

Statut
Démarche en cours, débutée en 2002

Aperçu
Dans la ville de Québec, plus de 30 000 personnes travaillent pour le gouvernement provincial, le plus important employeur de la région. Celui-ci a choisi de prêcher par l'exemple en encourageant l'utilisation du transport en commun auprès de ses employés. Ainsi en 2001, le ministère des Transports du Québec et le Réseau de transport de la Capitale (RTC) mettaient en place un projet pilote d'abonnement au transport collectif déduit à même le salaire. Connu sous le nom de *L'abonne BUS*, ce programme compte aujourd'hui 2 831 abonnés provenant de 36 employeurs du secteur public et privé et de Communauto, un organisme de partage automobile.

Avec L'abonne BUS, chacun trouve son compte. Le RTC augmente son achalandage et fidélise sa clientèle. L'abonné profite entre autres d'un rabais sur son laissez-passer mensuel et l'employeur augmente sa visibilité auprès de ses employés et auprès du public.

Contact
Nicole Baribeau
Réseau de transport de la Capitale
Téléphone : (418) 627-2351 poste 4983
Courriel : nicole.baribeau@rtcquebec.ca

Serge Léveillée, Analyste en transport
Ministère des transports du Québec
Téléphone : (418) 643-1847
Courriel : sleveille@mtq.gouv.qc.ca

Ressources
RTC : www.stcuq.qc.ca

Ministère des Transports du Québec : www.mtq.gouv.qc.ca

Communauto : www.communauto.com

Mise en contexte

Depuis la récente vague de fusions municipales, la ville de Québec se compose de huit arrondissements, étendus sur 542 km² et où vivent 507 981 habitants (2001). Comme toutes les villes de l'Amérique du Nord, Québec connaît une motorisation individuelle toujours plus importante. En dix ans (1991-2001), le nombre d'automobiles en circulation a augmenté de 27 000, soit de 13 %. En contrepartie, la croissance de la population, durant la même période, a été de 19 000 personnes.

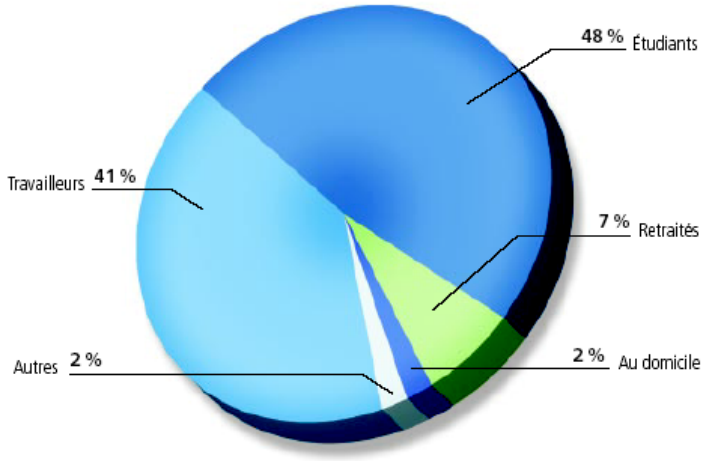
Le RTC dessert la grande région de Québec

Dotée d'un réseau autoroutier très bien développé, l'agglomération compte 22 km d'autoroutes par 100 000 habitants comparativement à 8 km pour Montréal et à 7 km à Toronto. Ceci s'explique par l'aménagement du territoire. Dans les dernières années, la croissance de la population s'est produite majoritairement dans les quartiers périphériques de la ville. Le développement résidentiel de ces quartiers demeure de faible densité. Par ailleurs, on y trouve de vastes stationnements gratuits, favorisant l'usage de l'automobile, mais peu d'infrastructures piétonnières

et d'aménagements pour faciliter l'utilisation du transport en commun.

Si la voiture gagne du terrain, le transport en commun en perd. Son achalandage demeure stable, mais son importance relative ne cesse de fléchir. En 1991, 16 % des déplacements motorisés s'effectuaient en autobus en semaine alors qu'en 2001, ce pourcentage n'était que de 10 %.

Toutefois lorsqu'on considère uniquement les déplacements des travailleurs, le portrait s'avère plus encourageant. Cette clientèle a augmenté de 12 % en cinq ans et elle constitue 41 % des passagers du transport en commun. La majorité des emplois de la région, dont 30 000 pour la fonction publique provinciale, se concentrent dans les centres-villes de Québec et de Sainte-Foy ainsi qu'à la pointe Sainte-Foy, endroits très bien desservis par les transports en commun. Les employeurs choisissent la proximité des transports collectifs comme facteur de localisation. Ainsi, la moitié des nouveaux emplois dans la ville de Québec ont été créés dans ces secteurs déjà bien desservis par le transport collectif.



Répartition de la clientèle de transport en commun selon l'occupation, Ville de Québec, 2001)

Le Réseau de transport de la Capitale gère les transports collectifs. Créé en 1969 par le gouvernement provincial, cet organisme public fournit à la population des services de transport collectif de qualité, et ce, au meilleur coût possible. Le réseau actuel du RTC comprend :

- un service régulier couvrant l'ensemble du réseau et un service Métrobus à haute fréquence sur voies réservées;
- un service Express aux heures de pointe pour la clientèle des travailleurs (et des étudiants) vers les secteurs centraux d'emploi reliant les secteurs résidentiels aux centres-villes via les autoroutes ;
- un service Couche-tard sur certains parcours tous les vendredis et les samedis en fin de soirée ainsi qu'un service Taxibus accessible dans les secteurs non desservis par le RTC.

Problématique

Les problèmes attribuables à l'utilisation croissante de l'automobile dans la ville de Québec, comme ailleurs, se font sentir de façon tangible : gaz à effet de serre, smog, bruit, engorgement du réseau routier et des stationnements, diminution de la qualité de vie, etc.

À cet égard, le transport en commun apporte un soulagement certain. Il présente aussi plusieurs avantages :

Du point de vue économique, les transports collectifs permettent aux entreprises de profiter d'un bassin de main-d'œuvre plus large et deviennent donc un facteur important de localisation. Ils offrent également aux travailleurs un plus grand accès aux divers emplois disponibles. Plus les employés prennent l'autobus, plus les espaces de stationnement se libèrent pour la clientèle des entreprises et des commerces.

L'accès au transport en commun est essentiel à de nombreuses personnes pour aller travailler, étudier, obtenir des soins de santé ou participer à des activités

culturelles et de loisirs. Une enquête de 2001 indique que 13 % des ménages de la ville de Québec n'ont pas de voiture.

Selon les données de CAA-Québec, les familles qui privilégient l'autobus plutôt que l'automobile ou celles qui abandonnent la seconde voiture économisent plus de 8 000 $ par année. Cet argent peut être injecté dans l'économie locale dans des secteurs qui apportent plus de bénéfices sociaux que celui de l'automobile.

Une utilisation moins importante de l'automobile permet de récupérer des espaces, notamment en réduisant les rues trop larges ou en diminuant le nombre de lots de stationnement. On estime qu'à Québec une superficie de 36 km^2 est utilisée à des fins de stationnement. Une partie de ces espaces pourrait être récupérée pour aménager des infrastructures piétonnières, des parcs ou des jardins publics.

Malgré les avantages indéniables du transport collectif, ses usagers bénéficient de peu de mesures préférentielles ou d'incitatifs financiers des paliers gouvernementaux.

Le RTC relève le défi d'augmenter l'achalandage du transport en commun et de fidéliser sa clientèle. À cette fin, *L'abonne BUS* constitue un instrument de marketing ciblé auprès des employés de la grande région de Québec.

Buts et objectifs

L'abonne BUS trouve ses origines dans l'initiative d'un employé du ministère des transports du Québec. Celui-ci notait que l'employeur permettait aux employés de payer le stationnement mensuel par prélèvement automatique sur le salaire. Il concluait alors que l'employeur qui faisait des efforts pour accommoder ses employés automobilistes devrait en faire autant, par souci d'équité, pour ses employés usagers du transport en commun.

L'idée d'encourager le transport en commun auprès de ses employés a fait son chemin et, en 2001, le ministère en partenariat avec le RTC mettait en place un projet pilote d'abonnement au transport collectif perçu à même le salaire, *L'abonne BUS*. Ce projet s'arrimait avec la mission même du ministère : assurer une fluidité des personnes et des marchandises par des moyens de transport sécuritaires et durables. De plus, il s'intégrait parfaitement à la lutte contre les gaz à effet de serre (GES) dans le cadre du programme Employeur du Plan d'action québécois sur les changements climatiques.

Pour le RTC, *L'abonne BUS* constituait un moyen de fidéliser la clientèle actuelle, en faisant en sorte que le client n'ait à prendre sa décision d'acheter le laissez-passer qu'une seule fois dans l'année et non à tous les mois. Le client qui possède le laissez-passer mensuel augmente son utilisation de l'autobus pour d'autres occasions que le déplacement au travail. Les avantages du programme permettent également de recruter une nouvelle clientèle.

Pour la première année, le RTC s'attendait à un taux de participation d'au moins 15 % des employés des organismes ciblés, soit approximativement 750 abonnés. Une estimation prévoyait que, dès la première année, 5 % des abonnés seraient de nouveaux clients et que ce pourcentage augmenterait les années suivantes.

L'abonne BUS offre des avantages intéressants aux employés, notamment un rabais de 10 % sur le prix des laissez-passer mensuels et un gel de tarif pour la première année du programme chez l'employeur ainsi qu'une offre élargie aux membres de la famille immédiate de l'abonné. Le plan est pratique puisque l'abonné paie ses laissez-passer par retenue sur le salaire et les reçoit, à chaque mois, directement à son lieu de travail. Enfin, *L'abonne BUS* valorise le choix de l'employé puisque le transport en commun bénéficie d'une reconnaissance et d'un support dans son milieu de travail.

En offrant à son personnel une solution économique et pratique à la mobilité, l'employeur bonifie son image auprès de ses employés. En faisant la promotion d'un mode de transport écologique qui

contribue à améliorer l'environnement, il augmente sa visibilité auprès du public. Enfin, *L'abonne BUS* permet d'envisager une réduction du nombre de stationnements mis à la disposition des employés.

Actions

Les bureaux du ministère des Transports du Québec, situés au centre-ville de Québec, offraient un milieu propice pour le projet pilote de *L'abonne BUS*. Sur un bassin d'environ mille employés, 48 % se déplaçaient en autobus. Ce projet visait à tester l'intérêt pour un abonnement au RTC avec retenue sur le salaire ainsi que le mode de fonctionnement et les modalités d'application d'un tel abonnement.

Après une année d'expérience concluante, le programme devenait permanent et s'élargissait aux employeurs de la région présentant un potentiel d'au moins 25 abonnés. Ce minimum a été fixé en raison des efforts administratifs exigés par la mise en place et le suivi du programme.

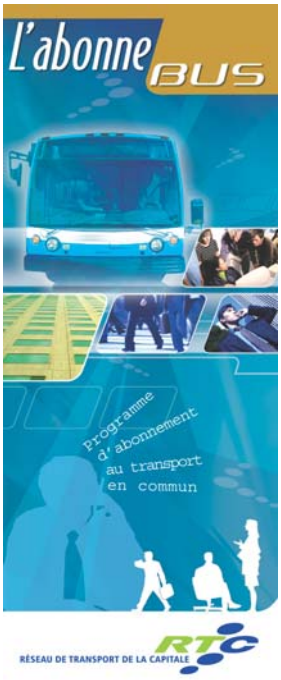
La tarification mensuelle comme telle existait déjà. *L'abonne BUS* vient la bonifier avec une réduction de 10 % sur le prix d'achat de 12 laissez-passer mensuels. L'employeur offre également un retour garanti par taxi aux employés abonnés lorsque ces derniers doivent quitter rapidement pour un cas d'urgence familiale ou médicale.

En plus de promouvoir le programme auprès de ses employés, l'employeur doit le gérer et l'administrer auprès des abonnés. Il doit utiliser des ressources internes pour différentes tâches reliées à l'abonnement soit les prélèvements sur le salaire, le suivi mensuel du fichier des abonnés, la distribution des laissez-passer et le remboursement des sommes dues au RTC.

Afin de promouvoir *L'abonne BUS*, le RTC a fait des efforts de mise en marché importants :

L'organisme sollicite les employeurs par lettre ou par courriel et demande une rencontre avec les décideurs;

En 2003, le RTC a également organisé un colloque d'une journée qui invitaient principalement les employeurs privés à s'impliquer dans la promotion de transport écologique auprès de leurs employés. Cet événement se déroulait dans le cadre de la Semaine des transports collectifs et alternatifs à Québec.



Dépliants promotionnels

Le RTC fait la promotion de L'abonne BUS de façon personnalisée

Une fois la mise en place de *L'abonne BUS* confirmée par un employeur, le RTC tient, conjointement avec l'employeur, un kiosque d'information sur le lieu de travail des employés. Les nouveaux abonnés peuvent ainsi se procurer la carte d'abonnement et tous les enseignements personnalisés sur les trajets et horaires d'autobus. Le RTC fournit aux intéressés un instrument d'aide pour calculer facilement, selon la situation de chacun, la rentabilité de *L'abonne BUS*. Dans certains cas, les non-utilisateurs peuvent faire un essai gratuit pour une période d'une à deux semaines.

Le RTC a élargi la participation à *L'abonne BUS* à des organismes en lien direct ou indirect avec le transport et l'environnement. Depuis novembre 2004 Communauto, une entreprise d'auto-partage offre à ses clients la possibilité d'adhérer au programme.

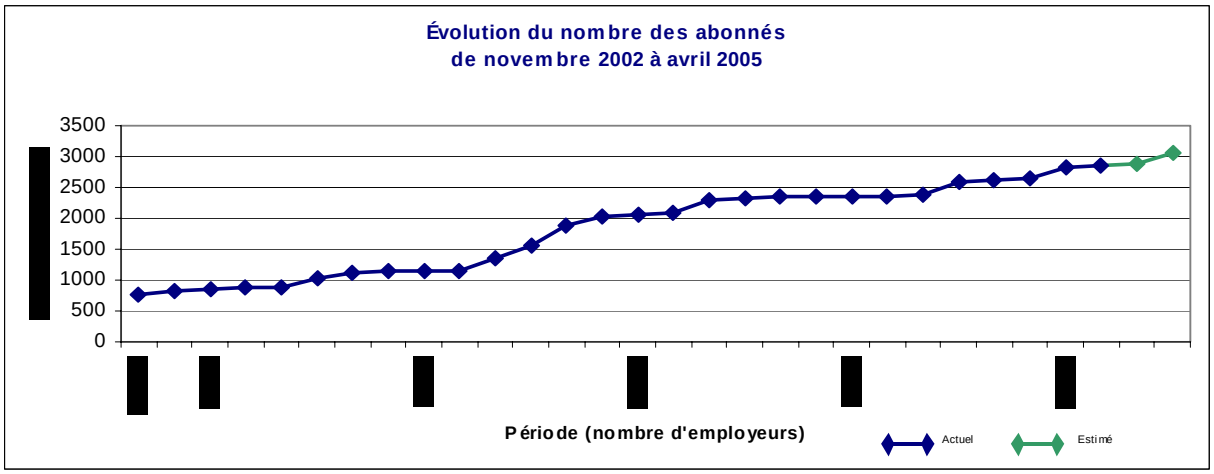
Résultats

Le projet pilote de 2001 affichait de bons résultats. Sur 1 000 employés du MTQ, 17 % ont profité de l'abonnement. De ceux-ci, 6 % étaient de nouveaux clients dont certains bénéficiaient d'un stationnement subventionné. Un sondage auprès des abonnés rapportait un taux de satisfaction de 100 %!

Depuis l'implantation du programme permanent de *L'abonne BUS* en novembre 2002, le nombre d'abonnés ne cesse de croître. En janvier 2005, 36 employeurs partenaires et Communauto y participaient pour un total de 2 831 abonnés.

Les statistiques révèlent un taux moyen de participation de 11 % auprès du personnel des employeurs offrant ce programme. Le ratio atteint 34 % chez les employeurs situés directement au centre-ville de Québec, ce qui dépasse les premières estimations.

Un sondage, réalisé en septembre 2004, révélait que sur 1 539 répondants abonnés :
17 % utilisaient toujours ou souvent leur voiture pour se rendre au travail avant d'adhérer au programme ;
18 % achetaient moins de six laissez-passer mensuels avant d'adhérer au programme ;
14 % ont abonné un ou des membres de leur famille.



Évolution du nombre des abonnés de novembre 2002 à avril 2005

Participants

Le RTC compte 37 partenaires au programme *L'abonne BUS*, présentés ci-dessous en ordre chronologique d'adhésion :

- Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ)
- Ministère du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs
- Ministère des Transports
- Société de la faune et des parcs du Québec
- Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport
- Ministère des Affaires municipales et des Régions
- Commission de la santé et de la sécurité du travail (CSST)
- Bureau d'audiences publiques sur l'environnement
- Ministère du Tourisme
- Régie des rentes du Québec
- Office des professions du Québec
- Hôpital Laval
- Ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale
- Commission administrative des régimes de retraite et d'assurances
- Société d'habitation du Québec
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
- Ministère de la Culture et des Communications
- La Capitale MFQ inc.
- Assemblée nationale du Québec
- Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation
- Société Radio Canada
- Régie de l'assurance maladie du Québec
- La Capitale Assurance générale
- Ministère du Conseil exécutif
- Commission des transports du Québec
- Taléo Canada
- Ministère des Finances
- Institut de la statistique du Québec
- Tribunal administratif du Québec
- Ville de Québec
- Protecteur du citoyen
- Conseil du Trésor
- SSQ – Société d'assurance-vie
- Le Soleil
- Institut national de la recherche scientifique
- BMO – Banque de Montréal
- Communauto

Ressources

Le RTC consacre des ressources pour l'administration, la gestion ainsi que la promotion du programme. Durant les premières années du programme, la préparation d'un dépliant d'information destiné aux employeurs ainsi qu'un effort de sollicitation important nécessitaient des ressources supplémentaires. Cependant, quoique les années suivantes la sollicitation est moins importante, le temps pour l'administration augmente avec le nombre d'abonnés. Les ressources sont donc, somme toute, équivalentes.

Quant à la réduction de 10 % du coût du laissez-passer, celle-ci n'engendre aucune perte de revenus puisque l'employé qui utilise le transport en commun n'achète habituellement que 10, 8 laissez-passer par année. Dans les faits, il y a une augmentation de 16 % du nombre de laissez-passer vendus par année, même une fois le 10 % de réduction soustrait. Par ailleurs, le gel des tarifs consenti durant la première année du programme chez un employeur est un effort de marketing peu dispendieux pour fidéliser la clientèle et aller en chercher davantage.

Le tableau qui suit représente les déboursés assumés par le RTC pour l'année 2004.

Administration et gestion		
Sollicitation, signature et gestion des ententes	1 personne = 4 mois par année	20 000$
Administration mensuelle (facturation, préparation des envois, distribution)	15 jours par mois	25 000$
Promotion et information		
Tenue de stands d'information	22 jours à 2 personnes/jour	9 000$
Promotion (tirage, préparation carte d'abonné, etc.)		5 000$
Total pour l'année 2004		**59 000$**

L'employeur doit aussi consacrer des ressources au programme puisqu'il est responsable de l'administration du programme à l'interne. Ces données n'ont pas été comptabilisées dans le tableau ci-haut.

Le ministère des Transports (MTQ) a préparé et développé, durant le projet pilote, différents formulaires administratifs, affiches d'information et fichiers informatiques. Ces outils ont été mis à la disposition des autres employeurs par le MTQ.

Échéancier

2001 Mise en place d'un projet pilote d'un an auprès du personnel du ministère des Transports.

2002 RTC offre un programme permanent de *L'abonne BUS* aux employeurs présentant un potentiel d'au moins 25 abonnés

Approche auprès des employeurs gouvernementaux en lien direct ou indirect avec le transport et l'environnement

2003-04 Approche auprès de l'ensemble des employeurs des secteurs public et parapublic

Approche auprès des employeurs du secteur privé

2005 Adhésion au programme par Communauto
Évaluation d'autres types d'abonnement
Sollicitation d'autres partenaires
Coordination avec les employeurs partenaires
Réponse aux demandes d'information

Leçons apprises

- **Monter une argumentation solide.** Afin de combattre les objections des employeurs, qui peuvent percevoir le programme comme une charge onéreuse, les promoteurs du programme doivent insister sur les avantages de *L'abonne BUS*.

  Parallèlement, ils doivent rassurer les employés sur le fait qu'ils ne seront pas pris au dépourvu sans voiture. Aussi, l'employeur leur paye le taxi en cas d'urgence familiale ou médicale. Le coût moyen par employé n'a pas été calculé. Par contre, les employeurs disent que la mesure est très appréciée tout en étant très peu utilisée.

- **Démontrer de la flexibilité**. Alors que *L'abonne BUS* s'adressait uniquement aux employeurs au départ, le RTC offre le programme aux organismes en lien avec l'environnement. Le RTC fait également des exceptions pour les entreprises avec un peu moins de 25 abonnés.

- **Faire la promotion de façon répétée et individualisée**. La décision d'abandonner la voiture et de se déplacer en transport en commun ne se fait pas toujours facilement. Le RTC doit déployer un arsenal d'outils pour convaincre les indécis: laissez-passer d'essai, information personnalisée sur les horaires et les circuits, etc.

- **Opter pour une carte à puce électronique plutôt qu'un laissez-passer mensuel**. Actuellement, le RTC doit préparer une enveloppe pour chaque employé abonné à tous les mois et assurer la distribution de ces enveloppes chez les 37 partenaires qui à leur tour les acheminent aux personnes concernées. Le RTC attend donc avec intérêt la venue de la carte à puce (prévue pour 2006) qui permettra une seule intervention par abonné, au moment de l'abonnement, pour valider sa carte à puce.

- **Profiter de l'effet multiplicateur**. *L'abonne BUS* constitue une porte d'entrée pour accéder à une nouvelle clientèle. Par l'entremise de 37 partenaires, le RTC rejoint 33 000 personnes. La participation de l'employeur dans la promotion du transport en commun peut permettre à l'employé de considérer l'abonnement sous un nouvel angle.

Prochaines étapes

Une sollicitation des secteurs public et privé se poursuivra durant l'année 2005. Trois nouveaux partenaires ont confirmé leur adhésion pour le printemps et une dizaine d'employeurs étudient la pertinence d'offrir le programme à leur personnel. Cela pourrait porter le nombre d'abonnés à 3 500 à la fin de l'année 2005.

Le RTC évaluera des demandes concernant d'autres types de programmes d'abonnement qui répondraient à des besoins différents, entre autres, un abonnement par session pour la clientèle étudiante des cégep et université.