

(6-t)



Lisibilité des tarifs et conditions associées pour les voyageurs dans leurs déplacements interurbains

Principaux résultats

AQST
AUTORITÉ
DE LA QUALITÉ DE SERVICE DANS LES TRANSPORTS

6t-bureau de recherche

58, rue Corvisart | 75013 Paris

info@6-t.co | www.6-t.co

+33 (1) 53 09 26 36

Jeudi 8 avril 2021



• Contexte

- Démocratisation de l'avion et multiplication des offres (*low cost*)
- Libéralisation du transport de voyageurs par autocar
- Ouverture à la concurrence du transport ferroviaire de voyageurs
- Tendance à la **dématérialisation** : enjeu de la lisibilité en ligne, **illectronisme** (12-17% de la population, selon le CRÉDOC et l'INSEE)

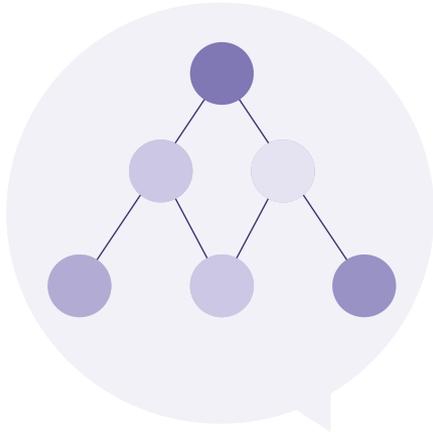
• Objectifs

- Comprendre la **façon dont les usagers abordent les offres** de transport interurbain et identifier les **difficultés** rencontrées
- Cerner les **déterminants de la lisibilité** d'une offre (tarifs et conditions associées)
- Définir les **attentes** des usagers



• Une méthodologie qualitative

- 20 entretiens semi-directifs longs (1h) réalisés en novembre 2020
 - Diversité d'agglomérations et de contextes de résidence, de **profils** : âge, genre, CSP
 - Recrutement en **ligne** introduisant un **biais**
 - 10 usagers réguliers des modes collectifs interurbains (10X/an ou plus) et 10 usagers occasionnels (moins de 10X/an)
 - Usage du **train** et de l'**avion** par **tous les enquêtés**
 - Usage du **car** par 15 enquêtés et du **covoiturage** interurbain par 8 enquêtés
- > Appréhender la lisibilité pour **différents modes et différents profils** de voyageurs interurbains



- 1. Recherche, sélection et réservation des voyages interurbains**
- 2. Difficultés en lien avec la lisibilité rencontrées par les voyageurs interurbains**
- 3. Déterminants de la lisibilité des offres de transport collectif interurbain**
- 4. Attentes des usagers et solutions proposées**

Prépondérance du numérique



- Des services numériques jugés plus pratiques par les usagers

« Si on n'habite pas à côté d'une gare, si on a la flemme de se déplacer... Forcément, en ligne, vous êtes couché dans votre lit, vous êtes tranquille. Si on habite loin, il faut prendre la voiture pour se déplacer. » Rudy, 30 ans, usager régulier

« Quand tout se passe bien sur les sites Internet et qu'on a pas de souci, ça va. Mais si vraiment on a un problème, [...] c'est toujours intéressant de pouvoir avoir l'humain en face de soi. » Bruno, 48 ans, usager régulier

- Accessible partout - pas besoin de se déplacer

- Accessible tout le temps - pas d'horaires à respecter

- Accessible immédiatement - pas de temps d'attente

- Accessible librement - pas de dépendance à l'égard d'un intermédiaire (conseiller)

Service numérique



Service humanisé

- Accessible par tous - pas besoin de compétences

- Recours utile en cas de difficultés



Mécanismes d'optimisation



- **Une lisibilité perçue dépendant de l'expertise d'usage**

- Efforts d' « acculturation » à de nouvelles offres et interfaces
- Tendance à se tourner spontanément vers des **offres connues**
- **Modifications** trop fréquentes entravant la lisibilité

« Je suis allée m'approprier le site, avec ses numéros, j'ai appris à le faire. Donc je pense que j'irai là, car désormais je suis familiarisée. » Annick, 61 ans, usagère occasionnelle

« Bah, on regarde mais, c'est vrai, on regarde rapidement. Des fois, j'avoue, on regarde un peu rapidement, un peu vite. » Christelle, 42 ans, usagère occasionnelle

- **Des conditions peu ou vite lues**

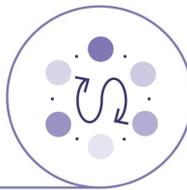
- Face à des conditions jugées peu lisibles, l'application d'un **ratio coût-bénéfice** (conditions d'échange, de remboursement ou d'annulation, CGV, assurances)

- **Des comparateurs en ligne utilisés avec prudence**

- Tarifs n'étant **pas toujours les plus avantageux**
- Utilisés davantage pour consulter les tarifs que pour effectuer des réservations
- Utilisation plus fréquente pour l'**avion**

« Sinon, quand je ne me fie pas à ces sites, je vais direct sur les sites des compagnies aériennes. Quelquefois, les comparateurs proposent pas le meilleur tarif, j'ai eu des cas où ça peut bugger. » Alix, 35 ans, usagère occasionnelle

Défauts de lisibilité et difficultés



- **La barrière de la langue**

- Voyages à l'étranger, sites Internet utilisant l'anglais
- Enjeu pour l'ouverture à la concurrence du transport ferroviaire de voyageurs

« Il y a une chose que je ne supporte plus, de manière générale, c'est en langue anglaise. Moi je ne comprends pas, c'est un souci pour moi. » Annick, 61 ans, usagère occasionnelle

- **Informations absentes ou trop peu mises en avant**

- Manque de visibilité de l'information
- Enjeu particulièrement crucial en cas de modification des conditions du voyage, afin de permettre aux usagers de s'adapter
- La lisibilité comme facteur de choix potentiel entre deux options similaires

« J'ai eu l'impression qu'il y en avait plus [des informations] sur Flixbus, par exemple, que sur Ouibus. D'ailleurs, j'avais pris Flixbus parce qu'il y avait plus d'informations sur les étapes du voyage, etc. » Patricia, 57 ans, usagère occasionnelle

- **Le cas des applications SNCF distinctes**

- Difficultés et confusion pour les usagers -> enjeu de segmentation et de lisibilité de l'offre



Relativisation des difficultés



- Des usagers prenant à leur charge la responsabilité des aléas rencontrés

- Des usagers indiquant qu'ils n'ont « peut-être » pas bien lu
- Implication directe des capacités cognitives de l'utilisateur
- Leçons tirées des aléas, venant enrichir l'expertise d'usage

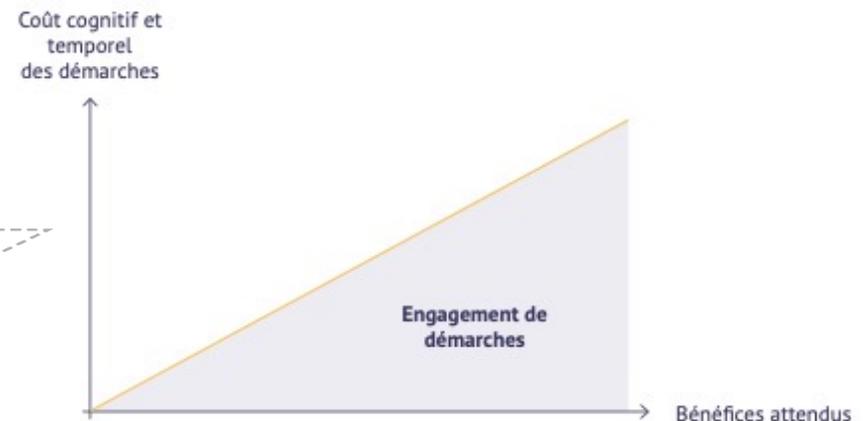
« C'est peut-être aussi un peu de ma faute, parce que c'était écrit et qu'on a mal regardé. Mais, en tout cas, c'était mal renseigné. » Vanessa, 29 ans, usagère régulière

- Réclamations

- Démarches de réclamation coûteuses en temps et en énergie, n'étant pas systématiquement engagées
- Ratio coût-bénéfice pour l'arbitrage sur l'engagement de démarches

« Ça aurait été quelque chose de plus onéreux, on aurait probablement fait des démarches. [...] Passer des journées pour gagner 5€, je n'ai pas envie ! » Mireille, 64 ans, usagère occasionnelle

L'ARBITRAGE DES USAGERS POUR L'ENGAGEMENT DE DÉMARCHES DE COMPENSATION : UN RATIO COÛT-BÉNÉFICE



Déterminants de la lisibilité



- La lisibilité, une notion délicate à définir pour les usagers

- Un **impensé** dans l'expérience des voyages interurbains ?
- Des usagers occasionnels satisfaits, n'ayant jamais rencontré de difficultés et peu prolixes sur le sujet

- Une notion pluridimensionnelle

- **Composantes visuelles** : taille et police des caractères, couleurs, mise en page -> mise en avant des éléments essentiels
- Dimension **sémantique et syntaxique** non mentionnée par les usagers
- **Ergonomie et facilité de navigation** sur les interfaces numériques : accès **intuitif** aux éléments recherchés, pour éviter à l'utilisateur de se perdre
- Dimension **esthétique**, associée à l'ergonomie : interface attrayante
- La **marque** : des confusions sur les dénominations, mais élément jugé non-essentiel par les usagers

« Tout ce qui est petites lignes, c'est pas clair. Faut prendre le temps de s'y pencher. Souvent, c'est une page pas bien structurée, la compréhension est difficile. » Charlène, 29 ans, usagère occasionnelle

« Il faut tout proposer, et qu'on avance pas à pas et que ce soit clair. Qu'on ne se perde pas dans le dédale de tout ce qui est proposé. » Philippe, 64 ans, usager occasionnel

« On a pris le bus Oui... et Flexibus, je crois, aussi... j'ai du mal à retenir les noms. » Bruno, 48 ans, usager régulier

Quantité d'information et conformité



- Ni trop, ni trop peu : l'enjeu de la juste quantité d'informations

- Composantes essentielles de l'offre : prix, points de départ et d'arrivée, date, heure
- Exigences **variant** selon les usagers
- **Surplus** d'information comme **entrave** à la lisibilité : présence d'éléments superflus exigeant un effort cognitif plus important

« RyanAir, le site est très surchargé. Et c'est vrai que si on connaît pas du tout le site, la première fois qu'on va se mettre dessus, on va tâtonner, on va regarder de partout, c'est très fouillis. Il y a beaucoup d'informations. » Laurent, 40 ans, usager régulier

- Conformité de l'offre : ne pas avoir de (mauvaise) surprise

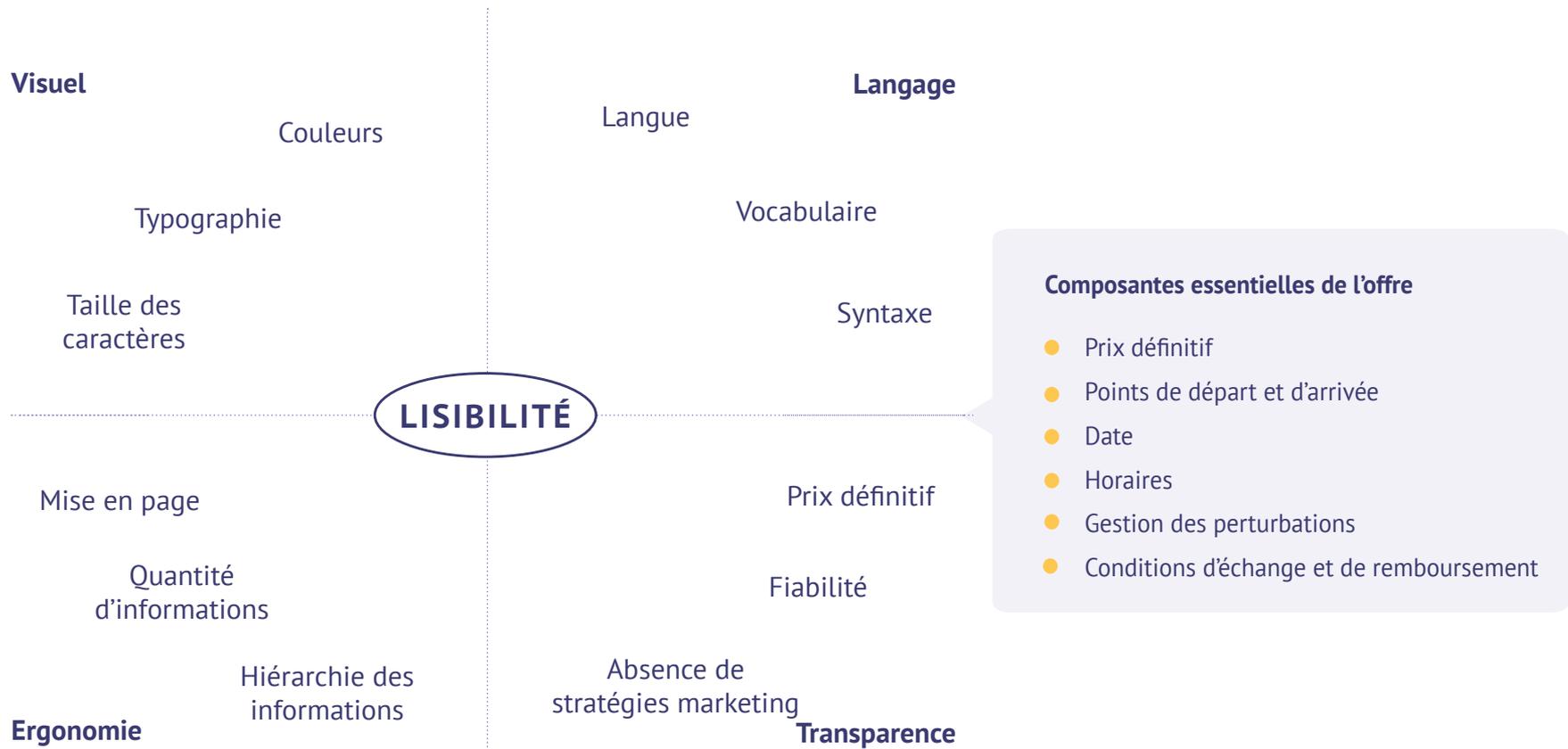
- Enjeu du **prix final** : pouvoir l'identifier immédiatement sans adjonction de taxes, frais ou d'options payantes
- **Conformité** de la prestation effective à la prestation annoncée
- Mécanismes de tarification vus d'un œil défavorable par les usagers -> **sentiment d'être manipulés, floués**

« Une fois que vous avez sélectionné votre billet, il y a plein de taxes qui se rajoutent donc, finalement, le prix qui est annoncé à la base est inférieur au prix que vous avez à la fin. Bah, en fait, ça nous donne les prix hors taxe sur les comparateurs ou sur les sites, directement, des compagnies aériennes, et ça fausse beaucoup la donne. » Vanessa, 29 ans, usagère régulière

Déterminants de la lisibilité



LA LISIBILITÉ, UN CONCEPT PLURIDIMENSIONNEL



Attentes et solutions



*« Voilà, je trouve, de manière générale, quand tout se passe bien, très bien, et quand tout se passe mal, il n'y a jamais de responsable. »
Arthur, 31 ans, usager régulier*

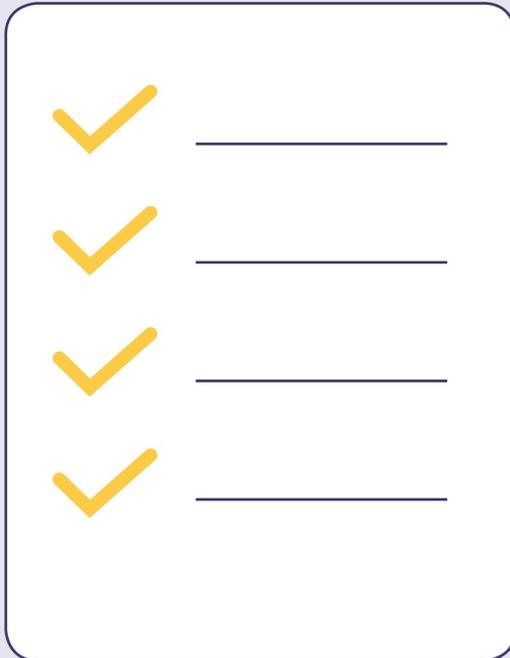
• Des usagers relativement satisfaits

- Un niveau de satisfaction moins élevé lorsque la situation se complique
- Des offres de transport **aérien** perçues comme **moins lisibles**, en raison de la multiplicité des offres et des offreurs

• Éléments appréciés et solutions proposées

- Donner une **vision claire** de l'offre : tableaux des prix au mois, avis sur les offres et les conducteurs pour le covoiturage
- **Opérateurs proactifs** en cas de problème : obtention automatique des compensations, sans nécessité d'efforts de la part des usagers
- Services d'**accompagnement aux démarches** : intérêt conditionné au prix de ces services

*« Les démarches en cas de problème, des démarches vraiment simplifiées, avoir un contact qui s'occupe du dossier plutôt que tout faire en ligne et du coup on sait pas si on remplit tous les champs. Un accompagnement, un contact personnel, quelqu'un qui gère ce type de problème. »
Charlène, 29 ans, usagère occasionnelle*



- Place prépondérante des **outils numériques*** : enjeux de lisibilité spécifiques
- Des usagers **relativement satisfaits*** de la lisibilité, qui n'apparaît pas comme un enjeu majeur, **sauf lorsque la situation se complique**
- Complexification compensée par la **multiplicité des offres** disponibles pour les usagers
- Poids de l'**expertise d'usage** et des efforts de familiarisation : risques de perte en lisibilité en cas de changements trop fréquents
- Enjeu de la **juste quantité d'informations**
- Enjeu du **prix définitif** : savoir immédiatement combien on paye, et pour quoi on paye

**enquêtés recrutés en ligne*



6t-bureau de recherche

58 rue Corvisart

75013 Paris

Tel : +33 1 53 09 26 36

Mail : info@6-t.co