



LES 30 ANS DE TGV
ÉTUDE SUR LES FRANÇAIS ET LE TGV



L'enquête réalisée pour la SNCF auprès des Français met en évidence 4 enseignements majeurs :

LE TGV EN 2011, DÉSORMAIS FAMILIER... MAIS PAS BANALISÉ

Incontestablement, le TGV est populaire (83 % des Français l'ont déjà pris) et fait désormais bien partie du paysage. On se souvient de la première ligne commerciale, de sa vitesse initiale mais on peine à le situer dans le temps, une partie non négligeable de la population situant son inauguration avant 1981, ce qui montre à quel point il est bien ancré dans les mémoires et les expériences de chacun.

Une familiarité qui va de pair avec la reconnaissance d'un changement majeur dans la vie des Français, moins important que le téléphone mobile, mais bien plus que le tri sélectif ou la multiplication des chaînes de télévision, deux phénomènes qui ont pourtant impacté les Français dans leurs foyers.

LE TGV, UNE HISTOIRE DE RELATIONS

Quand il s'agit de faire un bilan, les bénéfices majeurs du TGV du point de vue des Français sont le rapprochement des familles, les changements de perception du temps et de l'espace et le fait de pouvoir s'organiser différemment. Retrouver les siens, sa famille et ses amis est donc très fortement mis en avant.

Mais au-delà de tout ce qui est prévu, le TGV se révèle un haut-lieu de sociabilité et de surprises : dans les voitures, les voyageurs se parlent, s'entraident, tentent de se séduire, prolongent parfois une relation entamée dans le train... et éprouvent toute la palette des émotions : rires, pleurs, coups de foudre. Cette richesse relationnelle s'accompagne également de désagréments inévitables quand les voyageurs parlent fort, racontent des choses intimes, circulent un peu trop dans la voiture ou, plus rarement, ronflent.

À CHACUN SON TGV ? DES EXPÉRIENCES DIFFÉRENTES DU TGV

Les voyageurs vivent différemment leurs voyages en TGV. Quand les **CURIEUX** (25 % des voyageurs) regardent et écoutent ce qui se passe autour d'eux, les **CONTEMPLATIFS** profitent ainsi du voyage pour « s'isoler, réfléchir, rêver ou encore faire le point ». D'autres rentabilisent leur voyage : 18 % de **SUPER-ACTIFS** préfèrent « poursuivre leurs activités habituelles pendant le trajet afin de gagner du temps ». Les 16 % d'**OPPORTUNISTES** saisissent quant à eux cette occasion pour « faire des choses qu'ils n'ont pas assez le temps de faire dans la vie quotidienne ». Enfin en TGV, 23 % de voyageurs, les **DÉCONTRACTÉS**, choisissent de ne rien faire du tout. Quant aux étourdis, ils vivent des mésaventures ferroviaires : il est déjà arrivé à 9 % des voyageurs de se tromper de train ou d'y oublier quelque chose d'important, 6 % ont raté leur gare d'arrivée, 4 % ne sont pas remontés à temps dans le train lors d'un arrêt en gare.

ET DEMAIN ? LES FRANÇAIS NE RÉCLAMENT PAS D'AVANTAGE DE VITESSE MAIS ESPÈRENT D'AVANTAGE DE DESTINATIONS ET TOUJOURS PLUS DE SERVICES

L'avenir idéal, tel qu'il est imaginé par les Français, passe par davantage de destinations mais aussi par de nouveaux services. La vitesse, qui fut le principal facteur de progrès initial, est désormais reléguée au second rang face à des propositions comme « un voyage en TGV comme une croisière, avec des escales dans les capitales européennes » ou l'installation d'écrans sur tous les fauteuils.

Enquête réalisée par Ipsos du 25 au 29 mars 2011 auprès d'un échantillon national représentatif de 1 032 personnes âgées de 16 ans et plus, interrogé par Internet via l'Access panel d'Ipsos. Méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de ménage région et taille d'agglomération).



LE TGV, DÉSORMAIS FAMILIER... MAIS PAS BANALISÉ

Le premier enseignement de cette enquête réalisée à l'occasion du 30^{ème} anniversaire du TGV, c'est la relation de familiarité que les Français entretiennent avec lui.

En 30 ans, les Français se sont massivement appropriés le TGV et en ont fait un objet populaire : en effet, 83 % d'entre eux l'ont déjà pris, ne serait-ce qu'une fois. Ce n'est donc pas seulement une image ou des opinions dont ils font part mais bien d'une expérience personnelle vécue. Et cette expérience n'est pas neutre, loin s'en faut : 66 % des voyageurs se souviennent en effet de « leur première fois » en TGV. Tel est plus particulièrement le cas des ouvriers (71 %), des retraités (73 %) ou des familles de plus de 3 enfants (71 %).

Si le TGV a marqué la mémoire personnelle des Français, il fait aussi partie de leur mémoire collective :

- Si 12 % seulement d'entre eux savent que c'est en 1981 que le premier TGV a été inauguré, 45 % situent cette innovation avant cette date, signe que le TGV est bien ancré dans le paysage français et depuis longtemps ;
- Ils sont plus nombreux à se souvenir de la première ligne commerciale (56 % citent Paris Lyon) ainsi que de sa vitesse à ses débuts (74 % des Français citent spontanément une vitesse initiale comprise entre 200 et 350 km / heure, quand la réponse juste est 260 km / heure).

Familier, connu, faisant partie intégrante de la vie des Français, autant de qualificatifs qui décrivent le TGV. Mais ce dernier ne s'est toutefois pas banalisé.

Ainsi, les Français sont ambivalents et partagés quant au fait de savoir si le TGV est avant tout « une façon de voyager qui fait partie de la vie des Français » (50 %) ou avant tout « une innovation technologique et industrielle, un succès français » (50 %).

Les hommes (55 %), et les retraités plus encore (62 %) mettent en avant le fleuron industriel que représente le TGV. Les femmes (55 %), les plus jeunes (58 % auprès des moins de 35 ans), les employés (53 %) et les clients les plus fréquents (ceux qui ont effectué 10 voyages ou plus au cours de l'année passée, 61 %) soulignent plus volontiers sa place dans la vie quotidienne des Français et ses bénéfices liés à la vitesse et à la praticité.

Il n'en demeure pas moins que le TGV est reconnu comme une innovation ayant changé la vie des Français de manière très ou assez importante par 85 % d'entre eux, derrière le téléphone mobile (98 %) et l'ordinateur (89 %) mais bien devant la généralisation du micro-ondes (81 %), les magasins discounts (78 %), le tri sélectif des déchets (66 %) et la multiplication des chaînes de télévision (64 %).

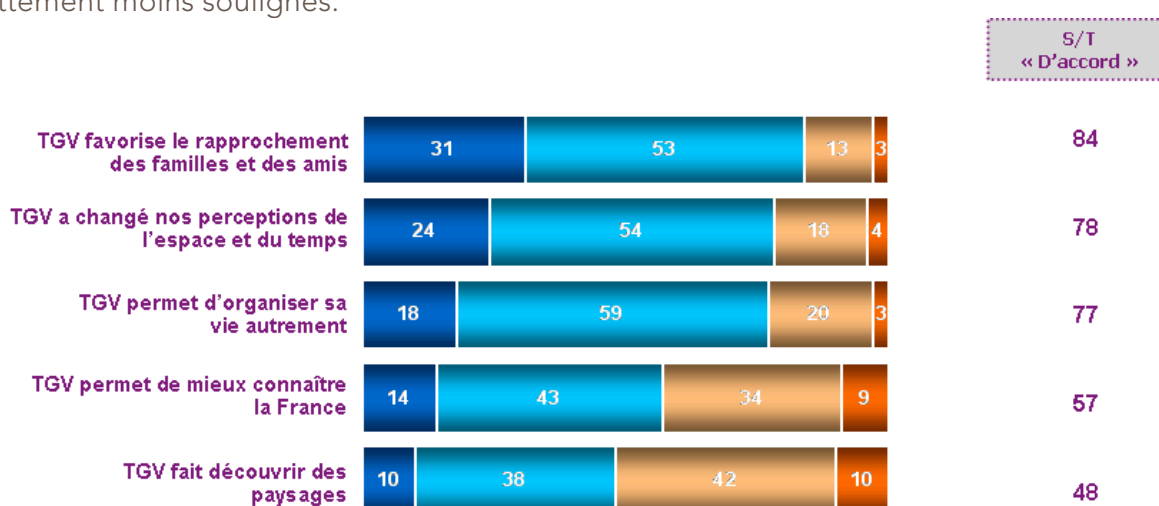


LE TGV, UNE HISTOIRE DE RELATIONS

Des bénéfices avant tout pratiques et affectifs : pouvoir retrouver « les siens »

Les principaux bénéfices du TGV sont, du point de vue des Français, le rapprochement des familles et des amis (84 %), le changement de nos perceptions de l'espace et du temps (78 %) et le fait de pouvoir organiser sa vie autrement. Et ces résultats sont logiquement plus élevés auprès des clients TGV. Ce sont par conséquent les bénéfices relationnels et personnels qui sont le plus mis en avant.

Les aspects touristiques sont quant à eux, en comparaison, minorés : le fait de mieux connaître la France (57 %) et la découverte de nouveaux paysages (48 %) sont en effet nettement moins soulignés.



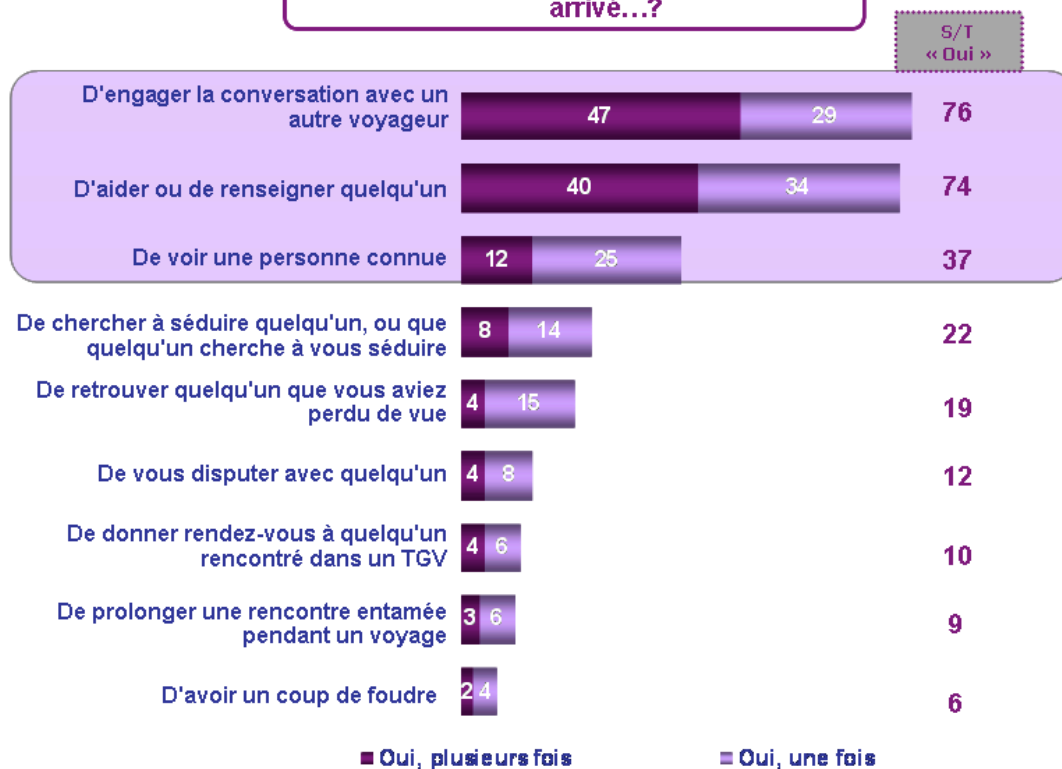
LE TGV : UN LIEU DE SOCIABILITÉ...

Si la destination est choisie pour pouvoir retrouver des proches, le temps du voyage est mis à profit par la plupart des voyageurs pour échanger et rencontrer des inconnus. Ainsi, 77 % des voyageurs ont déjà engagé la conversation avec un autre voyageur, 74 % ont aidé ou renseigné quelqu'un.

La séduction fait aussi largement partie de la sociabilité dans les voitures TGV : 22 % des voyageurs ont déjà cherché à séduire quelqu'un (ou quelqu'un a cherché les séduire). Plus durablement, 9 % des voyageurs ont prolongé une rencontre entamée pendant un voyage en TGV. Pour 19 % des voyageurs, un trajet en TGV leur a donné l'occasion de retrouver une personne qu'ils avaient perdue de vue. Au-delà des propos de circonstances et des échanges laconiques, l'enquête montre combien ces moments passés dans le TGV sont riches d'expériences relationnelles ponctuelles ou plus pérennes.



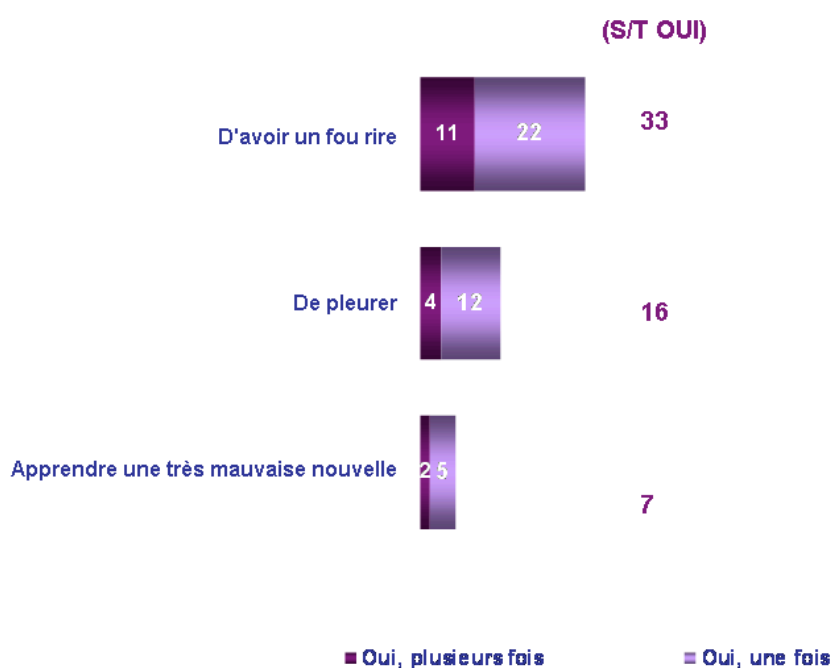
Pendant un voyage en TGV, vous est-il déjà arrivé...?



... OÙ L'ON ÉPROUVE DE VÉRITABLES ÉMOTIONS

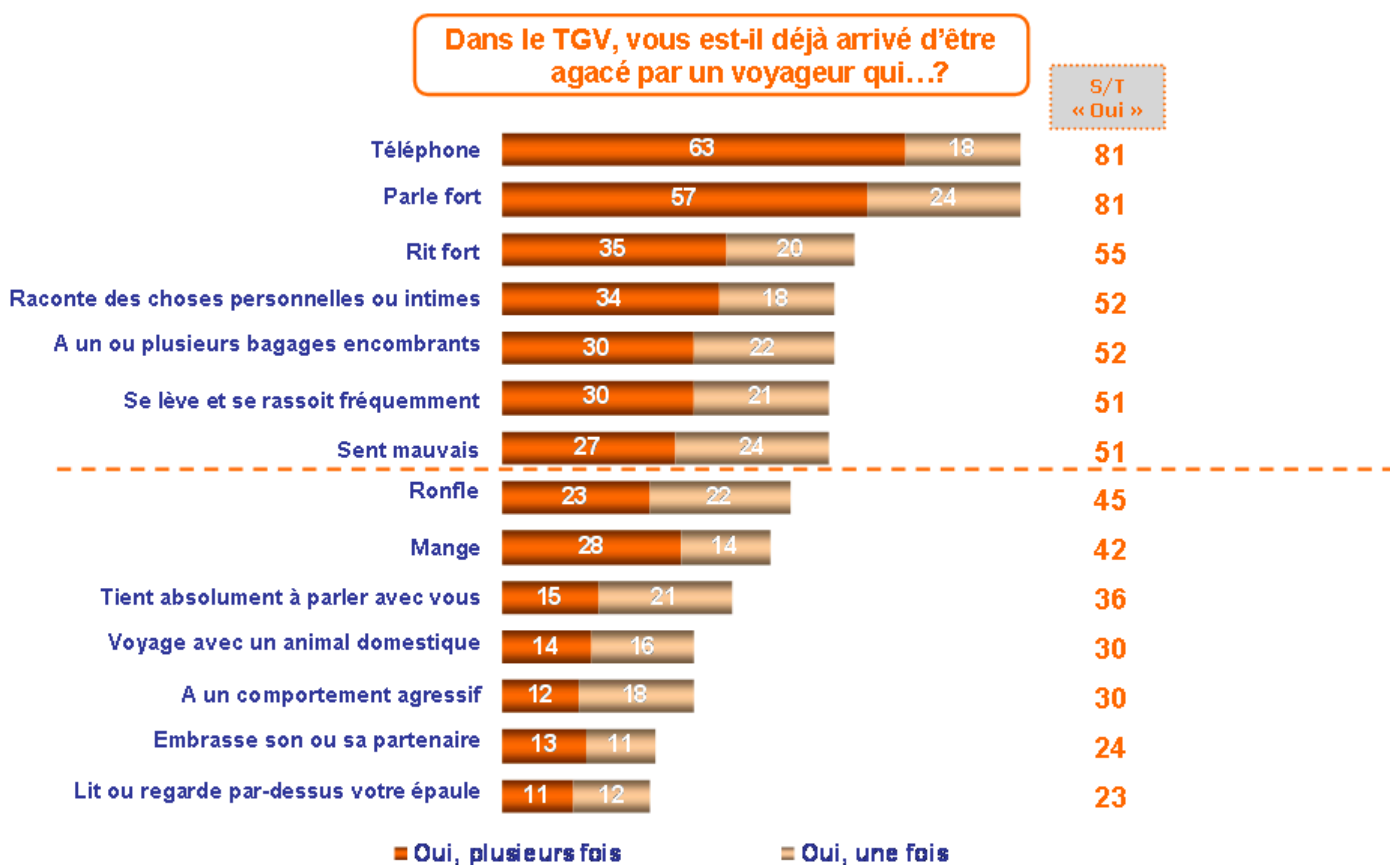
Ainsi, le voyage en TGV est un moment de vie riche en rencontres mais aussi en émotions : 33 % des voyageurs y ont eu un fou rire, 16 % y ont pleuré, 12 % s'y sont disputés, 7 % y ont appris une très mauvaise nouvelle et 6 % ont vécu un coup de foudre.

Pendant un voyage en TGV, vous est-il déjà arrivé...?



... ET OÙ LES AUTRES VOYAGEURS SONT AUSSI UNE SOURCE DE DÉSAGRÉMENTS

Ce sont de véritables « tranches de vie » qui s'écrivent dans le TGV avec leur lot d'échanges, de surprises, d'inattendus mais aussi de désagréments. Haut lieu de sociabilité, le TGV se révèle aussi lieu de nuisances liées aux autres voyageurs qui téléphonent (81 % ont déjà été gênés pour cela), parlent fort (81 %), rient fort (55 %), racontent des choses intimes (51 %), transportent des bagages encombrants (52 %), se lèvent et se rassoient fréquemment (51 %), mangent (42 %), sentent mauvais (51 %) ou ronflent (45 %)....



À CHACUN SON TGV ? DES EXPÉRIENCES DIFFÉRENTES DU TGV

« A chacun son TGV ? » Cela semble bel et bien le cas ! Les voyageurs sont en effet loin de vivre leur « expérience TGV » de la même manière. Différents profils de voyageurs se distinguent.

Celui des **CURIEUX** regroupe 25 % des voyageurs interrogés. Leur activité préférée dans le TGV : « regarder et écouter ce qui se passe autour d’eux, dans le train comme à l’extérieur ». Ces yeux et oreilles fureteurs sont davantage le fait de personnes mûres : 33 % des personnes de 45 et 54 ans et 29 % des personnes de 55 ans et plus.

Autre profil, autres loisirs : un certain nombre de voyageurs (18 %), les **CONTEMPLATIFS**, profitent ainsi du voyage pour « s’isoler, réfléchir, rêver ou encore faire le point »... Cette activité est privilégiée par les femmes (20 %) et les plus jeunes générations (23 % des jeunes de 16 à 24 ans).

D’autres voyageurs se montrent plus affairés et choisissent de rentabiliser leur voyage. Ainsi, 18 % de **SUPER-ACTIFS** préfèrent « poursuivre leurs activités habituelles pendant le trajet afin de gagner du temps ». Parmi ces voyageurs pressés, on trouve surtout des jeunes (22 % de moins de 35 ans), des cadres (37 %) et naturellement les clients TGV qui se déplacent pour des motifs professionnels (33 %).

Les 16 % d’**OPPORTUNISTES** saisissent quant à eux cette occasion pour « faire des choses qu’ils n’ont pas assez le temps de faire dans la vie quotidienne ». Les femmes se révèlent à cet égard les plus promptes à investir ce temps d’activités inhabituelles (23 %).

Enfin en TGV, on peut aussi choisir « de ne rien faire du tout » ! 23 % de voyageurs, les **DÉCONTRACTÉS**, s’offrent ce petit luxe devenu bien rare aujourd’hui. C’est notamment le cas pour les parents de familles nombreuses (3 enfants au moins au foyer), dont 26 % privilégient cette attitude vraisemblablement difficile à arracher au quotidien.

Mais ce tour d’horizon des différents profils de voyageurs resterait incomplet si nous n’évoquions les voyageurs les plus distraits et leurs petites mésaventures ferroviaires !

- Etourderie la plus répandue : se tromper de voiture ou de place lors de son installation (32 % des voyageurs).
- La distraction est également à l’origine d’autres incidents, moins fréquents mais beaucoup plus embêtants ! Certains voyageurs se sont ainsi déjà trompés de train ou ont oublié quelque chose d’important dans un wagon (respectivement 9 %)
- Les plus « tête en l’air » vivent des incidents lourds de conséquences : 6 % ont raté leur gare d’arrivée, 4 % ne sont pas remontés à temps dans le train lors d’un arrêt en gare et 2 % se sont trompés de valise en descendant du train.



ET DEMAIN ? LES FRANÇAIS NE RÉCLAMENT PAS PLUS DE VITESSE MAIS ESPÈRENT D'AVANTAGE DE DESTINATIONS ET TOUJOURS PLUS DE SERVICES

Interrogés sur une situation idéale pour le TGV à l'avenir, 72 % des Français optent pour « plus de destinations ». Ce sont par conséquent des ouvertures de lignes qui sont plébiscitées par les Français. Ceci est à mettre en rapport avec les principaux bénéfices du TGV : pouvoir voir les siens et s'organiser.

Loin derrière, viennent les réponses « plus vite » (45 %), « plus de trains » (42 %), « plus de confort » (32 %), « plus loin » (28 %), « plus de services » (14 %) et « plus de sur mesure ».

Parmi les services que les Français souhaitent le plus trouver dans leur TGV à l'avenir, ce sont les écrans sur tous les fauteuils –sans doute par mimétisme avec les longs courriers dans le transport aérien- qui sont le plus demandés (55 %). Viennent ensuite un espace de détente (40 %), un espace de jeux pour les enfants (34 %), un restaurant (33 %) et une voiture cinéma (32 %). Preuve que le TGV est davantage associé au voyage, à l'évasion et aux loisirs qu'au business, l'espace affaires ne serait le bienvenu que pour 6 % des Français.

Et quand les Français imaginent le TGV dans 20 ou 30 ans, le désir qu'ils souhaitent le plus voir se réaliser est « un voyage en TGV comme une croisière, avec des escales dans les capitales européennes » (78 %). En queue de liste, vient la possibilité de réserver une place dans la cabine conducteur. Une hiérarchie qui prouve bien qu'à l'avenir, ce sont les possibilités de voyages et de services offerts par le TGV qui intéressent, bien davantage que la prouesse technique.

Imaginons TGV dans l'avenir, dans 20 ou 30 ans. Pour chacune des propositions suivantes, souhaiteriez-vous la voir devenir une réalité? [A tous]

