



# **Le défi de la mobilité urbaine dans les petites collectivités**

**Congrès de la FCM  
30 mai 2008**

**Société de transport  
de Sherbrooke**



# Sommaire

**Présentation de Sherbrooke et de la STS**

**Les enjeux de la mobilité urbaine à Sherbrooke**

**La stratégie adoptée par la STS**

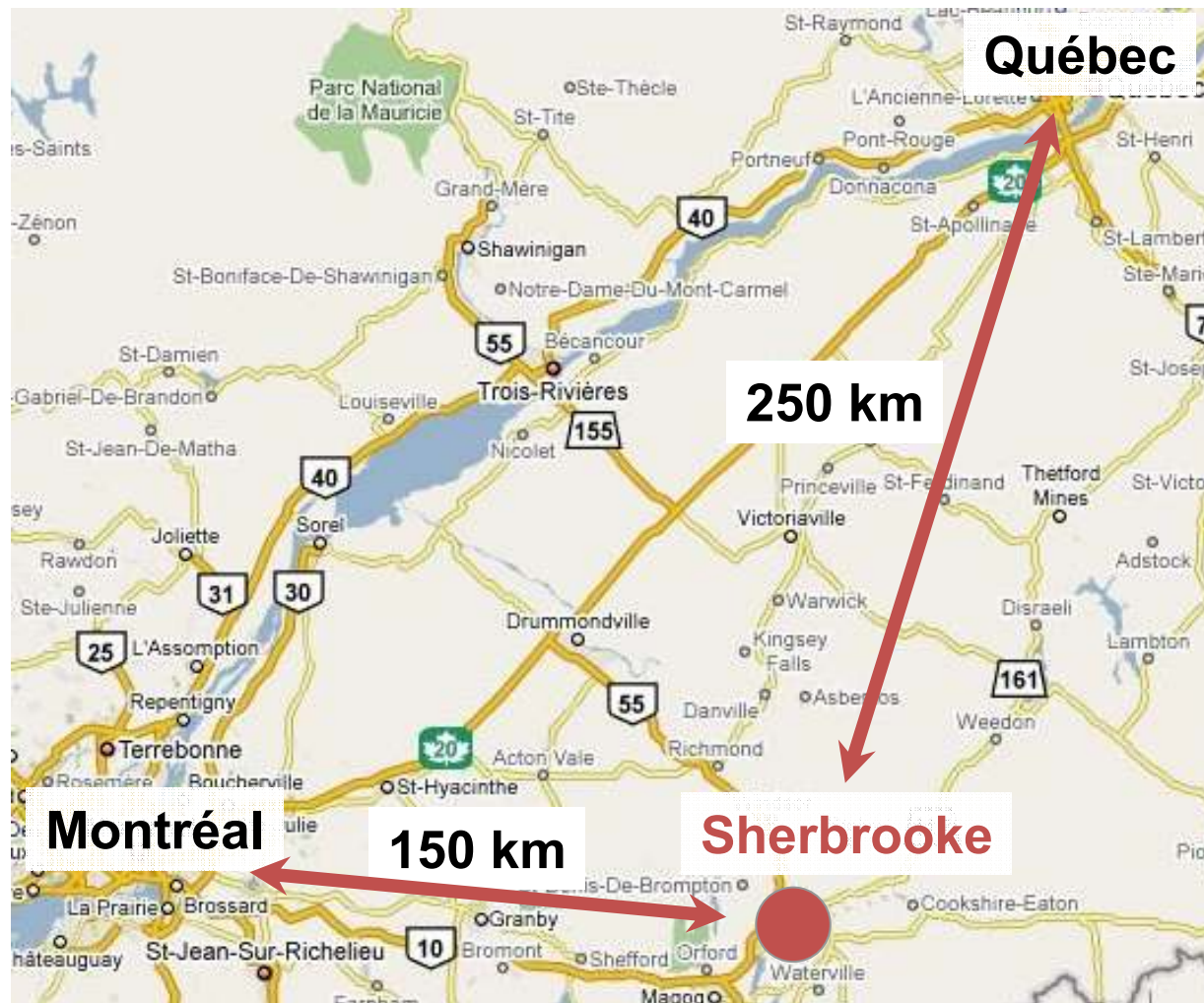
**Rendre possible la réalisation d'un rêve**



# PRÉSENTATION DE SHERBROOKE ET DE LA STS



# Une situation privilégiée



# Sherbrooke en bref



## Une ville dynamique

- 150 751 habitants  
(+ 6% depuis 2001)
- 82 000 emplois et 40 000 étudiants
- 366,4 km<sup>2</sup>



# Société de transport de Sherbrooke

## Chiffres clés

- Budget 2007 : 26 millions \$
- 7 millions de passagers en 2007
- Plus de 4 millions de kilomètres en 2007
- 207 employés et un parc de 79 autobus urbains
- 17 lignes urbaines, 10 opérées en minibus et 5 en taxibus
- 200 000 passagers en transport adapté en 2007



# LES ENJEUX DE LA MOBILITÉ URBAINE À SHERBROOKE



# La mobilité urbaine

Un enjeu pour toutes les collectivités, petites ou grandes, en raison de :

- La **pollution** atmosphérique
  - La **santé** publique
  - La **congestion**
  - Le **vieillissement** de la population
- ➔ **Nécessité de concevoir une mobilité urbaine améliorée et durable**



# Une mobilité urbaine durable ?

## Un défi pour les petites collectivités :

- Développer une **approche adaptée** à la situation locale
- Éviter d'appliquer des modèles ne correspondant pas aux attentes des citoyens et des clients des transports publics



# Une mobilité urbaine durable ?

## Une situation délicate pour la STS

- Un territoire peu **densément** peuplé
- Une place importante accordée à **l'automobile**
- Peu de **congestion**
- De nombreux **stationnements** peu chers ou gratuits
- Perception du transport en commun comme un **service** à destination des personnes à **faible revenu**



# Une mobilité urbaine durable ?

## Le constat en 2003 à Sherbrooke :

- Des parcours d'autobus **très longs** (en boucle)
- Des horaires d'autobus ne correspondant pas aux **besoins** des **travailleurs** et **étudiants**
- Un service ne respectant pas ses **horaires** dans 55% des cas
- Un territoire desservi de façon **inégalitaire**
- Un achalandage en **décroissance** depuis **1991**
- Des ressources financières **limitées**



# Une mobilité urbaine durable ?

## Des atouts et opportunités indéniables :

- Présence de **deux universités** et de **trois collèges** de niveau postsecondaire (**25 000 étudiants**)
- Des contrats de transport scolaire **intégré** pour 1 800 élèves
- Un Centre Hospitalier Universitaire (**CHUS**) avec plus de **5 000 travailleurs**
- Des habitudes de **concertation** et de **partenariats** bien implantées dans les secteurs publics, parapublics, institutionnels et commerciaux



# Les attentes de la clientèle

## Des attentes communes aux citoyens de toutes les collectivités :

- Bénéficier d'un service de transports collectifs qui réponde à leurs **besoins** en termes de **qualité**, d'**efficacité** et de **disponibilité**



# Les attentes de la clientèle

**Des transports en commun attractifs doivent être**

:

- Accessibles
- Fréquents
- Rapides
- Fiables
- Confortables

➔ Dans le cas contraire, il restera un obstacle au transfert modal entre l'automobile et les transports en commun



# LA STRATÉGIE ADOPTÉE PAR LA SOCIÉTÉ DE TRANSPORT DE SHERBROOKE



# La stratégie de la STS

## Les moyens retenus pour relever le défi de la mobilité durable :

- 1) Revoir en profondeur **l'offre de service** du transport collectif
- 2) Développer des services en fonction de **clientèles cibles**
- 3) Créer un « **Centre de mobilité durable** »



# Révision de l'offre de service TC

## Développer des normes de service :

- Normes d'accessibilité
- Normes opérationnelles
- Normes de performance

## Offrir un service de qualité :

- Optimisation des ressources existantes
- Définition d'un réseau structurant (grands axes)
- Et d'un réseau intermédiaire (raboutement)
- Un service plus rapide et plus fiable





# Développement en fonction de clientèles cibles

## En marketing des transports publics, deux types de clientèle

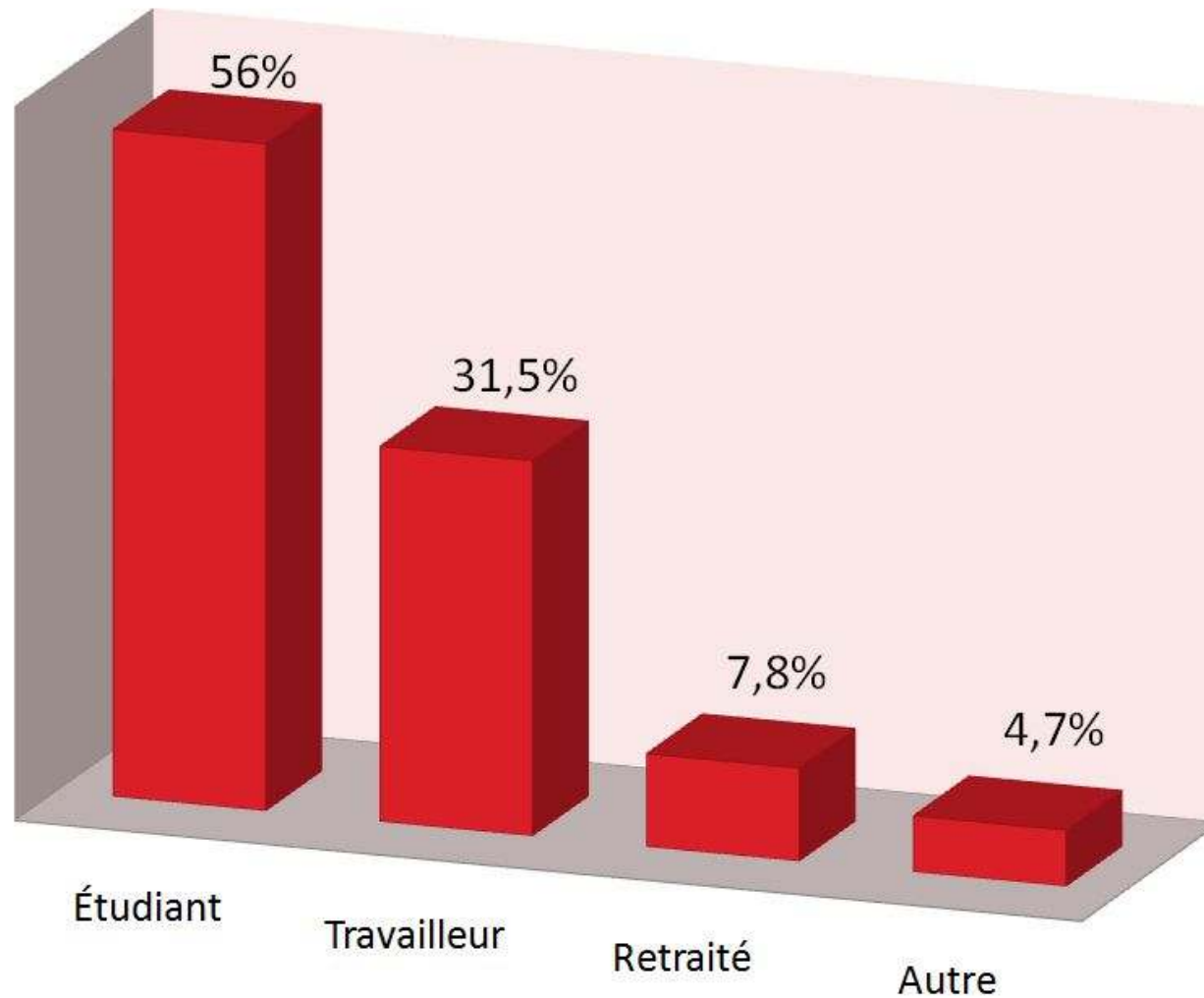
- Les clients / usagers du transport public (B2C)
- Les principaux employeurs et établissements scolaires (B2B)



➔ Choix de travailler sur les deux types de clientèle



# La répartition de la clientèle



Source : RCGT, Novembre 2007



# Les étudiants et élèves

## De nombreux services et programmes

- Desserte très performante des universités et collèges de niveau secondaire et postsecondaire
- Programme de libre-accès au transport en commun pour les étudiants de l'Université de Sherbrooke
- Université défraie à la STS un montant annuel d'environ 1,2 M \$
- 14 000 étudiants concernés, une augmentation de l'achalandage de plus de 125 % dès la première année



# Les étudiants et élèves

## De nombreux services et programmes

- Programme de **Passe universelle** pour les étudiants du **CEGEP** et du **Séminaire** de Sherbrooke
- **6 000** étudiants au CEGEP et **350** au Séminaire
- Étudiants défraient **50\$** par étudiant et par session sur leurs **frais de scolarité**
- **Laissez-passer estival** (Été-bus) et programmes de familiarisation des élèves du primaire
- Service **Couche-Tard** entre minuit et 3:00 a.m. sur la ligne desservant le centre-ville et l'université



# Les travailleurs

## De nombreux services et programmes

- Un service **fiable** et **rapide**, adapté aux **horaires** des différents **partenaires**
- **Programme-employeur** consistant en un rabais de **10%** pour un abonnement de 12 mois minimum
- La Société des médecins de l'Université de Sherbrooke, CEGEP et Commission Scolaire de la Région-de-Sherbrooke offrent un rabais additionnel de **40%** pour la **première année** de l'abonnement



# Les travailleurs

## De nombreux services et programmes

- Le Centre hospitalier universitaire de Sherbrooke (CHUS), maintient ce rabais de **40%**
- Mise en place de **Plans de Mobilité Durable Employeurs** (étude, mise en œuvre et suivi, pour un employeur, de **mesures** et **actions** destinées à promouvoir une gestion durable de la mobilité)
- Définition d'un label **Mobilité Durable** pour les partenaires mettant en place un programme-employeur et des rencontres régulières avec la STS



# Les aînés

## Un service adapté à leurs besoins : le Communau-bus

- Service innovant combinant **desserte fine** du territoire, et **continuité du service**
- Réponse aux besoins des personnes aînées, privilégiant l'**accessibilité** aux temps de parcours
- Également un **lieu d'échanges** qui permet de créer du **lien social**
- Complément du **réseau principal**



# Les autres clientèles

## Une diversité de programmes et services

- Tarification pour les familles et les groupes
- Programmes d'intégration des personnes immigrantes et des personnes handicapées
- Réflexions sur la manière de faciliter la mobilité des personnes à faibles revenus
- Tarifications spécifiques à l'occasion d'événements et lors des tempêtes de neige
- Service Bébé à bord
- Navette vers le Centre récréo-touristique Montjoye
- Supports à vélos sur les autobus



# Les résultats à ce jour

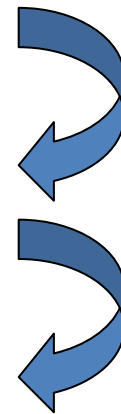
## Une dynamique nouvelle

- Un nouveau **plan de transport** et des **programmes** ayant permis de renverser la tendance de la décroissance de l'achalandage

1991 : 6 893 000 passagers

2003 : 6 071 000 passagers

2007 : 7 075 000 passagers



- 11,9% en 12 ans

+ 16,5% en 4 ans



# Les actions à venir

## Mettre en place une organisation permettant d'aller plus loin

- Déploiement d'un **plan stratégique de Systèmes de Transports Intelligents** pour améliorer le fonctionnement et la planification du réseau (SAE, Carte à puce, Information voyageurs en temps réel, Site Internet avec planificateur de déplacements...)
- Prolongement et soutien de la **démarche de partenariats** avec l'objectif de toucher directement 40 % de la population de Sherbrooke de plus de 16 ans



# Les actions à venir

## Créer un Centre de Mobilité Durable

- Définition d'une **structure commune** avec la **Ville** de Sherbrooke, permettant de concerter, planifier et de rendre compatible l'ensemble des composantes de la mobilité durable
- Intégration de **l'ensemble des acteurs** de la mobilité durable dans cette démarche (urbanistes, aménageurs, ensemble des modes de transport...)
- Proposition de **politiques** et **actions** communes **concertées**



# Attentes vis-à-vis des gouvernements supérieurs ?

## Accompagner le développement

- Faire vivre une expérience négative aux nouveaux clients est un luxe que les petites sociétés de transport ne peuvent pas se permettre
- **Enjeux identiques** aux collectivités plus importantes avec des budgets beaucoup **moins élevés**
- Besoins de financements **multiples** et leur **charge** incombe fortement aux **collectivités locales**

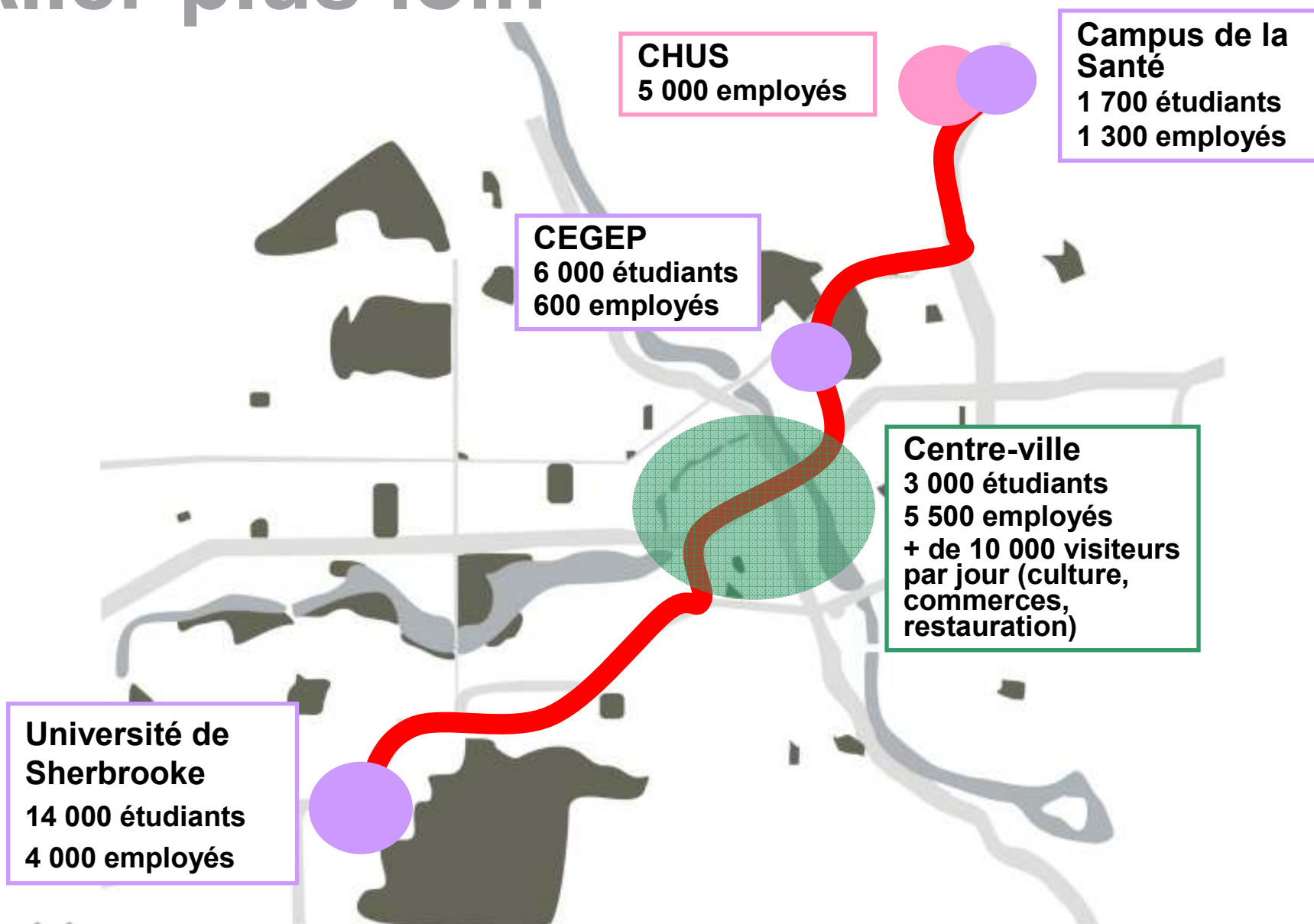
➔ **Nécessité d'une aide financière dédiée et récurrente**



# RENDRE POSSIBLE LA RÉALISATION D'UN RÊVE



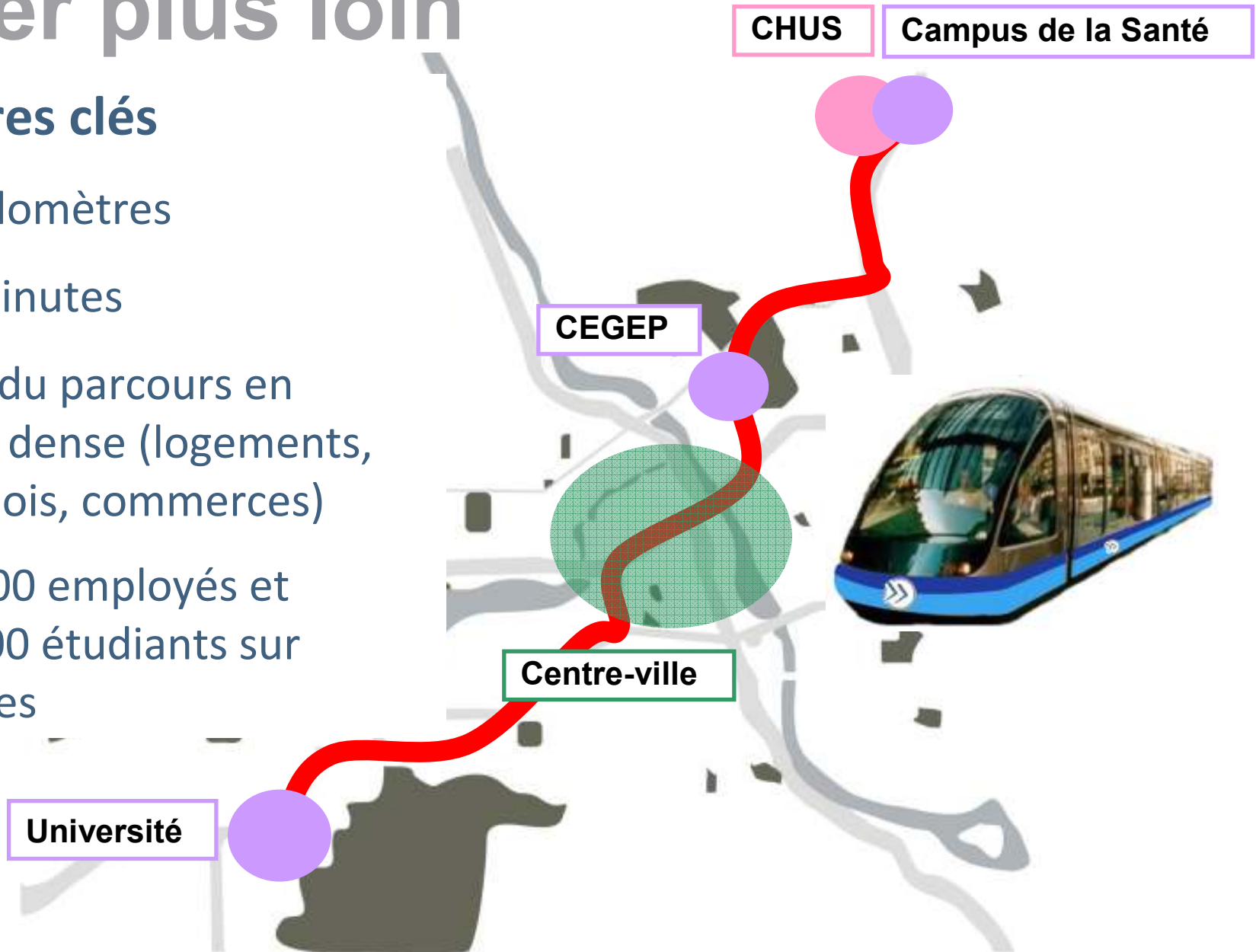
# Aller plus loin



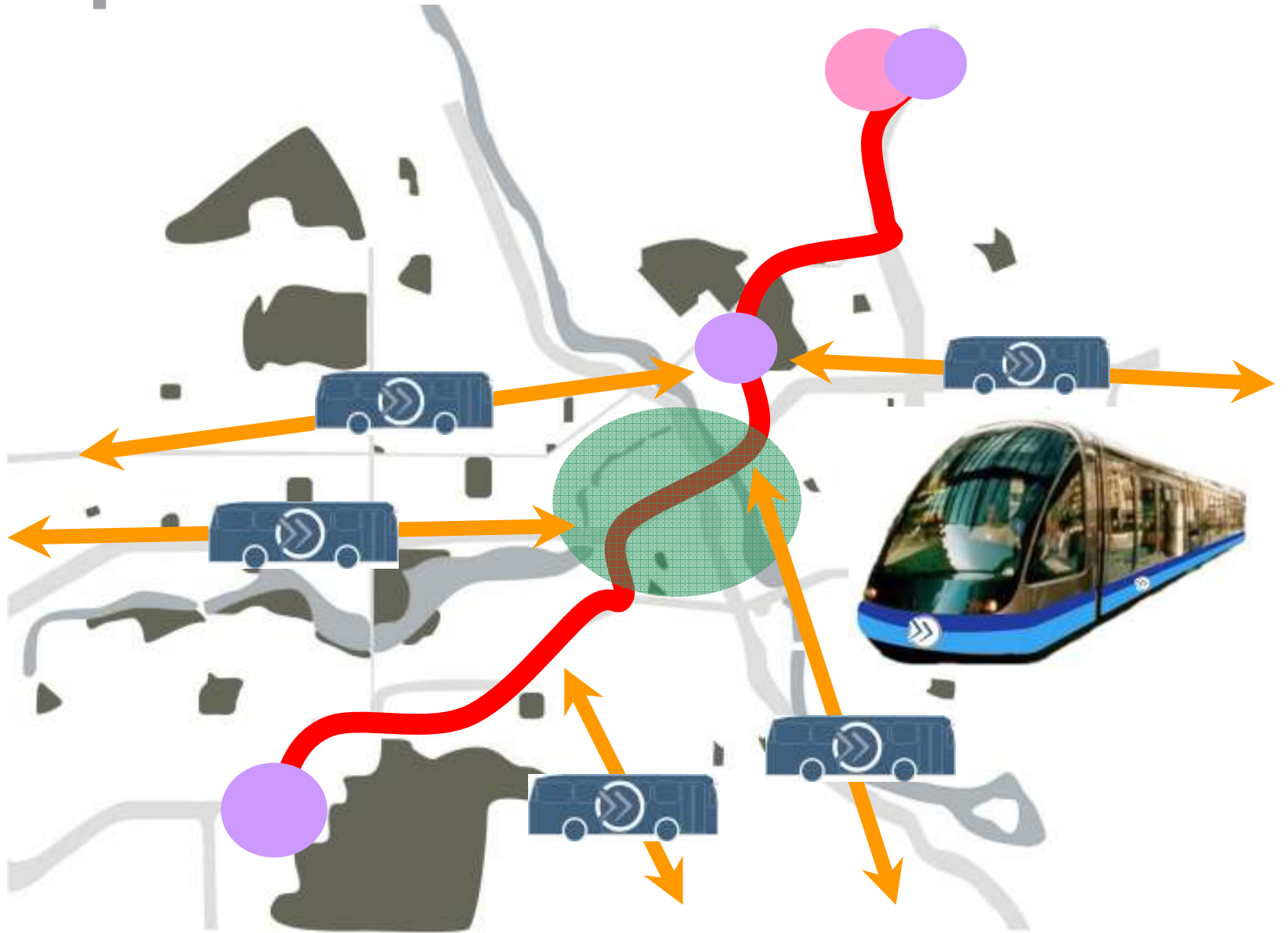
# Aller plus loin

## Chiffres clés

- 11 kilomètres
- 30 minutes
- 75% du parcours en zone dense (logements, emplois, commerces)
- 30 000 employés et 25 000 étudiants sur 4 pôles



# Aller plus loin



# Merci de votre attention



Pour plus d'informations, contactez-nous

➔ [direction.generale@sts.qc.ca](mailto:direction.generale@sts.qc.ca)

