

# Le projet auto+bus

Évaluation d'initiatives de mobilité combinée dans les villes canadiennes



**Tecsult Inc.**

experts-conseils

85, RUE SAINTÉ-CATHERINE OUEST, MONTRÉAL (QUÉBEC) CANADA



DOCUMENT : Rapport final

DESCRIPTION : Évaluation d'initiatives de mobilité combinée dans les villes canadiennes

PROJET : 0514451

DATE : Juin 2006

CODIFICATION : 0514451-0000

---

PRÉPARÉ PAR : Yves Dallaire (Tecsult)  
Nadine Lafond (Tecsult)  
Chantal Lanoix (Tecsult)  
Marco Viviani (Communauto)

AVEC LA PARTICIPATION DE : Cédric Bachmann (Tecsult)  
Nicolas Tranchant (Tecsult)  
Marie Schärlich (Tecsult)  
Manon Sauvé (Tecsult)  
Hortense Naquet-Radiquet (Communauto)  
Raymond Masson (Communauto)

RÉVISÉ ET APPROUVÉ PAR : Michel Simard (Tecsult)  
Benoît Robert (Communauto)

---



Bien qu'il soit disponible en version imprimée, ce document est, d'abord et avant tout, conçu pour être consulté dans sa version électronique, en format PDF, disponible à : [www.communauto.com/ptcs.html](http://www.communauto.com/ptcs.html)

---

DERNIÈRE MISE À JOUR : 16 février 2007



## TABLE DES MATIÈRES

1.	INTRODUCTION .....	9
1.1	Contexte .....	9
1.2	Présentation du projet de recherche .....	10
1.3	Contenu .....	11
2.	AUTOPARTAGE .....	13
2.1	Présentation de l'autopartage .....	13
2.1.1	Modes alternatifs .....	13
2.1.2	Définition .....	14
2.1.3	Historique .....	15
2.1.4	Bénéfices .....	18
2.2	Communauto .....	19
2.2.1	Description de l'entreprise et du service .....	19
2.2.2	Tarifcation et contrat .....	19
2.2.3	Offre de service et nombre d'abonnés .....	19
2.3	Profil des usagers de Communauto .....	23
2.3.1	Sources de données .....	23
2.3.2	Répartition géographique .....	24
2.3.3	Profil sociodémographique .....	27
2.3.4	Habitudes de déplacement .....	39
2.3.5	Attitudes de la clientèle face à l'autopartage .....	45
2.4	Profil des usagers de Vrtucar .....	46
2.4.1	Service offert .....	46
2.4.2	Profil des usagers .....	48
3.	EXPÉRIENCES DE PARTENARIATS DE MOBILITÉ COMBINÉE .....	59
3.1	Formes de partenariats possibles .....	59
3.2	Expériences canadiennes de partenariats entre l'autopartage et le transport en commun ..	61
3.3	Déroulement des activités du projet .....	62
3.4	Description des partenariats conclus .....	77
3.4.1	Réseau de transport de la Capitale (RTC) .....	77
3.4.2	La Société de transport de l'Outaouais (STO) .....	79
3.4.3	La Société de transport de Laval (STL) .....	80
3.4.4	OC Transpo .....	82
3.5	Impacts des ententes .....	88
3.5.1	Abonnement au service d'autopartage .....	88
3.5.2	Impact sur le nombre d'abonnements annuels au transport en commun et sur la vente des titres de transport .....	98
3.6	Synthèse et conclusions .....	103
4.	IMPACT ACTUEL DE LA MOBILITÉ COMBINÉE INCLUANT L'AUTOPARTAGE .....	109
4.1	Nature des impacts .....	109
4.2	Réduction du parc automobile .....	109
4.2.1	Bénéfices liés à la réduction du parc automobile .....	109
4.2.2	Nombre d'automobiles en moins .....	110



4.2.3	Réduction du coût du stationnement .....	112
4.3	Impacts sur les coûts des déplacements en auto .....	112
4.3.1	Coût d'un véhicule privé .....	113
4.3.2	Coûts de l'autopartage .....	114
4.4	Impacts sur la mobilité et l'environnement .....	116
4.4.1	Distance parcourue en auto .....	116
4.4.2	Gaz à effet de serre .....	120
4.4.3	Autres gaz polluants .....	121
4.5	Synthèse .....	124
5.	IMPACT POTENTIEL DE LA MOBILITÉ COMBINÉE INCLUANT L'AUTOPARTAGE .....	125
5.1	Rappel du profil des usagers de Communauto .....	125
5.2	Facteurs favorisant la pratique de l'autopartage .....	127
5.2.1	Concentration des ménages selon les caractéristiques retenues .....	127
5.2.2	Ménages présentant un potentiel d'adhésion à l'autopartage .....	130
5.3	Potentiel de l'autopartage à Montréal .....	131
5.4	Potentiel de l'autopartage à Québec .....	134
5.5	Impacts potentiels .....	137
5.5.1	Parc automobile .....	137
5.5.2	Émission de polluants .....	138
5.6	Synthèse .....	139
6.	CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS .....	141
6.1	Rappel des objectifs .....	141
6.2	Profil des usagers de l'autopartage .....	141
6.3	Expériences de partenariat autopartage et transport en commun .....	142
6.4	Impact actuel de l'autopartage .....	144
6.5	Potentiel de la mobilité combinée incluant l'autopartage .....	145
6.6	Constats et recommandations .....	147
6.6.1	Aux élus et aux administrations publiques .....	148
6.6.2	Aux sociétés de transport en commun .....	148
6.6.3	Aux compagnies d'autopartage .....	149
6.6.4	Conditions plus générales de réussite pour la conclusion de partenariats .....	150

## ANNEXES

Annexe A	Documents d'information .....	155
Annexe B	Sondages .....	181
Annexe C	Contrats des ententes conclues avec les sociétés de transport .....	203
Annexe D	Dépliants promotionnels .....	219
Annexe E	Contrats d'abonnement combinés .....	225
Annexe F	Autres études .....	241
Annexe G	Calcul des taux de pénétration du marché des membres de Communauto .....	245

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 2.1	Organismes d'autopartage en Amérique du Nord, juin 2005 .....	17
Tableau 2.2	Effectifs de Communauto, décembre 2005 .....	19
Tableau 2.3	Distribution des membres de Communauto selon leur profil sociodémographique .....	38
Tableau 2.4	Nombres d'abonnés et de désistement 2000 à 2005 .....	45
Tableau 2.5	Répartition des abonnés de Vrtucar selon le type de ménage .....	51
Tableau 3.1	Types d'ententes possibles entre des sociétés de transport en commun et des entreprises d'autopartage .....	60



Tableau 3.2	Principales caractéristiques des sociétés de transport en commun ayant conclu des ententes de partenariat avec Communauto .....	67
Tableau 3.3	Éléments contextuels présents lors de l'amorce des discussions et résumé des partenariats finalement conclus .....	68
Tableau 3.4	Conséquences et implications des ententes conclues entre Communauto ou Vrtucar et les sociétés de transport en commun .....	84
Tableau 3.5	Caractéristiques et/ou enjeux associés aux clientèles cibles potentielles d'une offre d'abonnement combinée .....	91
Tableau 3.6	Sondages et entrevues réalisés par Communauto en 2006 pour mesurer l'intérêt des clientèles visées pour différents aspects des offres d'abonnement combiné et pour le service d'autopartage (annexe A) .....	93
Tableau 3.7	Statistiques de Communauto sur les inscriptions à Québec du début de 2006 jusqu'au début du lancement de la campagne DUO auto + bus .....	100
Tableau 3.8	Nombre de titres mensuels de transport en commun achetés par les usagers de Communauto non abonnés au transport en commun au cours des 12 derniers mois .....	102
Tableau 3.9	Nombre de billets à l'unité achetés en moyenne, par semaine, par les abonnés de Communauto non abonnés au transport en commun au cours des 12 derniers mois .....	102
Tableau 4.1	Impact de l'autopartage sur la réduction du parc automobile et impact de Communauto sur la réduction du parc automobile, janvier 2006 .....	111
Tableau 4.2	Coûts d'utilisation annuels d'un véhicule privé .....	113
Tableau 4.3	Coûts d'utilisation annuels d'un véhicule de Communauto .....	114
Tableau 4.4	Comparaison des coûts d'utilisation annuels d'un véhicule – selon une distance annuelle de 2 350 km .....	115
Tableau 4.5	Impact de l'adhésion à Communauto sur la mobilité (kilométrage annuel parcouru) .....	118
Tableau 4.6	Impact de l'adhésion à Communauto sur les émissions de CO <sub>2</sub> – Scénario central .....	121
Tableau 4.7	Hypothèse sur les déplacements effectués en automobile par les usagers de Communauto .....	122
Tableau 4.8	Impact de l'adhésion à Communauto sur les émissions de gaz polluants .....	123
Tableau 5.1	Principales caractéristiques des usagers de Communauto à Montréal et Québec .....	126
Tableau 5.2	Définition des groupes de ménages potentiels d'adhésion à l'autopartage/mobilité combinée .....	130
Tableau 5.3	Bassin potentiel d'adhésion à l'autopartage/mobilité combinée – Montréal .....	133
Tableau 5.4	Scénario de pénétration du marché de l'autopartage/mobilité combinée utilisé · Montréal .	133
Tableau 5.5	Clientèle potentielle estimée à partir du scénario de pénétration – Nombre de ménages potentiels d'adhésion à l'autopartage / mobilité combinée – Montréal .....	134
Tableau 5.6	Bassin potentiel d'adhésion à l'autopartage/mobilité combinée · Québec .....	136
Tableau 5.7	Scénario de pénétration du marché de l'autopartage / mobilité combinée utilisé · Québec .	136
Tableau 5.8	Clientèle potentielle estimée à partir du scénario de pénétration – Nombre de ménages potentiels d'adhésion à l'autopartage/mobilité combinée – Québec .....	137
Tableau 5.9	Impact potentiel de l'autopartage/mobilité combinée sur la réduction du parc automobile .	138
Tableau 5.10	Impacts environnementaux potentiels au Québec .....	139
Tableau F.1	Impact de l'autopartage sur la possession automobile .....	240
Tableau F.2	Variation du kilométrage annuel parcouru par les membres d'autopartage, avant et après leur adhésion — comparaison des résultats à des études européennes et américaines ....	241
Tableau G.1	Calcul des taux de pénétration du marché des membres de Communauto – à Montréal et à Québec .....	244

## LISTE DES FIGURES

Figure 2.1	Relation de l'autopartage avec les autres modes alternatifs à l'automobile privée .....	13
Figure 2.2	Localisation des organismes d'autopartage en Amérique du Nord, 2004 .....	16
Figure 2.3	Avantages de l'autopartage .....	18
Figure 2.4	Localisation des stations de véhicules, Communauto, 2005 .....	21
Figure 2.5	Nombre d'abonnés et de véhicules, Communauto, 1995-2005 .....	23



Figure 2.6	Lieu de résidence, usagers de Communauto .....	24
Figure 2.7	Distribution des abonnés et des stations de véhicules de Communauto .....	26
Figure 2.8	Groupes d'âge, usagers de Communauto 2004 et population 2001, Montréal et Québec ...	28
Figure 2.9	Genre, usagers de Communauto, Montréal et Québec, 2004 .....	29
Figure 2.10	Langue parlée à la maison, abonnées de Communauto 2004 et population 2001, Montréal et Québec .....	30
Figure 2.11	Niveau de scolarité, usagers de Communauto 2004 et population 2001, Montréal et Québec .....	31
Figure 2.12	Revenu par ménage, usagers de Communauto 2004 et population 2001 – Montréal et Québec	32
Figure 2.13	Type de ménage, usagers de Communauto 2004 et population 2001 – Montréal et Québec .	33
Figure 2.14	Distribution des groupes d'âges selon le type de ménage, abonnées de Communauto – Montréal et Québec, 2004 .....	35
Figure 2.15	Nombre d'autos par ménage, abonnés de Communauto 2004 et population 2001 – Montréal et Québec .....	36
Figure 2.16	Nombre d'autos par ménage en fonction du type de ménage .....	37
Figure 2.17	Mode de transport utilisé pour se déplacer du domicile au lieu de travail, abonnés de Communauto 2004 et population 2001 – Montréal et Québec .....	39
Figure 2.18	Mode généralement utilisé par les usagers de Communauto selon le motif de déplacement	41
Figure 2.19	Principal motif du dernier trajet effectué avec un véhicule de Communauto .....	41
Figure 2.20	Fréquence d'utilisation des modes de transport, usagers de Communauto .....	42
Figure 2.21	Nombre de laissez-passer mensuels de transport en commun acheté par les abonnés de Communauto sur une période de 12 mois .....	43
Figure 2.22	Habitudes de déplacements avant et après avoir joint le service de Communauto .....	44
Figure 2.23	Nombre d'années d'abonnement au service de Communauto .....	45
Figure 2.24	Évolution du nombre d'abonnés de Vrtucar depuis la création du service .....	47
Figure 2.25	Localisation des stations de véhicules de Vrtucar à Ottawa .....	47
Figure 2.26	Distribution des groupes d'âge des usagers de Vrtucar et de la région d'Ottawa-Hull .....	48
Figure 2.27	Répartition des usagers de Vrtucar en fonction de la langue parlée à la maison, en comparaison avec la population d'Ottawa .....	49
Figure 2.28	Niveau de scolarité des usagers de Vrtucar .....	50
Figure 2.29	Revenu par ménage pour les usagers de Vrtucar .....	50
Figure 2.30	Mode de transport utilisé par les abonnés de Vrtucar pour se rendre du domicile au lieu de travail .....	53
Figure 2.31	Mode généralement utilisé par les usagers de Vrtucar selon le motif de déplacement .....	54
Figure 2.32	Principal motif du dernier trajet effectué avec un véhicule de Vrtucar .....	55
Figure 2.33	Fréquence d'utilisation des principaux modes de transport par les usagers de Vrtucar .....	55
Figure 2.34	Nombre de laissez-passer mensuels achetés par les membres de Vrtucar sur une période de 12 mois .....	56
Figure 2.35	Nombre d'années d'abonnement au service de Vrtucar .....	57
Figure 3.1	Affichage réalisé par la ville de Laval pour identifier le site des stations de véhicules de Communauto .....	63
Figure 3.2	Signature visuelle retenue pour promouvoir le DUO auto+bus .....	64
Figure 3.3	Inséré accompagnant la lettre envoyée par la RTC au printemps 2005 à ses 3000 usagers détenteurs de <i>L'abonne BUS</i> . Un second envoi de cet inséré (non accompagné de lettre) a eu lieu à l'automne 2005 .....	72
Figure 3.4	Monsieur Paul Choiry, président du RTC (à droite), et Monsieur Benoît Robert, président de Communauto, scellent l'entente qui vient d'être annoncée aux médias lors de la conférence de presse du 16 novembre 2004 .....	73
Figure 3.5	Prospectus mentionnant la première offre d'abonnement combinée conclue avec le RTC et annonçant l'offre à venir à Gatineau; envoyé par Communauto (Médiaposte sans adresse) à 77 000 ménages de la région de Québec, à 12 000 ménages de Gatineau et à 11 427 de Laval durant l'été 2005 .....	73
Figure 3.6	Monsieur Lawrence Cannon, alors président de la STO, annonçant le partenariat conclu entre Communauto et la STO lors de la conférence de presse tenue le 22 septembre 2005 lors de l'événement « En ville, sans ma voiture ! » .....	74



Figure 3.7	Publicité faite sur la lunette arrière des véhicules de Communauto à compter de décembre 2005 pour supporter la promotion du DUO auto+bus .....	75
Figures 3.8	Annnonce de l'inauguration du service à Laval lors d'une conférence de presse à l'hôtel de ville, le 14 sept. 2005 .....	76
Figure 3.9	Affiche annonçant le service installée à l'angle du boul. des Laurentides et du boul. Cartier	76
Figure 3.10	Évolution du nombre d'abonnés de Communauto à Québec, Gatineau et Laval et du nombre de ceux qui se sont prévalus de l'offre d'abonnement combiné .....	89
Figure 3.11	Proportion des adhérents de Communauto inscrits dans le cadre des offres de mobilité combinée offertes .....	92
Figure 3.12	Intérêt relatif pour l'autopartage et le transport en commun des usagers de Communauto qui se sont inscrits à <i>L'abonne BUS</i> .....	94
Figure 3.13	Intérêt pour l'autopartage lié à l'offre du RTC à Québec .....	94
Figure 3.14	Connaissance de l'offre DUO auto+bus à Gatineau .....	97
Figure 3.15	Comparaison de la durée de l'abonnement au transport en commun par rapport à l'abonnement à l'autopartage (Gatineau, Québec et Laval) .....	99
Figure 3.16	Nombre total de titres de transport mensuels achetés par les usagers de Communauto durant les 12 mois avant et après leur décision de s'abonner annuellement au transport en commun .....	101
Figure 4.1	Variation du kilométrage parcouru annuellement avant et après l'adhésion à Communauto	117
Figure 4.2	Variation des distances parcourues annuellement suite à l'adhésion au service d'autopartage – États-Unis (Québec) et Belgique .....	119
Figure 5.1	Proportion des ménages abonnés à Communauto (2005) et proportion des ménages de la population générale avec des caractéristiques socioéconomiques favorisant la pratique de la mobilité combinée, région de Montréal (2001) .....	128
Figure 5.2	Relation entre l'utilisation des modes actifs et de transport collectif pour des déplacements travail et les ménages sans auto .....	129
Figure 5.3	Zones de potentiel de la région de Montréal .....	132
Figure 5.4	Zones de potentiel de la région de Québec .....	135





# 1. INTRODUCTION

## 1.1 Contexte

La croissance du parc automobile et de sa part de marché dans le cadre des déplacements urbains est problématique à maints égards : congestion de la circulation, dégradation de la qualité des milieux de vie, pollution de l'air... L'automobile constitue également un obstacle important dans l'atteinte des objectifs du Protocole de Kyoto ou des autres cibles en matière d'efficacité énergétique.

Malheureusement, ce mode reste souvent celui qui répond le mieux à des besoins de mobilité qui exigent de plus en plus de flexibilité, en termes d'horaire et de destinations, alors que les modes de transport durable se révèlent souvent incapables d'accommoder l'accroissement de la demande en raison de leurs limites respectives.

Les modes de transport en commun sont davantage orientés vers la desserte de déplacements aux périodes de pointe et dans les corridors de forte demande. La demande grandissante de flexibilité dans les besoins de déplacement résulte en une part sans cesse croissante de la population qui recourt à un véhicule privé pour assurer ses besoins de mobilité. Si, de façon générale, l'achalandage du transport en commun a crû au cours des dernières années, sa part modale, elle, n'a cessé de diminuer par rapport à l'automobile.

C'est là un fait bien documenté, la possession d'un véhicule encourage son utilisation. L'augmentation du nombre d'automobiles en circulation fait donc en sorte que ce mode est fréquemment utilisé même lorsque le transport en commun ou d'autres modes de transport durable pourraient assurer adéquatement ces déplacements. Dans ce contexte, une approche intermodale et intégrée combinant le transport en commun et l'usage de l'automobile représente une avenue prometteuse pour accroître l'efficacité du transport et diminuer son impact environnemental, surtout si celle-ci peut entraîner une réduction du taux de motorisation. C'est de ce constat qu'est né « l'autopartage » (pour plus de détails sur les origines de ces réflexions voir [www.communauto.com/historiqueo1.html](http://www.communauto.com/historiqueo1.html)).

L'autopartage, ou voiture dite « libre service », constitue un service de mobilité offrant à ses adhérents la flexibilité propre à l'automobile sans la nécessité d'en être propriétaire. Ce service offre, de plus, une alternative intéressante à la possession d'un deuxième véhicule. Avec l'addition de l'autopartage aux autres modes de transport durable, la solution de transport offerte ne se limite plus, essentiellement, à l'antagonisme entre l'automobile et le transport en commun : l'autopartage et le transport en commun deviennent des modes complémentaires. Lorsqu'un service de transport en commun est disponible sur une base efficace, il est généralement préféré par les adhérents à un service d'autopartage en raison de son coût moindre; toutefois, pour des déplacements de moyenne distance ou pour lesquels le transport en commun n'est pas disponible ou ne convient pas, l'automobile disponible en libre-service que propose la formule de l'autopartage est une alternative tout-à-fait indiquée.

La combinaison de l'autopartage et du transport en commun permet de proposer à la population une offre de service plus flexible, répondant davantage à ses besoins de mobilité. Les usagers de



l'autopartage étant, à la base, de grands utilisateurs du transport en commun et/ou des modes de transports actifs, une forme informelle de mobilité combinée s'installe dès lors que ce service est disponible quelque part. L'autopartage permet, en quelque sorte, d'éliminer le sentiment de « captivité » ou de privation souvent associé au fait de renoncer à la propriété d'un véhicule, ce qui, pour plusieurs, facilite cette dernière décision. Misant sur ce constat, des initiatives visant à lier plus formellement des services d'autopartage et de transport en commun, dans le but de rendre leur offre plus attrayante, ont été mises de l'avant dans plusieurs villes européennes, notamment en Allemagne et en Suisse. Ces partenariats ont réuni, jusqu'ici, des compagnies d'autopartage et des sociétés de transport en commun mais aussi des compagnies de chemin de fer.

L'expression « mobilité combinée » peut ainsi faire référence à différentes réalités : à savoir la mobilité combinée de nature informelle et celle plus formelle impliquant des ententes contractées entre différentes organisations dans le but d'améliorer leurs offres ou de promouvoir ensemble leurs différents services afin de maximiser les retombées de leurs campagnes. Selon le contexte, c'est tantôt à l'une ou à l'autre de ces réalités que nous référerons tout au long de ce rapport.

Au Canada, plusieurs compagnies indépendantes d'autopartage ont été créées au cours des douze dernières années. C'est le cas de Communauto qui, depuis 1994, opère un service d'autopartage dans les principales régions métropolitaines du Québec (soit Montréal, Québec, Sherbrooke et Gatineau) et de Vrtucar, fondée en 2000, qui est présente à Ottawa. Communauto compte aujourd'hui plus de 10 000 usagers et constitue, à ce jour, la plus ancienne compagnie de ce type en Amérique du Nord. Vrtucar en compte plus de 400. À l'instar de ce qui s'est fait en Europe et ce, dès le début des années 90, ces deux entreprises ont toujours souhaité mettre en place de véritables offres de mobilité combinée dans le but d'intégrer plus formellement l'automobile à l'offre de transport public. Ce sont ces premières expériences en terre canadienne qui sont documentées et qui ont été rapportées ici.

## 1.2 Présentation du projet de recherche

Ce rapport présente les résultats des expériences de mobilité combinée réalisées par Communauto et Vrtucar avec des sociétés de transport en commun québécoises et ontariennes, de même que l'évaluation des impacts actuels et potentiels de l'autopartage à l'échelle de régions urbaines canadiennes. Ces activités ont été réalisées entre le 1<sup>er</sup> novembre 2004 et le 30 juin 2006 dans le cadre d'un projet de recherche s'inscrivant dans le programme « Initiatives de planification des transports et d'intégration modale » de Transports Canada.

Les objectifs du projet de recherche étaient :

- d'évaluer les impacts actuels et potentiels de la mobilité combinée incluant l'autopartage sur le parc automobile, les coûts d'utilisation de l'auto, les déplacements, la consommation énergétique et l'environnement;
- d'élaborer, d'expérimenter et de promouvoir des partenariats entre des organismes d'autopartage et des sociétés de transport en commun et d'en étudier les retombées;
- de formuler des recommandations dans le but de favoriser l'élargissement de ces ententes et de permettre leur réplique dans d'autres villes canadiennes.



Le projet de recherche comportait quatre grands volets d'activités, soit :

- l'établissement de partenariats formels entre des compagnies d'autopartage et des sociétés de transport en commun pour déployer des offres de mobilité combinée;
- l'élaboration de stratégies de diffusion de ces offres de mobilité combinée;
- l'analyse des données antérieures disponibles, la réalisation de sondages et l'analyse des impacts actuels et potentiels de l'autopartage et de la mobilité combinée;
- la production d'un rapport d'étude et la formulation de recommandations.

L'équipe du projet était composée de :

- Communauto inc., une entreprise d'autopartage desservant les régions de Québec, Montréal, Sherbrooke et Gatineau, responsable des ententes de partenariat avec les sociétés de transport en commun et des activités de sondage;
- Vrtucar inc., une entreprise d'autopartage desservant la ville d'Ottawa;
- L'Association canadienne des transports urbains – ACTU (une association d'organismes de transport publics);
- Le Réseau de transport de la Capitale – RTC (la société de transport desservant la rive nord de Québec), à laquelle s'est jointe la Société de transport de Lévis (ST Lévis), desservant la rive sud du territoire, en fin de projet;
- La Société de transport de l'Outaouais – STO (la société de transport desservant la région de Gatineau);
- La OC Transpo (la société de transport desservant la région d'Ottawa-Carleton), en tant que partenaire externe (la OC Transpo s'en est finalement tenu à un rôle d'observateur du projet);
- Tecsum inc. (une société d'experts-conseils), responsable des analyses des impacts de l'autopartage et de la mobilité combinée et de la rédaction du rapport de recherche.

Durant l'été 2005, Communauto a eu l'occasion d'étendre la portée du projet dans des régions non considérées initialement. Plus particulièrement, Communauto a eu l'opportunité de discuter, à leur propre demande, et de conclure une entente, avec la ville de Laval, la Société de transport de Laval (la STL) et l'Agence métropolitaine de transport de Montréal (AMT), nécessairement impliquées dans le projet à cause du caractère régional (Laval-Montréal) de la majorité des titres de transports mensuels vendus par la STL.

Les résultats de ces négociations (signature d'une entente en septembre 2005 et implantation d'une offre de mobilité combinée à partir d'octobre 2005) peuvent être considérés comme une conséquence directe du présent projet. Ils ont par conséquent également fait l'objet d'un suivi et d'une évaluation au même titre que les projets impliquant les partenaires pressentis initialement.

### 1.3 Contenu

Le chapitre 2 présente l'autopartage, de même que les deux compagnies d'autopartage impliquées dans le projet : Communauto et Vrtucar. Basées, essentiellement, sur les données disponibles antérieurement, ces présentations sont suivies d'une description détaillée du profil de la clientèle actuelle de ces services ainsi que de leur comportement en déplacement. Le chapitre 3 contient la



description des expériences de partenariats réalisées par Communauto et Vrtucar avec des sociétés de transport en commun québécoises et ontariennes de même que leur principaux impacts mesurés en cours de projet. Le chapitre 4 présente les impacts actuels de la mobilité combinée incluant l'autopartage sur le parc automobile, les coûts du transport, la mobilité et les émissions polluantes. En se reposant sur les informations présentées aux chapitres 2 et 4, le chapitre 5 estime le potentiel d'adhésion à l'autopartage et, incidemment, à une forme plus ou moins formelle de mobilité combinée ainsi que les impacts environnementaux qui découleraient de la matérialisation de ce potentiel de marché pour deux villes canadiennes, soit Montréal et Québec, de même que pour l'ensemble de la province. Enfin, le chapitre 6 présente les principaux éléments de conclusion qui sont ressortis de ce projet et les recommandations qui en découlent.



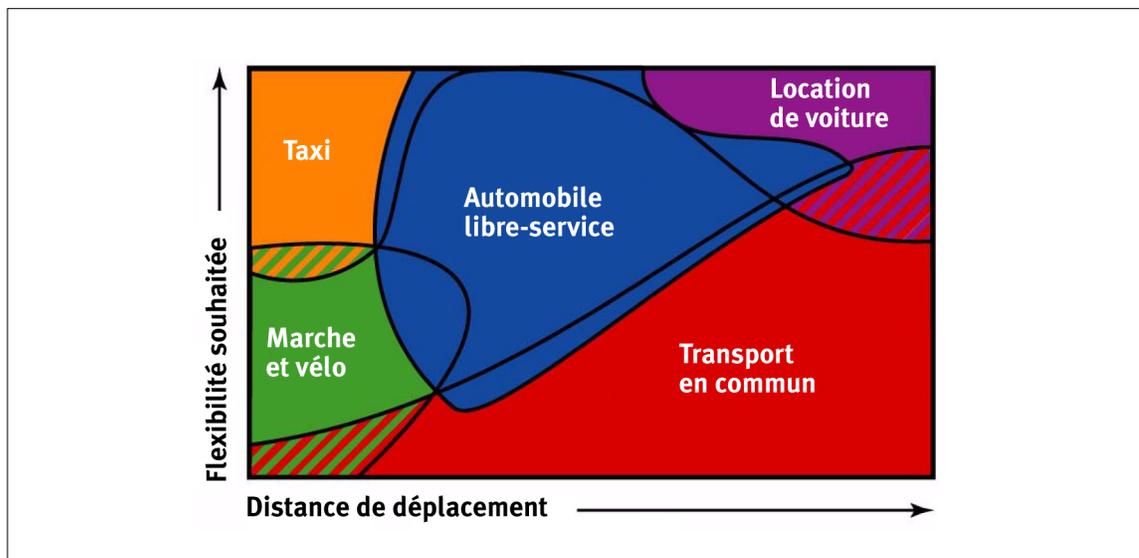
## 2. AUTOPARTAGE

### 2.1 Présentation de l'autopartage

#### 2.1.1 MODES ALTERNATIFS

Depuis environ une vingtaine d'années, les organismes d'autopartage se sont multipliés un peu partout dans les pays développés, principalement en Europe, au Canada et plus récemment aux États-Unis. Moins connu que les autres modes conventionnels de transport des personnes, l'autopartage permet de compléter l'offre des modes alternatifs à l'automobile privée, soit le transport en commun, le taxi, le vélo et la marche, et ainsi de constituer une véritable offre de mobilité combinée. À ce titre, l'autopartage a souvent été qualifié de chaînon manquant entre les modes alternatifs à l'automobile privée<sup>1</sup>. La figure 2.1 illustre les relations existant entre l'autopartage (automobile libre-service), le transport en commun, les modes actifs (marche et vélo) et d'autres modes (taxi, location de voiture).

**Figure 2.1**  
**Relation de l'autopartage avec les autres modes alternatifs à l'automobile privée**



Source : Sébastien Noguès, cité dans *La Lettre de la voiture en temps partagé*, CERTU, déc. 2003, p.5

Seule une combinaison de différents modes de transport peut constituer une offre de transport satisfaisante permettant de suppléer à la possession d'une automobile. Un seul de ces modes peut rarement desservir efficacement l'ensemble des besoins de mobilité des personnes, en fonction de la flexibilité désirée et de la distance de déplacement.

Comme les usagers des services d'autopartage possèdent rarement une automobile et n'utilisent que ponctuellement les services d'autopartage, la majorité de leurs déplacements quotidiens, par exemple

<sup>1</sup> Millard-Ball, Adam et autres, *Car-Sharing: Where and How it Succeeds*, Transit Cooperative Research Program (TCRP) Report 108, publié par Transportation Research Board, Washington, D.C., 2005, p. 2-15.



pour aller au travail ou à l'épicerie, sont effectués à l'aide d'autres modes, le plus souvent le transport en commun et les modes actifs (marche et vélo). Par ailleurs, comme l'utilisateur de l'autopartage paie ses déplacements au prorata de son utilisation, il opte généralement pour le mode de transport offrant le meilleur rapport qualité/prix. Or, il s'agit souvent du transport en commun, notamment en raison de l'existence des laissez-passer mensuels qui rabaisent à zéro le coût marginal d'utilisation associé à ce mode les mois où un titre de transport est détenu par l'usager.

L'usage de l'automobile peut toutefois s'avérer nécessaire pour effectuer un certain nombre de déplacements. Ce mode offre une flexibilité qu'aucun autre mode de transport ne peut fournir. Par exemple, pour se rendre à des destinations qui ne sont pas accessibles en transport en commun, pour transporter des objets encombrants ou lourds ou encore pour effectuer un trajet avec de multiples arrêts. L'autopartage est alors utilisé.

Par rapport aux deux autres services mettant à profit l'utilisation de l'automobile, soit le taxi et la voiture de location, le service à privilégier diffère. Si l'utilisation de l'autopartage est plus avantageuse en termes de coût pour les trajets de moyenne distance, les voitures de location le sont pour les plus longues. Ceci d'autant plus que certaines entreprises d'autopartage concluent des ententes de partenariat avec des entreprises de location de voiture afin d'améliorer la disponibilité des véhicules mis à la disposition de leurs usagers et pour élargir la gamme des véhicules offerts. C'est le cas de Communauto avec son offre « Inter-réseau » (annexe A). Par ailleurs, pour les déplacements de courte distance d'une durée indéterminée ou lorsque les services de transport public sont absents ou inadéquats, par exemple pour une réunion d'affaires d'une durée indéterminée, pour se rendre à l'aéroport ou se déplacer la nuit, le taxi demeure la meilleure option.

### 2.1.2 DÉFINITION

Plusieurs chercheurs ont analysé sous différents angles différentes expériences d'autopartage. Une liste bibliographique peut être consultée sur le site de Communauto<sup>2</sup>. Récemment, les auteurs d'une importante étude publiée en 2005 et commandée par le Transportation Research Board (TRB) ont passé en revue la plupart de ces ouvrages en plus d'étudier un grand nombre d'organismes d'autopartage à travers le monde.

Malgré les spécificités de chaque organisme d'autopartage, les différents exemples recensés d'autopartage se définissent généralement par les caractéristiques suivantes<sup>3</sup> :

- un groupe organisé de participants;
- le partage d'un ou de plusieurs véhicules;
- un réseau de stations de véhicules décentralisé;
- près des lieux de résidence, de travail et/ou de stations de transport en commun;
- un système de réservation à l'avance pour l'utilisation des véhicules;
- une location pour de courtes périodes, par tranche d'une heure ou moins;
- des véhicules disponibles en libre-service.

<sup>2</sup> <http://communauto.com/biblio.html>

<sup>3</sup> Millard-Ball, Adam et autres, *Car-Sharing: Where and How it Succeeds*, Transit Cooperative Research Program (TCRP) Report 108, publié par Transportation Research Board, Washington, D.C., 2005, p.2-1.



Le libre-service signifie que les véhicules sont accessibles directement par l'utilisateur, sans la présence de préposés. L'utilisateur réserve à l'avance, se rend au stationnement où se situe le véhicule et le ramène au même endroit.

Au cours des dernières années, certains gouvernements ont officialisé une définition de l'autopartage afin de conclure des ententes ou de mettre sur pied des programmes de subvention. L'étude du TRB recommande d'utiliser comme modèle la définition produite par l'État de Washington :

« Un programme d'abonnement destiné à offrir à ses membres, personnes physiques ou morales, une alternative à la possession d'une automobile, soit par la possibilité d'utiliser les véhicules d'un parc sur une base horaire. »<sup>4</sup>

Un membre peut utiliser, d'une façon ponctuelle, une automobile sans en être personnellement propriétaire. Le tarif dépend alors de l'utilisation du véhicule.

En France, une proposition de loi « tendant à promouvoir l'autopartage » déposée par Roland Ries, ancien maire de Strasbourg et sénateur du Bas-Rhin, a été adoptée à l'unanimité en première lecture au Sénat, le 11 mai 2006. Cette proposition de loi vise notamment, en la définissant dans un texte de loi, à créer un cadre juridique propice au développement de l'autopartage, une « activité qui permet la réduction de la pollution et de l'encombrement urbain ». Le texte tend notamment à permettre aux maires des municipalités où le service est présent « de réserver des places de stationnement sur voirie aux véhicules labellisés autopartage ».

### 2.1.3 HISTORIQUE

La première expérience d'autopartage a lieu en 1948 à Zurich en Suisse<sup>5</sup>. Cependant, il faut attendre jusqu'aux années 70 pour assister à un réel mouvement en Europe. L'autopartage apparaît alors en France, en Grande-Bretagne et aux Pays-Bas. Un peu plus tard, au début des années 80, s'amorcent les premières tentatives de mise en place de services d'autopartage aux États-Unis. Ces expériences européennes et américaines n'ont souvent duré que quelques années, voire, parfois, quelques mois. Elles ont échoué notamment à cause d'une planification et d'une mise en marché souvent inadéquates, de concepts parfois inadaptés, du manque de motivation à poursuivre l'expérience de certains gestionnaires, ou encore en raison d'un bassin trop limité d'utilisateurs.

Les services actuels d'autopartage trouvent leurs origines en Suisse et en Allemagne à la fin des années 80. Par la suite, des services d'autopartage ont aussi été créés dans d'autres pays, tels que les Pays-Bas, l'Autriche, le Canada et les États-Unis. Des services existent également en France, en Angleterre, en Irlande, au Danemark, en Italie, en Suède et en Norvège<sup>6</sup>. La croissance annuelle de

4 Ibid., p. 2-2.

5 Ibid., p. 2-5.

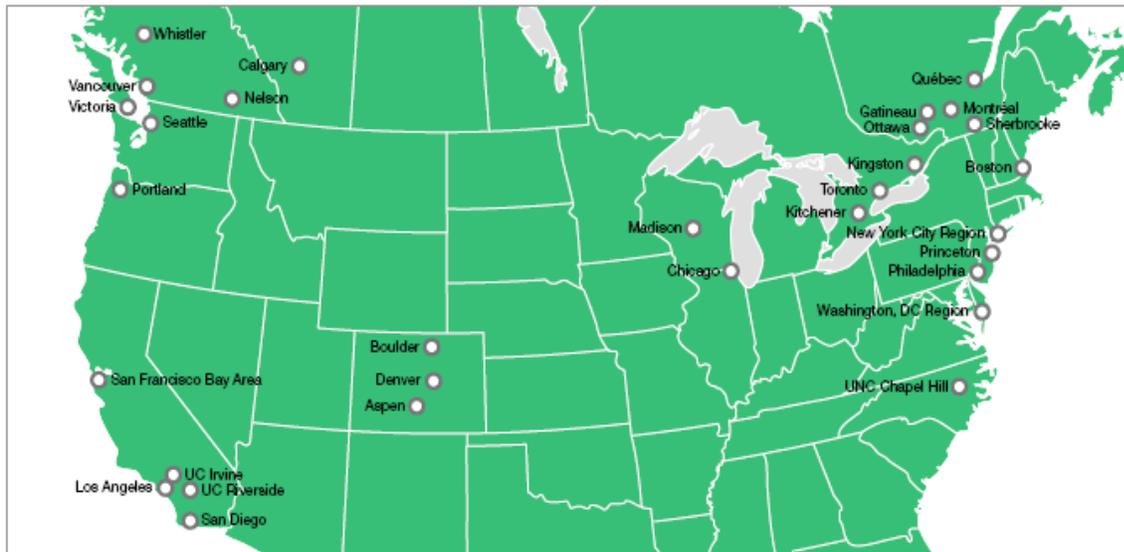
6 [www.communauto.com/leader.html](http://www.communauto.com/leader.html)



l'autopartage à travers le monde est estimée entre 20 et 30 % et, en février 2005, le nombre de membres s'élevait à 280 000, dont 75 % en Europe<sup>7</sup>.

Les premières expériences fructueuses d'autopartage en Amérique du Nord sont apparues plus tard, par la fondation en 1994 au Canada, d'Auto-Com, l'ancêtre de Communauto<sup>8</sup>, et par la fondation, en 1998 aux États-Unis, de CarSharing Portland, maintenant Flexcar. La croissance y a été exponentielle. En décembre 2004, on compte 61 652 membres aux États-Unis pour 939 véhicules et 10 759 membres au Canada pour 528 véhicules<sup>9</sup>. Le tableau 2.1 et la figure 2.2 présentent la liste des organismes nord-américains d'autopartage en opération en juin 2005.

**Figure 2.2**  
**Localisation des organismes d'autopartage en Amérique du Nord, 2004**



Source : City CarShare, 2004

7 Millard-Ball, Adam et autres, *Car-Sharing: Where and How it Succeeds. Transit Cooperative research Program (TCRP) Report 108*, publié par Transportation Research Board, Washington D.C., 2005, p. 2-6.

8 Pour plus de détails sur l'histoire de Communauto, consultez le lien suivant: <http://communauto.com/histoire.html>

9 Millard-Ball, Adam et autres, *Car-Sharing: Where and How it Succeeds, Transit Cooperative research Program (TCRP) Report 108*, publié par Transportation Research Board, Washington, D.C., 2005, p. 2-6.



**Tableau 2.1**  
**Organismes d'autopartage en Amérique du Nord, juin 2005**

RÉGION	ORGANISME
<b>É T A T S - U N I S</b>	
Ann Arbor, MI	Ann Arbor Community Car Coop
Aspen, CO	Roaring Ford Valley Vehicles
Boston, MA	Zipcar
Boulder, CO	Boulder CarShare
Chapel Hill, NC	Zipcar
Chicago, IL	I-GO
Detroit, MI	Viacar
Eugene, OR	Eugene BioCarShare
Irvine, CA (University of California)	ZevNet
Los Angeles, CA	Flexcar
Madison, WI	Community Car
Minneapolis-St Paul, MN	hOurCar
New-York, NY	Zipcar
Philadelphia, PA	PhillyCarShare
Portland, OR	Flexcar
Riverside, CA (University of California)	Intellishare
Rutledge, MO	Dancing Rabbit Vehicle cooperative
San Diego, CA	Flexcar
San Francisco, CA	City CarShare
Santa Barbara, CA	Flexcar
Seattle, WA	Flexcar
Washington, DC	Flexcar, Zipcar
<b>C A N A D A</b>	
Calgary, AB	Calgary Alternative Transportation Coop
Edmonton, AB	Carsharing Co-op of Edmonton
Gatineau, QC	Communauto
Guelph, ON	Guelph Community Car Co-op
Kingston, ON	Kingston Carshare Cooperative
Kitchener, ON	People's Car
Montréal, QC	Communauto
Nelson, CB	Nelson CarShare Cooperative
Ottawa, ON	VrtuCar
Québec, QC	Communauto
Sherbrooke, QC	Communauto
Toronto, ON	AutoShare
Vancouver, CB	Cooperative Auto Network
Victoria, CB	Victoria Car Share Cooperative

Source : Millard-Ball, Adam et autres, *Car-Sharing: Where and How it Succeeds, Transit Cooperative research Program (TCRP) Report 108*, publié par Transportation Research Board, Washington, D.C., 2005, p. 2-10.





## 2.2 Communauto

### 2.2.1 DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE ET DU SERVICE

Issu d'une coopérative fondée en 1994 (Auto-Com), Communauto inc. est une entreprise québécoise à vocation sociale et environnementale. Elle opère un service d'autopartage dans les principales régions métropolitaines du Québec, soit Montréal, Québec, Sherbrooke et Gatineau. En 1994, elle s'installe à Québec, en 1995 à Montréal, en 2001 à Sherbrooke et en 2003 à Gatineau. Communauto possède également des stations à Longueuil depuis 2004 et à Laval, depuis 2005. Cette entreprise constitue à ce jour la plus ancienne compagnie d'autopartage en opération en Amérique du Nord.

Communauto met ses véhicules à la disposition exclusive de ses abonnées. Il s'agit de Toyota Écho ou de Yaris (modèles 2000 à 2006) à transmission automatique. Des accessoires comme des sièges pour enfant sont disponibles sur demande. Communauto conserve la majeure partie de ses véhicules pour les trajets locaux. Si aucune voiture n'est disponible pour un trajet longue distance, la location est logée par Communauto via ses ententes « inter-réseau » avec des entreprises de location d'automobiles, comme par exemple, Discount et Via Route (annexe A).

### 2.2.2 TARIFICATION ET CONTRAT

Le service d'autopartage de Communauto est entièrement autofinancé. Depuis le lancement de ses opérations, un dépôt de 500 \$ sous la forme d'un « droit d'adhésion » est exigé à l'inscription; celui-ci est remboursable lorsque l'abonné quitte le service d'autopartage<sup>12</sup>. Ces dépôts servent à financer le coût d'achat des véhicules et à protéger l'organisation des risques de mauvaises créances.

Communauto acquiert, en moyenne, un nouveau véhicule pour environ 20 nouveaux abonnés. Au droit d'adhésion initial s'ajoute une cotisation annuelle, non remboursable, de 35 \$, 140 \$ ou 350 \$, selon le forfait choisi (annexe A).

Pour adhérer au service, une personne doit présenter à Communauto un rapport récent de son dossier de conduite ainsi que de son dossier de sinistres automobiles. Le premier document est produit par la Société d'assurance automobile du Québec (SAAQ). Ce dossier ne doit comporter aucune mention de conduite avec facultés affaiblies au cours des deux années qui précèdent la demande d'inscription. La demande sera automatiquement rejetée si plus d'une infraction y est notée. De plus, le dossier de conduite ne doit pas compter plus de 5 points d'inaptitude au total si l'adhérent possède son permis de conduire depuis plus de 6 ans, et pas plus que 2 points d'inaptitude s'il le possède depuis moins de 6 ans.

Pour ce qui est du dossier de sinistre, produit par le Groupement des assureurs automobiles du Québec, l'éligibilité au service est évaluée par Communauto en fonction du nombre d'accidents, de la responsabilité ou non de l'adhérent dans l'accident, du montant des dommages réclamés à l'assureur et en fonction du temps de possession du permis de conduire. Si un adhérent possède son permis depuis plus de 6 ans, il ne doit pas avoir été impliqué dans plus de trois incidents impliquant des dommages supérieurs à 1 000 \$. Pour les accidents où l'adhérent est responsable, le maximum est de deux événements.

<sup>12</sup> La durée minimum de l'adhésion est d'un an.



L'adhésion est officialisée par un contrat signé entre l'utilisateur et Communauto. De plus, il existe un règlement d'utilisation des véhicules afin d'assurer la bonne marche du service. À titre d'exemple, des pénalités sont prévues si l'automobile n'est pas ramenée à temps et des procédures sont prévues en cas d'accident.

Les véhicules peuvent être loués à l'heure ou à la demi-heure, pour un minimum d'une demi-heure. L'abonné doit réserver, soit par téléphone (frais de 0,50 \$) ou par Internet (gratuit). À la fin du parcours, l'abonné remplit un coupon prévu à cet effet en indiquant le kilométrage parcouru et laisse ce document à l'intérieur de la voiture, dans le coffre à gants. Une fois par mois, il reçoit une facture compilant tous ses déplacements. Le tarif est de 1,50 \$/h ou 18 \$ par jour, du mardi au jeudi et de 2,00 \$/h ou 24 \$ par jour, du vendredi au lundi<sup>13</sup>. Un tarif kilométrique s'ajoute aux frais d'utilisation, selon les forfaits, de 0,16 \$/km (forfait A), 0,23 \$/km (forfait B) ou 0,29 \$/km (forfait C)<sup>14</sup>. Ces coûts d'utilisation incluent l'immatriculation, les assurances, l'entretien et l'essence. Les abonnés sont en charge de maintenir le niveau d'essence de la voiture et leurs dépenses sont créditées sur leur facture à la fin du mois. Des tarifs adaptés aux trajets longue distance, communément appelés « Inter-réseau » (annexe A), sont également prévus.

### 2.2.3 OFFRE DE SERVICE ET NOMBRE D'ABONNÉS

À la fin 2005, Communauto comptait au Québec un total de 166 stations et 434 véhicules desservant quelque 8 300 abonnés.

**Tableau 2.2**  
**Effectifs de Communauto, décembre 2005**

Ville	Nombre de stations	Nombre de véhicules	Nombre d'abonnés
Montréal	107	327	6 468
Québec	43	92	1 680
Sherbrooke	7	8	55
Gatineau	7	4	73
Laval	2	3	47
<b>T O T A L</b>	<b>166</b>	<b>434</b>	<b>8 323</b>

Source : Communauto, 2006.

<sup>13</sup> Tarification en vigueur en juin 2006.

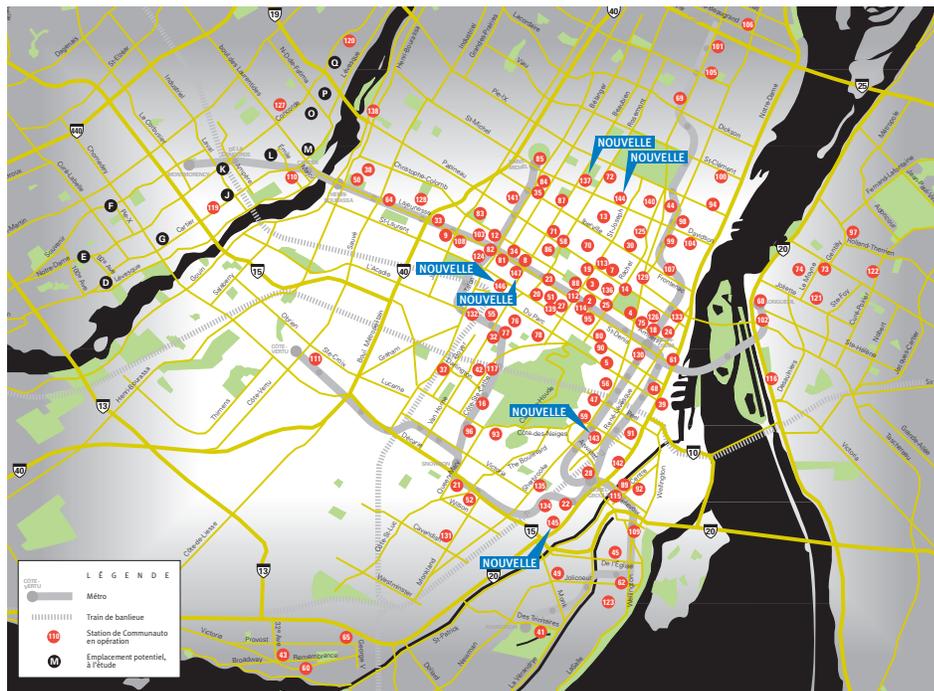
<sup>14</sup> Idem à note 13.



**Figure 2.4**  
**Localisation des stations de véhicules, Communauto, octobre 2006**



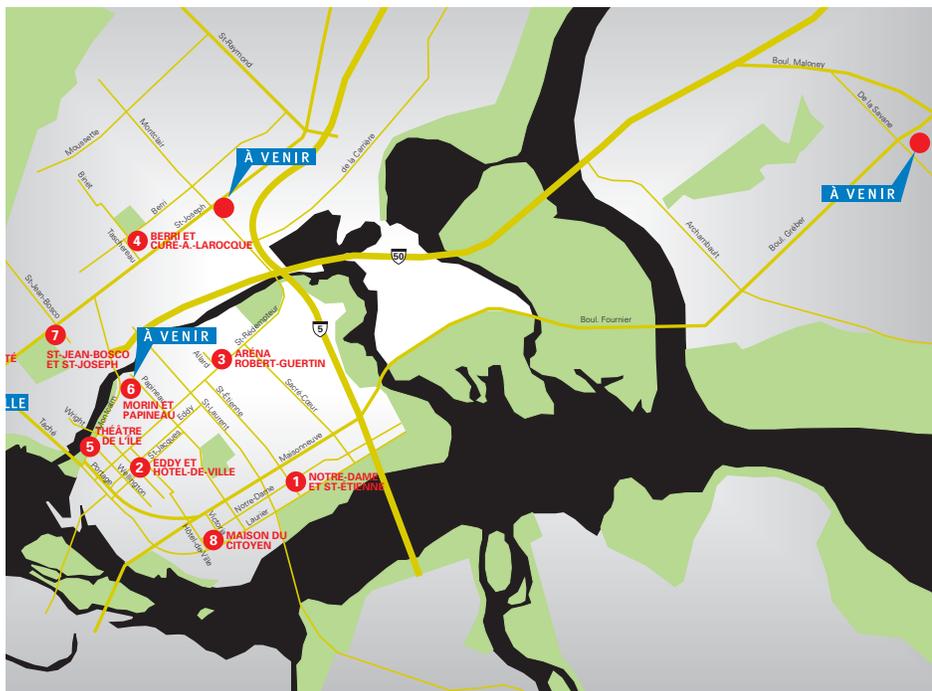
Québec — début des opérations : 1994



Montréal — début des opérations : 1995



Sherbrooke — début des opérations : 2001



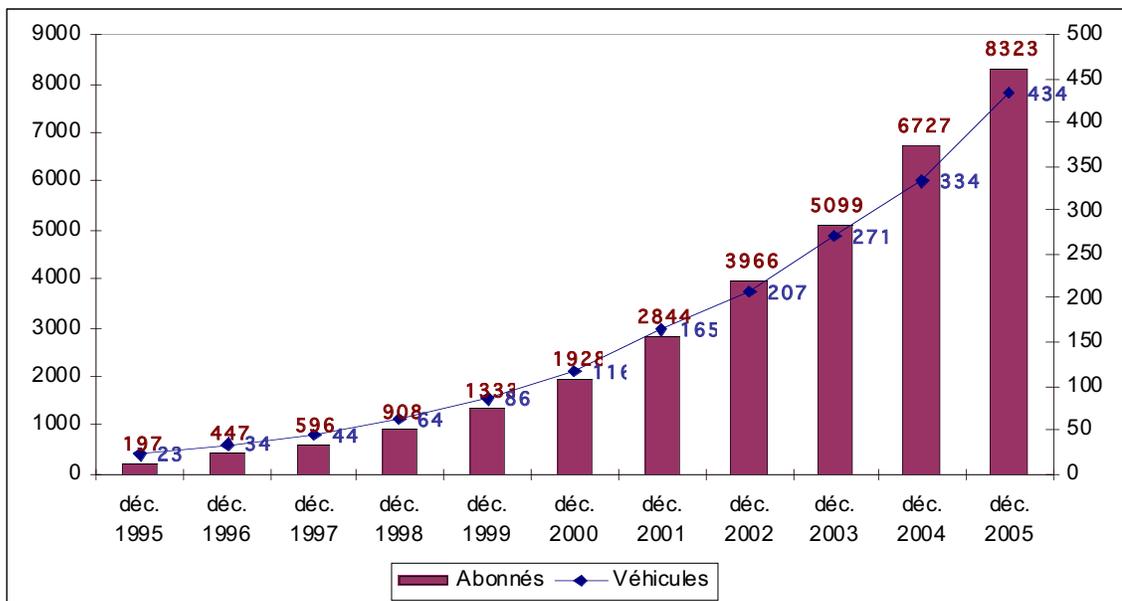
Gatineau — début des opérations : 2003

Source : Communauto, 2006



Communauto a connu une croissance très forte du nombre de ses abonnés depuis sa création, comme l'illustre la figure 2.5. Le taux de croissance annuel moyen du nombre d'abonnés a été de 45 % au cours de la période 1995-2005 et de 34 % au cours de la période 2000-2005. Au cours des mêmes périodes, les taux de croissance annuels moyens du parc de véhicules étaient respectivement de 34 % et 30 %. Cette forte croissance de la clientèle de Communauto est principalement attribuable à Montréal qui a connu des taux de croissance annuels moyens de 69 % et 38 % respectivement pour les périodes 1995-2005 et 2000-2005. Au cours des mêmes périodes, les taux de croissance annuels moyens de la clientèle de Québec étaient respectivement de 15 % et 21 %.

**Figure 2.5**  
**Nombre total d'abonnés et de véhicules, Communauto, 1995-2005**



Source : Communauto, 2006

## 2.3 Profil des usagers de Communauto

### 2.3.1 SOURCES DE DONNÉES

Dans le cadre du présent projet, Communauto a effectué plusieurs sondages au cours du printemps 2006 (annexe B). Les résultats préliminaires de ces sondages sur le profil de la clientèle de même que son comportement en déplacement viennent confirmer les principaux constats dressés à l'aide des données d'un sondage de 2004. Aussi, pour des raisons d'échéancier de production, ce sont généralement les données de 2004 qui ont été surtout utilisées dans la présente section. Ce sondage coordonné par les responsables de Communauto a été réalisé en avril 2004. Il s'agissait d'un sondage postal. Celui-ci comprenait trente questions visant à mieux connaître la clientèle et destinées à savoir comment le service pourrait être amélioré (voir son contenu à l'annexe B).<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Au total, 4 838 questionnaires ont été expédiés par Communauto à autant d'usagers en avril 2004. 2 167 ont été retournés, soit un taux de participation de 44,8 % et un échantillonnage de 37,5 %. Ce taux d'échantillonnage peut être considéré comme très satisfaisant. Les résultats obtenus ont donc ici été extrapolés à l'ensemble des usagers.

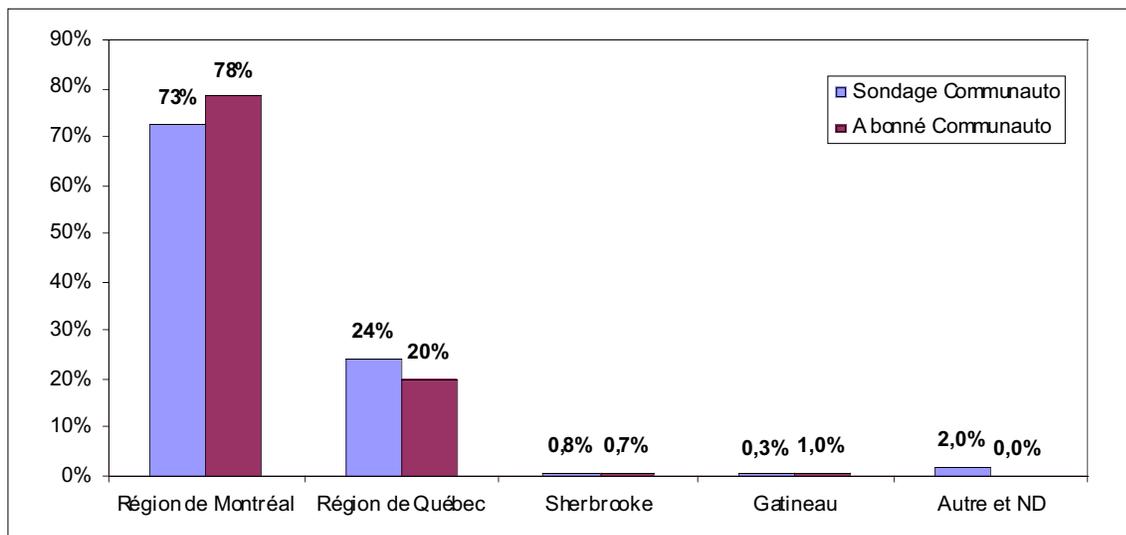


Un autre sondage dont les données étaient déjà disponibles et comportant un certain nombre de répondants de Communauto a été utilisé. Celui-ci a été réalisé par le TRB au début de l'année 2004. Dans cette étude qui portait sur l'ensemble des usagers de l'autopartage au Canada et aux États-Unis, l'échantillon québécois n'est cependant que de 150 usagers. De plus, ce sondage n'était disponible que sur le web et en anglais seulement, ce qui a pu introduire un biais dans la représentativité de l'échantillonnage. Pour cette raison, les résultats de ce sondage n'ont été utilisés que dans le cas où une information pertinente s'en dégageait et si celle-ci ne pouvait être obtenue à partir des données provenant des autres sondages réalisés par Communauto.

### 2.3.2 RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

Bien que le service de Communauto ait débuté à Québec, c'est maintenant à Montréal que l'on retrouve le plus grand nombre d'usagers. En 2005, 78 % des usagers de Communauto provenaient de la région de Montréal, qui inclut maintenant Laval et Longueuil. La région de Québec comprend 20 % des usagers. Ces deux villes comptent pour la presque totalité des usagers, soit 98 %. Le sondage réalisé par Communauto en 2004 reflète cette distribution géographique avec 73 % des questionnaires complétés provenant de résidents de Montréal et 24 % de Québec. La figure 2.6 montre la répartition des lieux de résidence des usagers ayant répondu à ce sondage en comparaison avec tous les abonnés de Communauto en janvier 2006.

**Figure 2.6**  
**Lieu de résidence, usagers de Communauto**



Très peu de questionnaires ont été retournés par les résidents de Sherbrooke et de Gatineau lors de cette consultation, soit 18 et 7 respectivement, ce qui ne représente que 1 % de l'échantillon total. Pour cette raison, dans cette section, seuls les résultats provenant des usagers de Montréal et de Québec sont présentés.



Diverses études ont déjà identifié quelques caractéristiques du milieu environnant nécessaires pour assurer le succès de l'autopartage <sup>16</sup> :

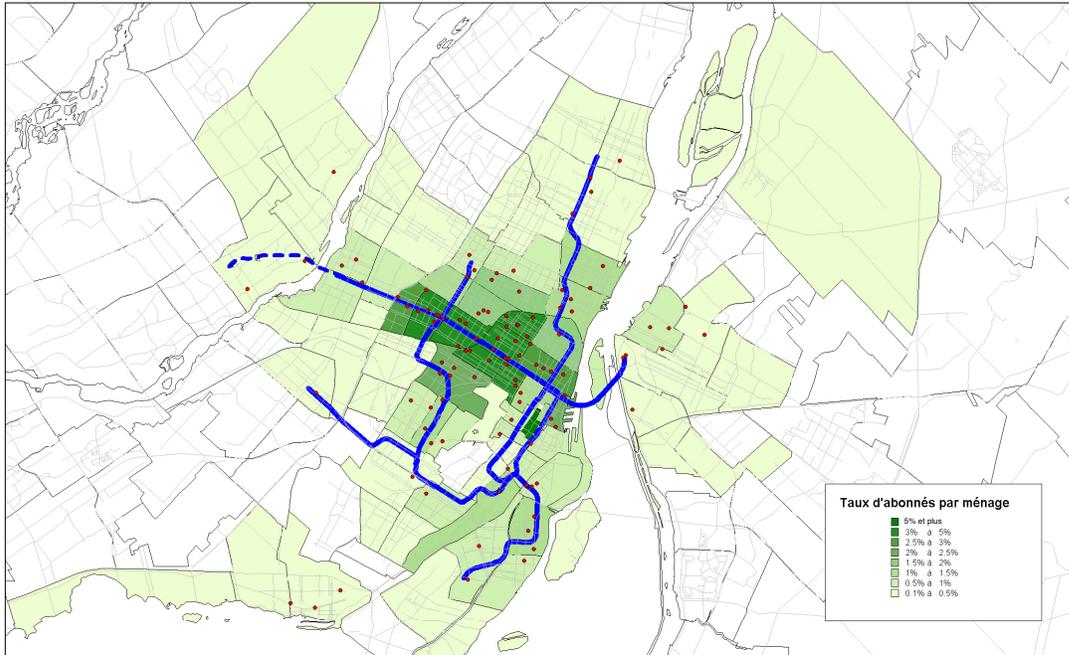
- **Contraintes de stationnement** : La possession automobile est plus onéreuse et moins pratique aux endroits où le stationnement est rare, faisant de l'autopartage une option relativement plus attrayante. Si les résidents doivent marcher une certaine distance pour se rendre à leur auto, ils peuvent aussi bien marcher cette distance pour se rendre à un stationnement d'autopartage.
- **Possibilité de vivre sans auto** : L'autopartage n'est pas destiné à combler tous les besoins de mobilité, mais pour compléter d'autres modes tels que le transport public et les modes de déplacement actifs (marche, vélo, etc.). La présence d'un système de transport en commun adéquat est sans contredit un critère primordial pour assurer un marché à un service d'autopartage. Les quartiers où il est agréable de se déplacer à pied et la présence d'un réseau cyclable sont également des caractéristiques favorisant le succès de l'autopartage.
- **Forte densité** : La densité a deux impacts majeurs sur la viabilité de l'autopartage. D'une part, elle assure la présence d'un bassin d'usagers potentiels vivant à une courte distance d'une station d'autopartage. D'autre part, elle assure que ces usagers aient une grande propension à joindre le service, puisqu'on retrouve dans les quartiers à forte densité de faibles taux de possession automobile et une plus grande possibilité de déplacements courts. Les quartiers à forte densité jouissent généralement d'une bonne mixité d'activités urbaines; ils sont donc bien desservis en termes de services (magasins, restaurants) et offrent un environnement propice aux déplacements à pied.

La localisation de la clientèle actuelle de Communauto à Montréal, Québec et Gatineau est relativement conforme à ces caractéristiques. De façon générale, les usagers de Communauto sont concentrés dans les parties centrales de ces agglomérations, qui constituent les secteurs les plus denses et les plus mixtes en termes de fonctions urbaines. Ces secteurs sont également bien desservis par le transport en commun. À Montréal, le réseau du métro constitue l'ossature principale du service de transport en commun alors qu'à Québec, ce sont les corridors express Métrobus dont le développement se poursuit actuellement. La figure 2.7 illustre l'état de la distribution des usagers de Communauto, selon les taux de ménages abonnés et la localisation des stations de véhicules, à Montréal, à Québec et à Gatineau telle qu'elle se présentait en février 2006.

<sup>16</sup> TCRP Report 108, Car-Sharing : Where and How It Succeeds, Transportation Research Board, 2005



**Figure 2.7**  
**Distribution des abonnés et des stations de véhicules de Communauto**  
 (% des ménages abonnés à Communauto)



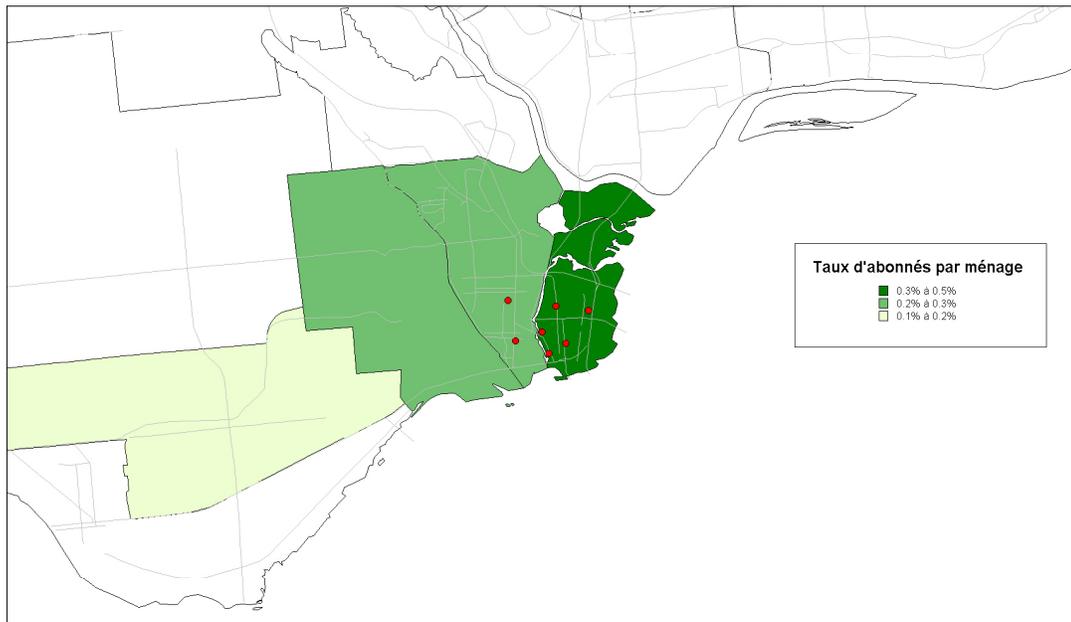
### Montréal

Sources : Communauto 2006 et Statistique Canada 2001; Traitement Tecslut, 2006.



### Québec

Sources : Communauto 2006 et Statistique Canada 2001; Traitement Tecslut, 2006.



### Gatineau

Sources : Communauto 2006 et Statistique Canada 2001; Traitement TecSult, 2006.

### 2.3.3 PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE

Le profil sociodémographique des usagers de Communauto, selon différentes variables (âge et sexe, langue parlée à la maison, scolarité, revenu par ménage, type de ménage et possession automobile) a été comparé au reste de la population. Les résultats du sondage 2004 de Communauto ont été mis à contribution pour caractériser les abonnés de Communauto alors que le recensement 2001 de Statistique Canada a été utilisé pour permettre les comparaisons avec le reste de la population. Seules les données de Statistique Canada concernant l'aire centrale de l'agglomération (là où se concentrent les abonnés de Communauto) ont été retenues pour fin de comparaison. Il s'agit, dans le cas de la région de Montréal, des données recensées pour les municipalités de Montréal (avant modifications de 2002 et de 2006), Montréal-Nord, Montréal-Ouest, Mont-Royal, Outremont, Verdun et LaSalle. Pour la région de Québec, seules les données concernant la population des municipalités de Québec et de Sainte-Foy ont été sélectionnées.

#### Âge et sexe

L'âge moyen des usagers de Communauto est de 40,9 ans. Il est à noter que pour des raisons d'assurance, l'âge minimal pour être membre est de 21 ans (annexe A). Il n'y a pas de différence significative entre l'âge des hommes et des femmes, avec un âge moyen de 40,5 chez les hommes et 41,2 chez les femmes. Les usagers de Québec sont un peu plus âgés que ceux de Montréal, avec un âge moyen de 43,4 ans à Québec contre 40,1 ans à Montréal.

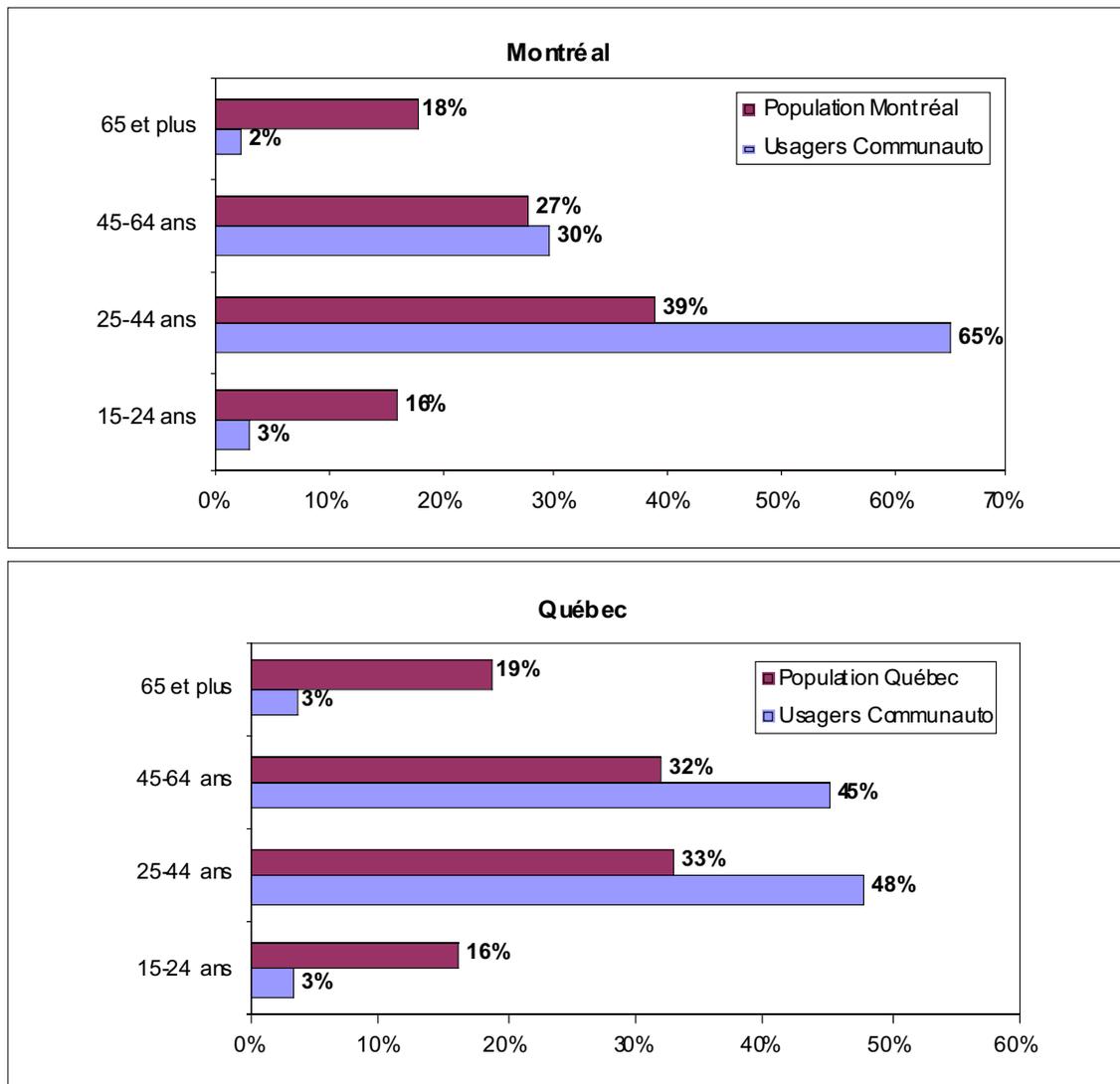
La figure 2.8 montre la distribution des groupes d'âge des usagers de Communauto à Montréal et à Québec par rapport à la distribution de la population de 15 ans et plus. On peut remarquer que la tranche des 25-44 ans représente 65 % de la clientèle de Communauto à Montréal alors qu'elle représente 39 % de la population en général.



À Québec, la tranche des 25-44 ans est plus petite qu'à Montréal avec 48 % des usagers. Dans les deux villes, très peu d'usagers ont moins de 24 ans ou plus de 65 ans. Ces groupes d'âge ne représentent qu'environ 6 % des usagers, alors qu'ils représentent 35 % de la population totale de 15 ans et plus.

Par ailleurs, la proportion des femmes ayant répondu au sondage est de 56 % à Montréal et 61 % à Québec, tel que montré à la figure 2.9. Cette proportion est légèrement plus élevée que pour l'ensemble des membres, où les femmes représentent respectivement 55 % et 57 % des abonnés. Par ailleurs, les femmes sont légèrement surreprésentées dans la clientèle de Communauto par rapport à la population, ce qui peut s'expliquer par le fait qu'elles sont, de façon générale, moins motorisées que les hommes.

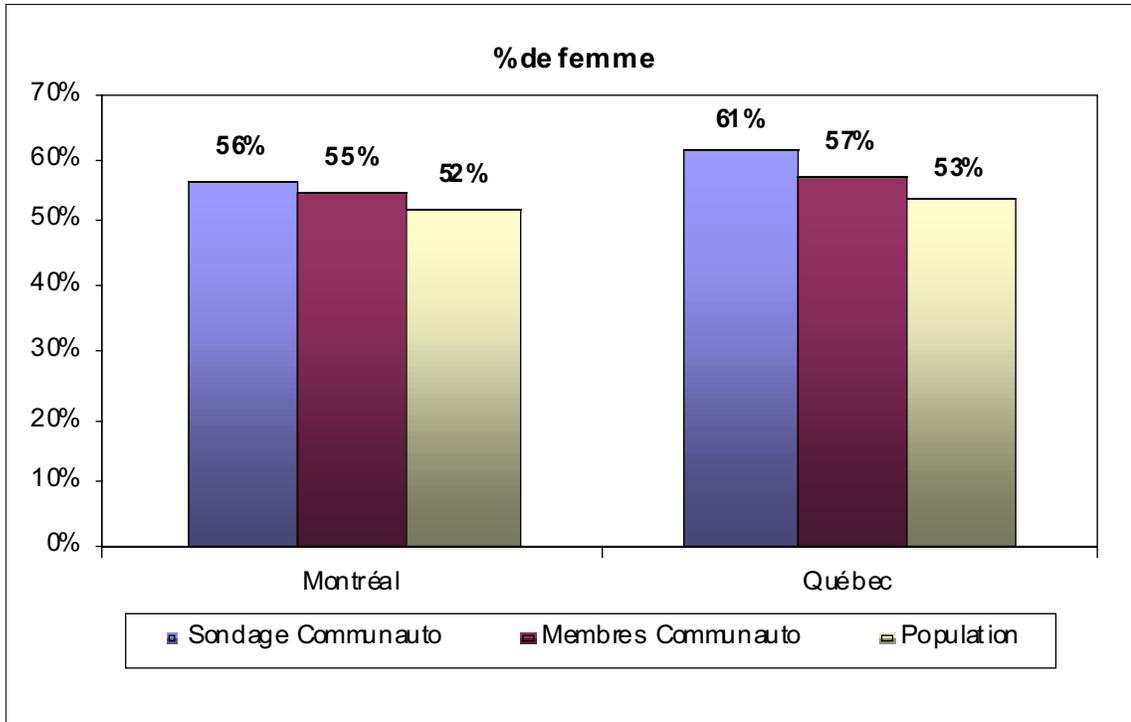
**Figure 2.8**  
**Groupes d'âge, usagers de Communauto 2004 et population 2001**



Source : Enquête Communauto 2004 et Statistique Canada, Recensement de la population 2001.



**Figure 2.9**  
**Genre, usagers de Communauto, Montréal et Québec, 2004**

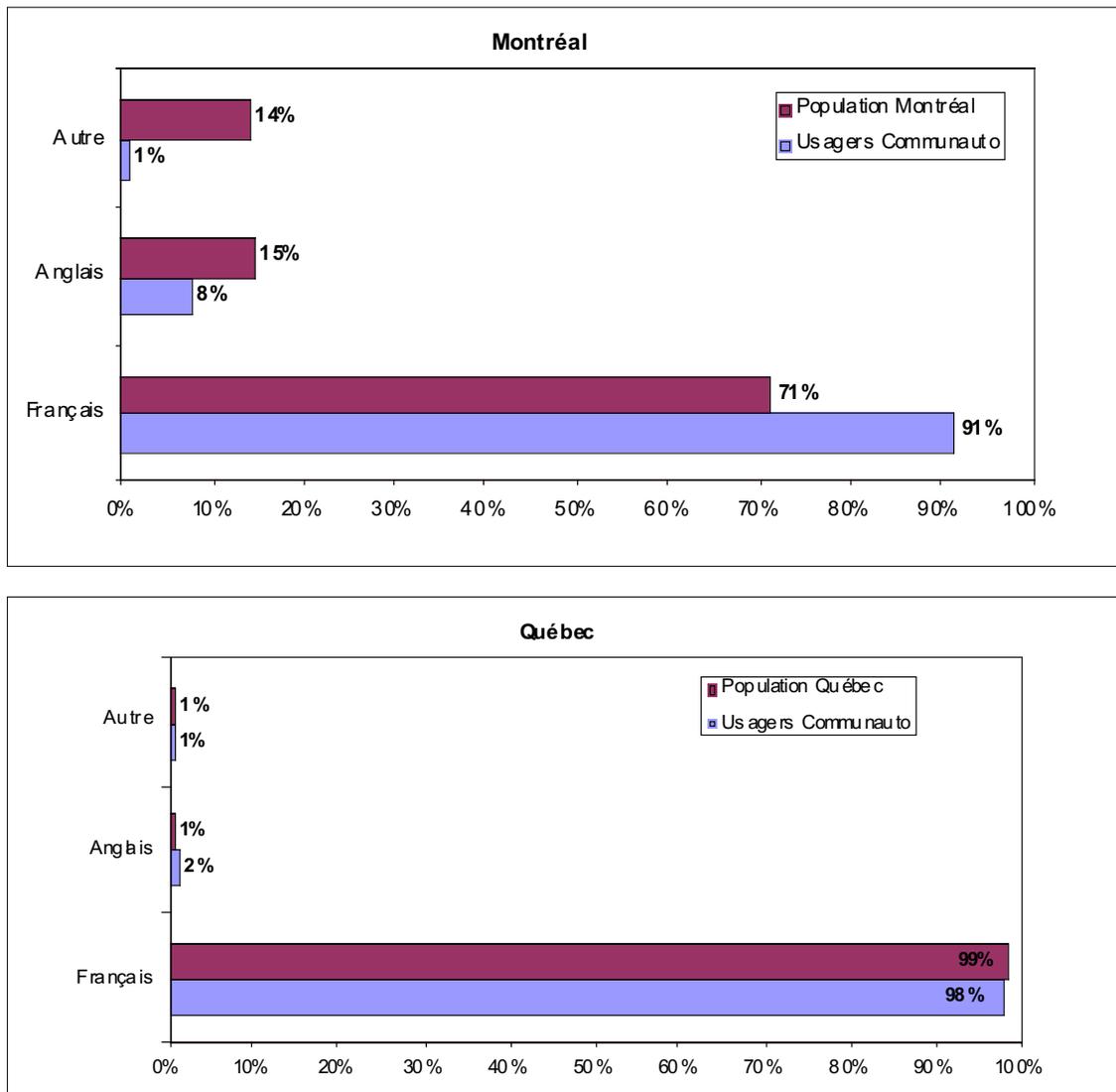




### Langue parlée à la maison

Bien que 15 % des Montréalais parlent l'anglais à la maison et 14 % une autre langue que le français ou l'anglais, les utilisateurs de Communauto de Montréal sont principalement francophones, dans 91 % des cas (figure 2.10) contre seulement 8 % d'anglophones et 1 % d'allophones. Cette faible représentation des anglophones et des allophones pourrait s'expliquer par la localisation des stations de Communauto qui sont en plus grande partie situées dans des quartiers francophones. À Québec, 98 % des usagers de Communauto sont francophones, ce qui est représentatif de la population.

**Figure 2.10**  
**Langue parlée à la maison, abonnés de Communauto 2004 et population 2001**



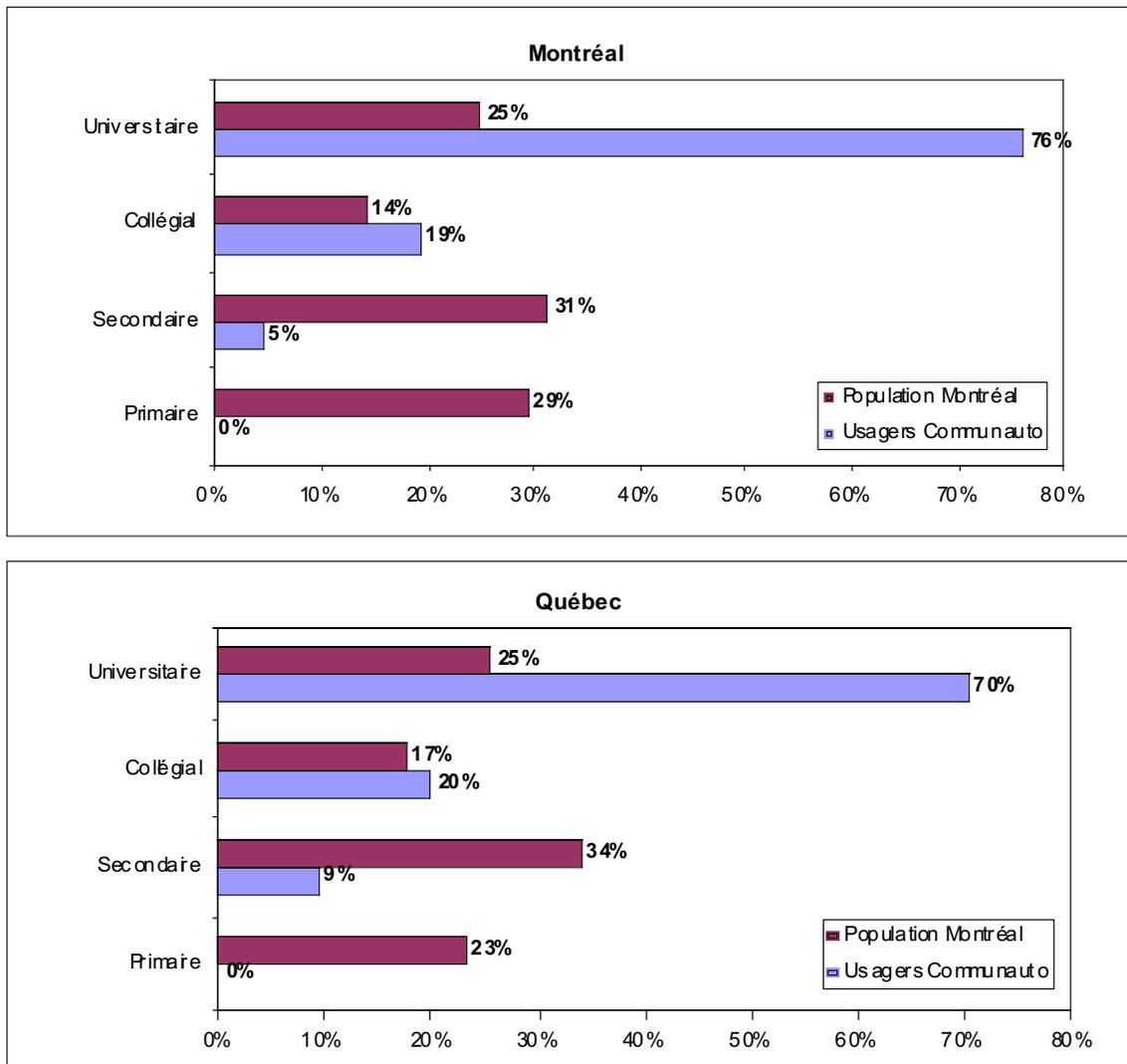
Source : Enquête Communauto 2004 et Statistique Canada, Recensement de la population 2001.



## Scolarité

Les usagers de Communauto sont généralement très scolarisés (figure 2.11). En effet, 76 % des abonnés de Communauto de Montréal possèdent un diplôme universitaire contre seulement 25 % pour l'ensemble de la population. On observe des résultats similaires à Québec avec 70 % des usagers de Communauto possédant un niveau de scolarité universitaire contre 25 % de la population.

**Figure 2.11**  
**Niveau de scolarité, usagers de Communauto 2004 et population 2001**



Source : Enquête Communauto 2004 et Statistique Canada, Recensement de la population 2001.

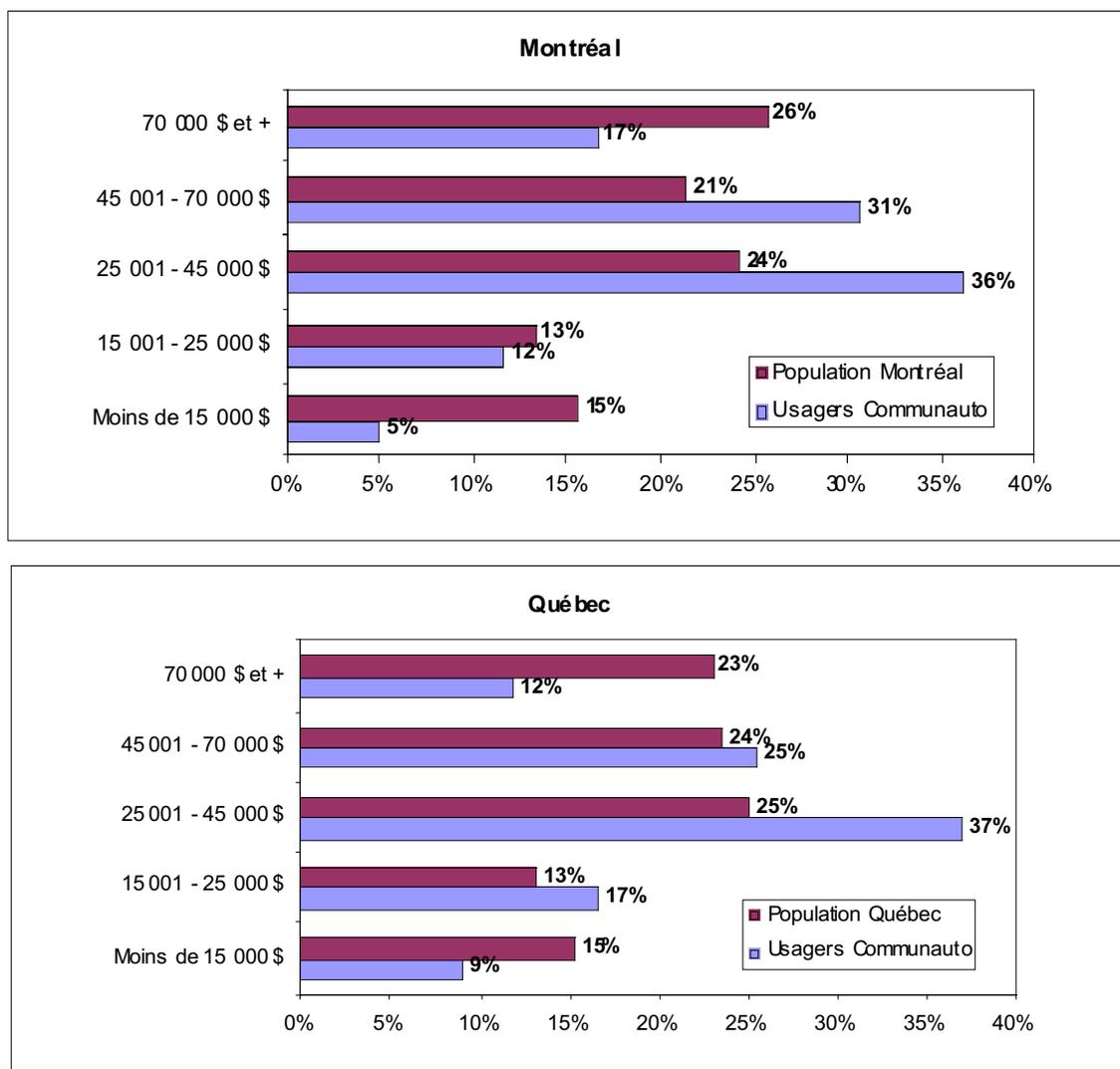
Si l'on se fie aux résultats du sondage du TRB, ceux-ci nous indiquent que 63 % des usagers de Communauto qui possèdent un diplôme universitaire ont complété des études supérieures (maîtrise-doctorat). Les répondants du sondage du TRB étaient toutefois plus scolarisés que ceux du sondage 2004 de Communauto, avec 83 % détenant un diplôme universitaire contre 73 % selon le sondage de Communauto.



### Revenu par ménage

Les revenus moyens par ménage des usagers de Communauto se situent dans la moyenne ; 67 % des membres montréalais ont des revenus annuels entre 25 000 \$ et 70 000 \$ alors que cette proportion est de 62 % à Québec (figure 2.12). Les usagers ayant des revenus faibles (moins de 15 000 \$) ou élevé (plus de 70 000 \$) sont sous-représentés par rapport au reste de la population.

**Figure 2.12**  
**Revenu par ménage, usagers de Communauto 2004 et population 2001**



Source : Enquête Communauto 2004 et Statistique Canada, Recensement de la population 2001.

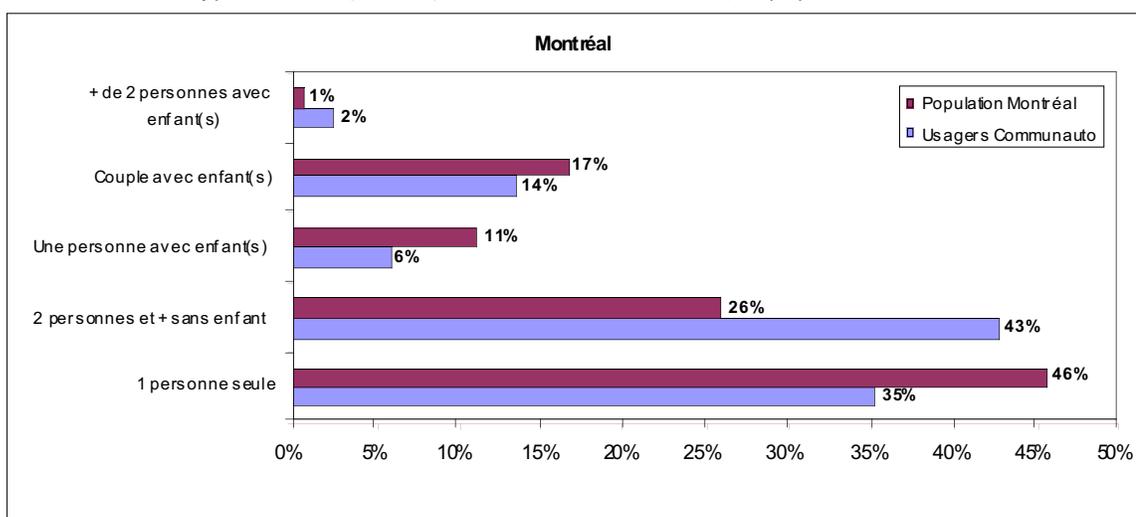


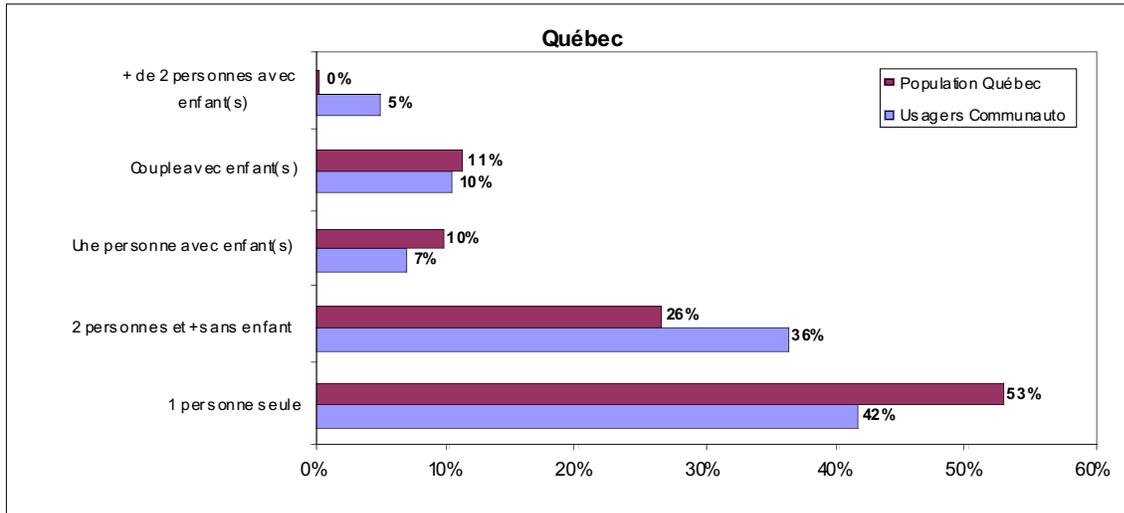
### Type de ménage

La figure 2.13 présente la distribution des types de ménages en comparaison avec la distribution obtenue selon le recensement 2001 pour les villes de Montréal et de Québec. Les types de ménages définis par Statistique Canada diffèrent de ceux utilisés dans le sondage. Conséquemment, nous avons eu recours à la base de données détaillée pour cette comparaison. La comparaison avec la population est effectuée au niveau du secteur de recensement, plutôt que par municipalité. Les secteurs sélectionnés sont ceux où l'on retrouve la majorité des abonnés de Communauto (zones 1 et 2 définies au chapitre 5). Ainsi, en ce qui concerne les types de ménages la clientèle des deux villes présente des caractéristiques similaires, soit :

- Les familles monoparentales sont sous-représentées. À Montréal, elles représentent environ 6 % des usagers de Communauto, contre 11 % des ménages dans la population. À Québec, ces familles constituent 7 % d'usagers de Communauto contre 10 % de la population.
- Les couples avec enfants sont présents parmi les utilisateurs de Communauto dans des proportions similaires à celles de l'ensemble de la population (14 % contre 17 % à Montréal et 10 % contre 11 % à Québec).
- Les couples sans enfant et les individus vivant en colocation sont proportionnellement plus nombreux parmi les membres de Communauto. Ils représentent 43 % des répondants à Montréal et 36 % à Québec, alors que l'on dénombre 26 % de ces types de ménage à Montréal et à Québec.
- Le groupe des personnes vivant seules est sous-représenté : 35 % des usagers versus 46 % de la population à Montréal et 42 % contre 53 % à Québec.

**Figure 2.13**  
**Type de ménage, usagers de Communauto 2004 et population 2001**





Source : Enquête Communauto 2004 et Statistique Canada, Recensement de la population 2001.

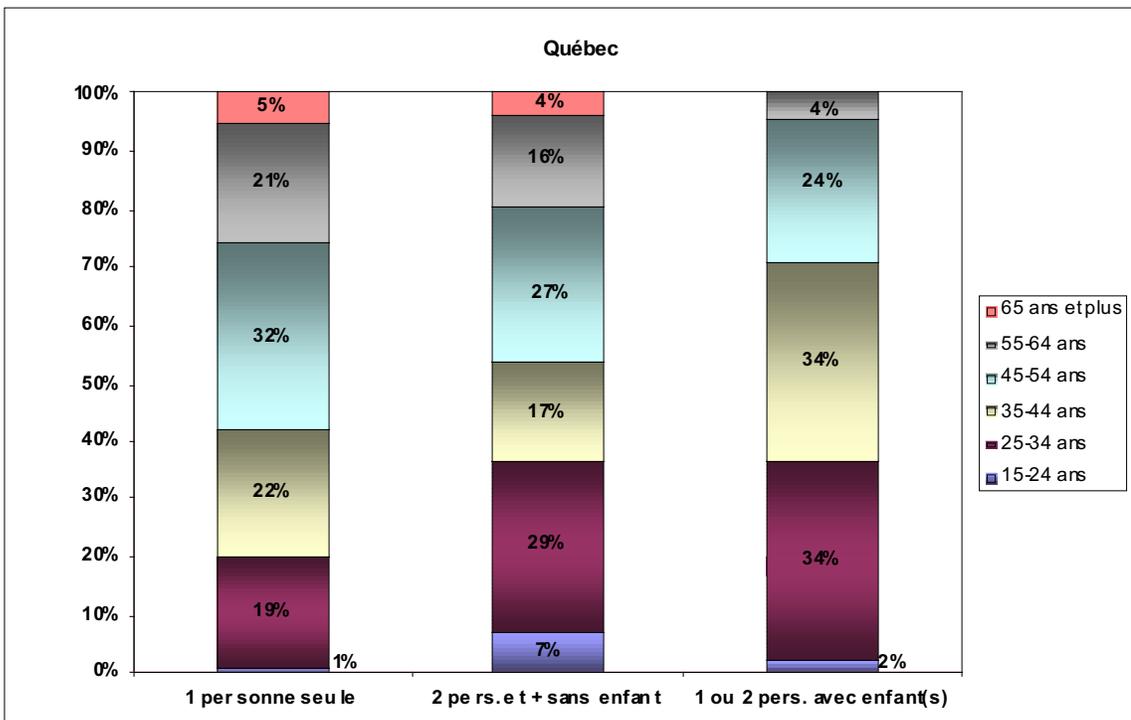
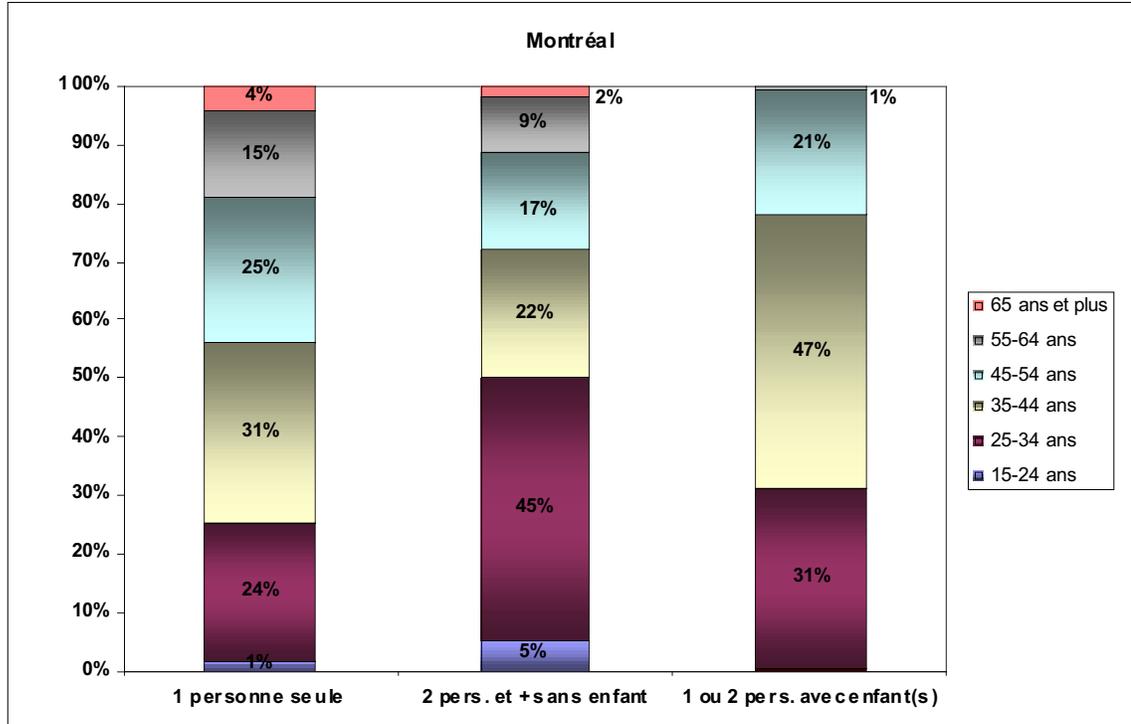
La figure 2.14 montre la distribution des groupes d'âge des usagers de Communauto selon le type de ménage. Les personnes vivant seules sont représentées dans tous les groupes d'âge, avec des âges variant entre 21 et 81 ans. L'âge moyen des usagers provenant d'un ménage constitué d'une personne seule est plus élevé que pour les autres types de ménage, avec 44 ans à Montréal et 46 ans à Québec.

Les couples sans enfant ou les individus vivant avec des colocataires se retrouvent très fortement dans la tranche des 25-34 ans à Montréal, représentant 45 % des usagers de ce type de ménage. À Québec, ils sont beaucoup plus distribués à travers les différentes tranches d'âges et leur moyenne d'âge est de 42 ans, comparativement à 38 ans à Montréal.

Pour les familles monoparentales, l'âge moyen des membres de Communauto est de 39 ans, à Montréal comme à Québec. On retrouve très peu de membres de moins de 24 ans ou de plus de 55 ans dans cette catégorie.



**Figure 2.14**  
**Distribution des groupes d'âges selon le type de ménage, abonnées de Communauto, 2004**



Source : Enquête Communauto 2004 et Statistique Canada, Recensement de la population 2001.

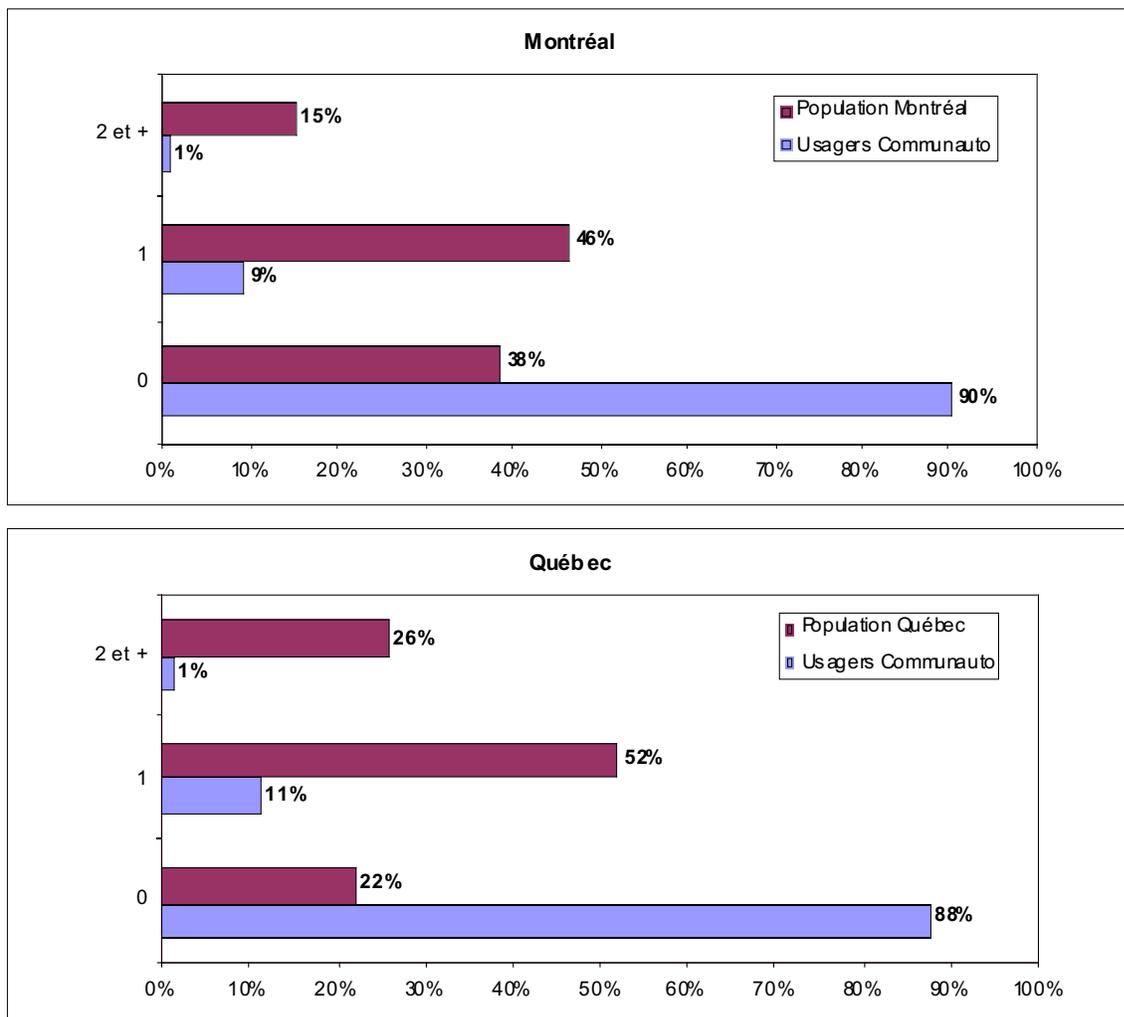


### Possession automobile

Une caractéristique marquante des usagers de Communauto est leur faible possession automobile. Tel qu'illustré à la figure 2.15, 90 % des ménages membres de Communauto ne possèdent pas d'auto à Montréal alors que seulement 38 % des ménages montréalais sont dans cette situation. À Québec, seulement 22 % des ménages n'ont pas d'autos, alors que 88 % des abonnés au service d'autopartage n'en possèdent pas.

Il existe une certaine corrélation entre la possession automobile et le type de ménage. Tel que montré à la figure 2.16, les personnes seules n'ont pas d'auto dans 97 % des cas. Les ménages composés de plusieurs adultes sans enfant possèdent une auto dans 18 % des cas et 2 autos et plus dans 5 % des cas. Les familles avec enfant(s) ont une plus grande propension à posséder une voiture. Les ménages composés de plus de 2 adultes avec enfant(s) ne possèdent pas d'auto dans seulement 65 % des cas.

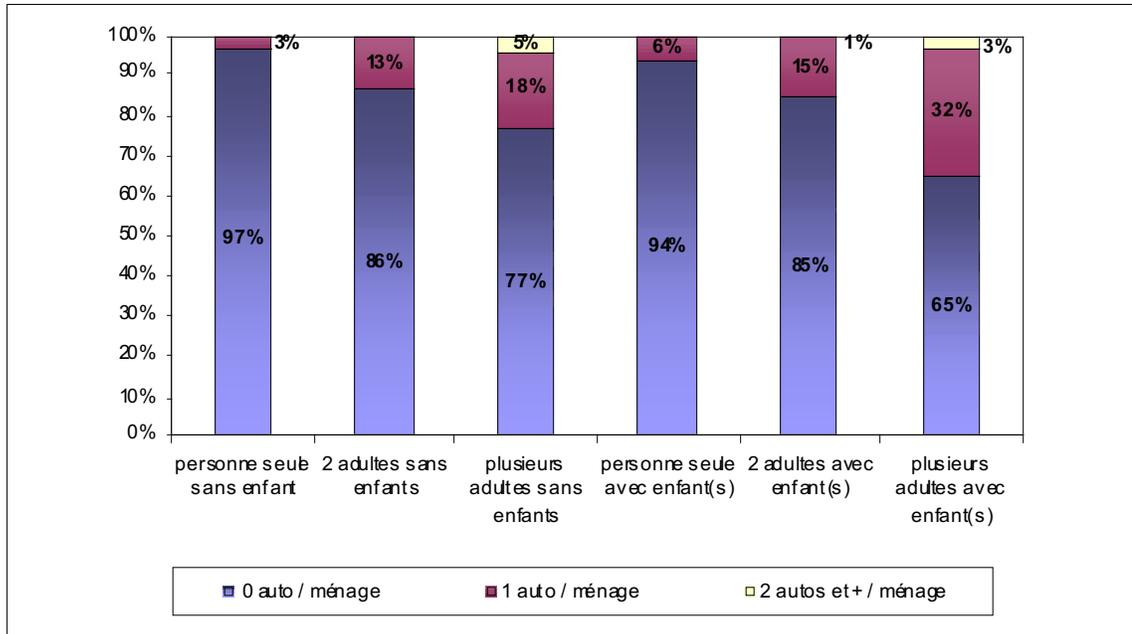
**Figure 2.15**  
Nombre d'autos par ménage, abonnés de Communauto 2004 et population 2001



Source : Enquête OD 2001 à Québec et Enquête OD 2003 à Montréal



**Figure 2.16**  
**Nombre d'autos par ménage en fonction du type de ménage**



Les répondants au sondage de Communauto de 2004 se sont dits en accord ou fortement en accord avec les énoncés suivants <sup>17</sup>:

- s'est départi d'un véhicule déjà en possession : 24 %
- a pu renoncer à l'achat d'un véhicule : 53 %
- a pu retarder l'achat d'un véhicule : 11 %

À noter, seulement 12 % des répondants sont indécis ou en désaccord avec ces énoncés. Le fait d'être membre de Communauto semble donc avoir un impact important sur la possession automobile.

### Faits saillants

L'analyse des données du sondage mené auprès de la clientèle de Communauto fait ressortir les caractéristiques suivantes :

- ils ont entre 25 et 64 ans (95 % des membres);
- ils sont très scolarisés : niveau universitaire dans 74 % des cas;
- ils n'ont pas d'enfant dans 78 % des cas (ce qui est comparable à la population des aires centrales des agglomérations concernées mais les couples sans enfants ayant davantage tendance à devenir membres de Communauto que les personnes seules);
- ils ne possèdent pas d'automobile dans 89 % des cas.

<sup>17</sup> Sur les 2167 répondants, 66 n'ont répondu à aucune de ces questions; l'échantillon est donc de 2101 questionnaires. Plusieurs répondants étaient en accord avec plus d'une affirmation. Afin de comptabiliser la proportion de chacun de ces groupes, nous avons priorisé les réponses, selon l'ordre donné ci-haut. Selon l'approche retenue, un ménage qui s'est départi d'un véhicule ne peut, par surcroît, renoncer à l'achat d'un véhicule ou retarder l'achat d'un véhicule, bien qu'il soit d'accord avec les trois affirmations. De la même manière, un individu qui n'affirme pas s'être départi d'un véhicule mais qui affirme avoir renoncé à l'achat d'un véhicule suite à l'adhésion de Communauto, ne peut se retrouver dans la catégorie de ceux qui ont retardé l'achat d'un véhicule.



En ce qui concerne le revenu familial, il est difficile de caractériser la clientèle de Communauto à cet égard vu les incertitudes qui accompagnent cette donnée <sup>18</sup>. La clientèle semble toutefois se recruter difficilement chez les ménages à plus faible revenu, n'ayant sans doute pas le revenu disponible suffisant pour s'inscrire, ni chez les plus hauts revenus qui permettent d'acquérir une automobile sans conséquence pour les autres postes de dépenses du ménage.

Le tableau 2.3 présente la distribution des répondants du sondage selon les principales caractéristiques sociodémographiques significatives, soit : le nombre d'autos par ménage, le niveau de scolarité et le type de ménage.

**Tableau 2.3**  
**Distribution des membres de Communauto selon leur profil sociodémographique**

Nombre d'autos par ménage	Niveau de scolarité	% des répondants	DISTRIBUTION SELON LE TYPE DE MÉNAGE		
			1 pers. seule	2 pers. et + sans enfants	Avec enfants
0	Universitaire	66 %	39 %	41 %	21 %
	Collégial	18 %	43 %	35 %	22 %
	Primaire ou secondaire	6 %	45 %	35 %	20 %
1	Universitaire	8 %	10 %	58 %	32 %
	Collégial	2 %	8 %	61 %	32 %
	Primaire ou secondaire	0 %	25 %	75 %	0 %
2 et plus	Tous	1 %	6 %	69 %	25 %

La grande majorité de la clientèle de Communauto est donc constituée de personnes détenant un diplôme universitaire et ne possédant pas d'auto : ils forment 66 % de l'échantillon. Parmi ceux-ci, 80 % n'ont pas d'enfant. Les universitaires sans auto et sans enfant forment donc 52 % de l'échantillon. Les membres sans auto et avec un diplôme collégial forment 18 % de l'échantillon, dont 78 % sont sans enfant. Les membres sans auto, avec un diplôme universitaire ou collégial et sans enfant forment ainsi 66 % de l'échantillon.

Tel que mentionné précédemment, les ménages avec enfants sont plus enclin à posséder une voiture. Les universitaires possédant une voiture composent 8 % de l'échantillon, dont 68 % n'ont pas d'enfant. Finalement, ceux possédant plus d'un véhicule ne forment que 1 % de l'échantillon.

<sup>18</sup> Il s'agit d'une information que le répondant n'est pas toujours à l'aise à fournir. De plus, étant donné qu'une grande partie des usagers de Communauto fait partie d'un ménage de plusieurs adultes sans enfants, il est difficile d'établir s'il s'agit de couples ou de colocataires. S'il s'agit d'un couple, le revenu familial devrait inclure les revenus des deux conjoints, alors que lorsqu'il s'agit de colocataires, le revenu familial est vraisemblablement celui du répondant seulement.



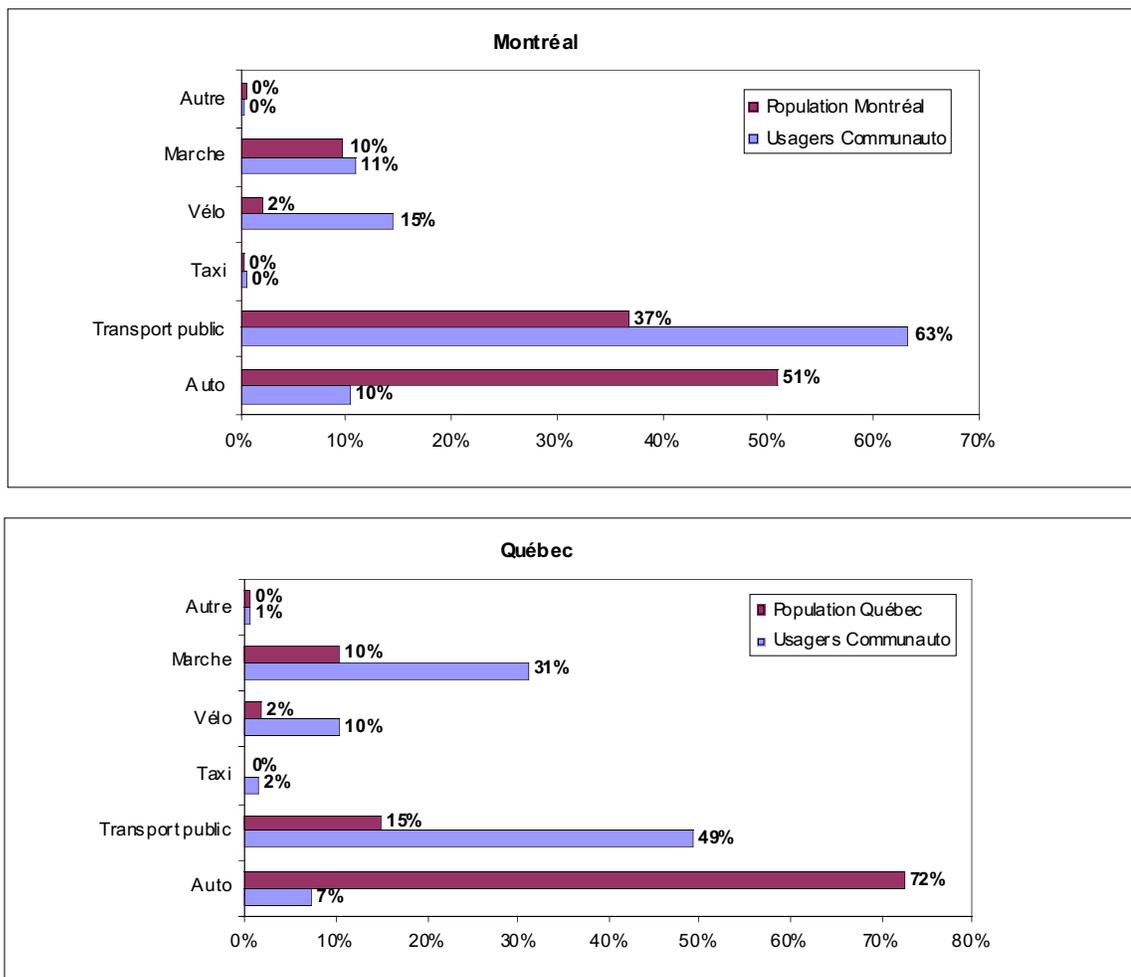
### 2.3.4 HABITUDES DE DÉPLACEMENT

Le sondage de 2004 réalisé auprès de la clientèle de Communauto comportait également des questions sur les habitudes de déplacement des répondants. Les paragraphes qui suivent présentent les résultats de l'analyse effectuée sur les données ayant trait aux modes de transport utilisés selon le motif du déplacement et la fréquence d'utilisation des différents modes.

#### Mode de transport utilisé selon le motif de déplacement

Puisque 89 % des abonnés de Communauto ne possèdent pas de voiture, ils utilisent fortement le transport en commun et les modes actifs (marche et vélo). Le recensement de 2001 contenait une question sur le mode de transport utilisé pour se rendre à son lieu de travail. À titre de comparaison, les données du recensement pour la population des villes de Montréal et de Québec sont présentées à la figure 2.17 avec celles liées aux usagers de Communauto.

**Figure 2.17**  
**Mode de transport utilisé pour se déplacer du domicile au lieu de travail**



Source : Enquête Communauto 2004 et Statistique Canada, Recensement de la population 2001.



D'importantes différences dans les habitudes de déplacement existent entre la clientèle de Communauto et la population en général. Pour les usagers de Communauto, l'auto n'est pas le mode privilégié pour se rendre au travail (10 % des répondants de Montréal et 7 % à Québec) contrairement à l'ensemble des résidents de Montréal et de Québec (51 % et 72 % respectivement). Parmi les usagers de Communauto, 3 % effectuent ce déplacement avec leur voiture personnelle et les autres avec une voiture de Communauto.

Les usagers de Communauto utilisent le transport en commun pour se rendre au travail dans une proportion beaucoup plus grande que le reste de la population. À Montréal, cette proportion est de 63 % pour la clientèle de Communauto contre 37 % pour le reste de la population. À Québec, ces proportions sont de 49 % et 15 % respectivement.

La marche et le vélo sont également des modes grandement utilisés par les usagers de Communauto pour se rendre au travail, totalisant 26 % des déplacements à Montréal et 41 % à Québec, soit des taux largement supérieurs à la moyenne des résidents de ces deux villes (12 % et 13 % respectivement). Les abonnés de Communauto utilisent donc les modes actifs de 2 à 3 fois plus que le reste de la population. En moyenne, le transport en commun et les modes actifs (marche et vélo) correspondent à environ 80 % des modes utilisés pour se rendre au travail par les usagers de Communauto.

En plus du motif travail, les usagers de Communauto ont été interrogés sur les modes de transport généralement utilisés pour d'autres motifs, (épicerie, autres emplettes, loisirs et autres<sup>19</sup>). Les résultats sont présentés à la figure 2.18. Les réponses du sondage permettent de faire ressortir les éléments suivants<sup>20</sup>:

- Les usagers de Communauto se rendent généralement au travail en transport en commun (60 % des réponses).
- Les déplacements pour faire l'épicerie sont généralement effectués à pied (65 % des réponses).
- Les autres emplettes sont principalement effectuées au moyen de Communauto (42 %), mais également fortement en transport en commun (20 %) et à pied (22 %).
- Les déplacements pour motif de loisirs et autres sont généralement effectués au moyen de l'autopartage (62 % et 44 % des réponses respectivement) et, accessoirement à l'aide de véhicules autres que ceux obtenus par l'intermédiaire de Communauto (soit 21% et 7%, respectivement).

Les résultats de la question du sondage portant sur le principal motif du dernier trajet effectué avec un véhicule de Communauto viennent confirmer que les usagers privilégient l'autopartage dans leurs

19 Les déplacements pour motifs « autres » incluent principalement la visite d'amis/famille, aller conduire quelqu'un ou des affaires personnelles (rendez-vous chez le médecin, le coiffeur, etc).

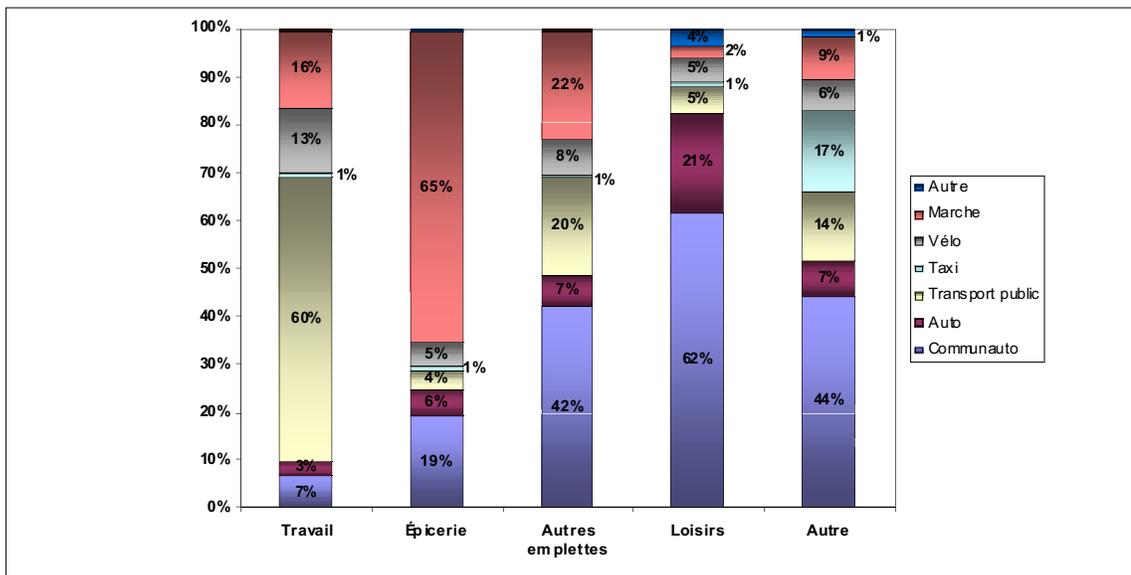
20 Bien qu'il était spécifié d'indiquer un seul mode pour chaque motif, plusieurs répondants ont inscrit plusieurs modes par motif. Pour cette raison, le nombre de réponses utilisables est ici plus petit et oscille autour de 60 % de l'échantillon total.



déplacements principalement pour les loisirs, autres emplettes et autres motifs divers (figure 2.19). Les déplacements pour motif travail ne sont toutefois pas négligeables puisque 15 % des répondants disent aussi avoir récemment utilisé Communauto pour le motif travail. Cette valeur est plus élevée que les répondants affirmant utiliser généralement Communauto pour se rendre au travail. Ceci s'explique probablement par le fait que nous n'avons pu traiter les répondants qui ont inscrit plusieurs réponses à la question sur le mode de transport utilisé pour se rendre au travail. Il est aussi probable qu'une part importante des usagers utilisant Communauto pour le travail est constituée d'usagers occasionnels utilisant surtout l'autopartage précisément pour ce motif de déplacement et ce, lorsqu'une occasion se présente où ils n'ont pas d'autre choix. C'est là justement l'une des caractéristiques de ce service que de servir d'assurance de mobilité lorsqu'une automobile est nécessaire.

Figure 2.18

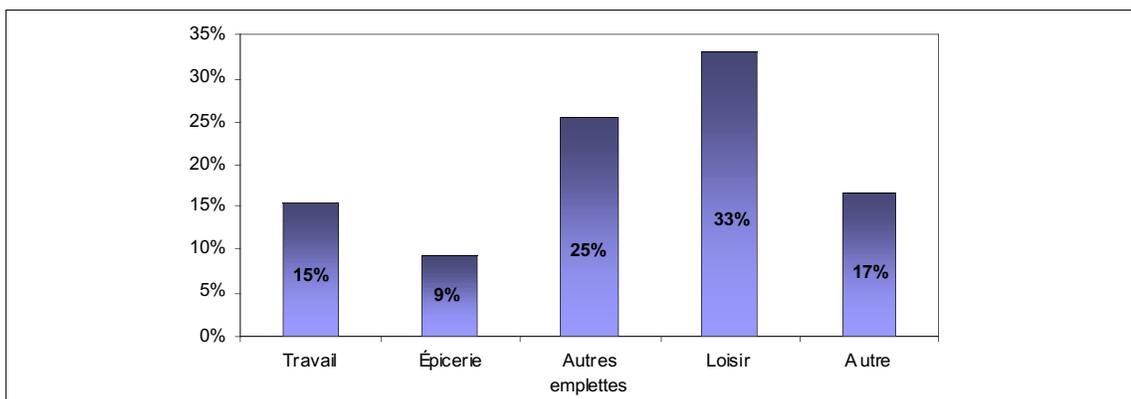
Mode généralement utilisé par les usagers de Communauto selon le motif de déplacement



Source : Enquête Communauto 2004.

Figure 2.19

Principal motif du dernier trajet effectué avec un véhicule de Communauto



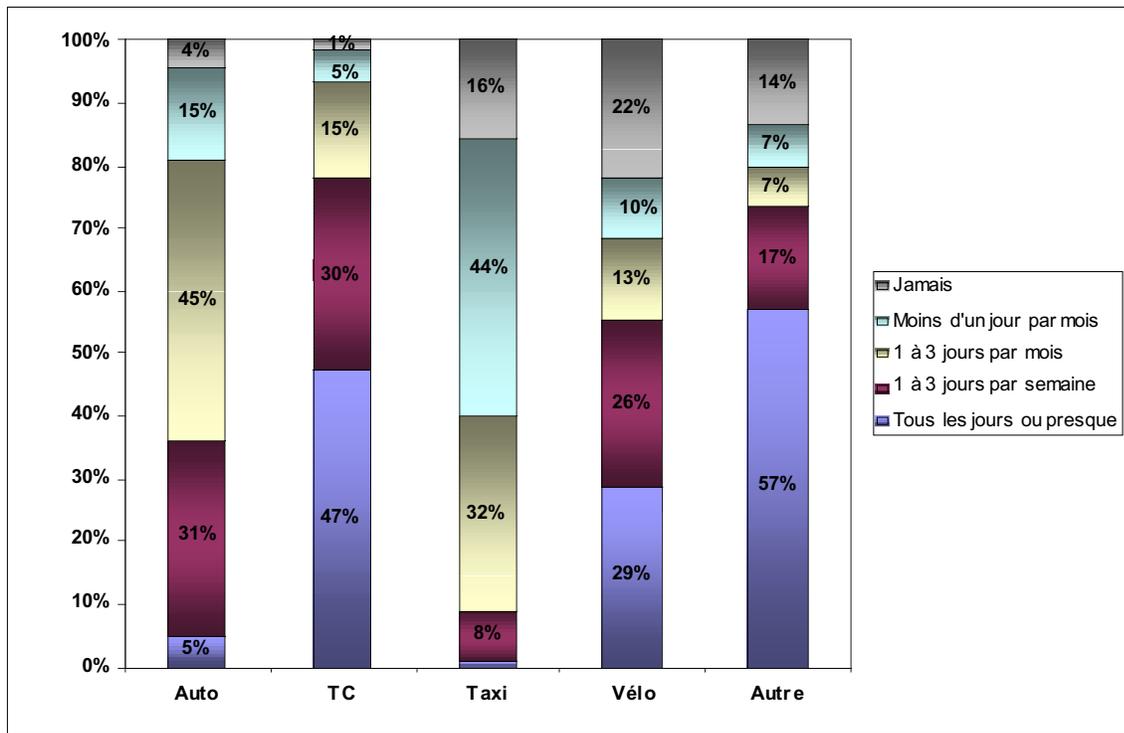
Source : Enquête Communauto 2004.



### Fréquence d'utilisation des modes de transports

La figure 2.20 présente la fréquence d'utilisation de chacun des modes de transport par les usagers de Communauto. Le mode « Autre » correspond principalement à la marche, dans 75 % des cas. Les autres principaux modes spécifiés ont été la moto (7 %), le train (5 %), le covoiturage (6 %) et le patin à roues alignées (4 %).

**Figure 2.20**  
Fréquence d'utilisation des modes de transport, usagers de Communauto



Source : Enquête Communauto 2004.

L'analyse des réponses obtenues permet de faire les constats suivants :

- Très peu d'usagers utilisent l'auto à tous les jours (5 %).
- La plupart des usagers se déplacent en auto moins d'un jour par mois ou de 1 à 3 fois par mois (60 %).
- Le transport en commun est utilisé sur une base régulière (tous les jours ou presque) par 47 % des usagers de Communauto.
- Le taxi est le mode le plus occasionnel, avec une forte proportion d'usagers qui y ont recours moins d'une fois par mois (60 %).
- Mis à part le transport en commun, les autres modes les plus fréquemment utilisés sont la marche et le vélo.
- Cependant, le vélo est également le mode avec la plus forte proportion d'usagers à ne jamais l'utiliser (22 %).

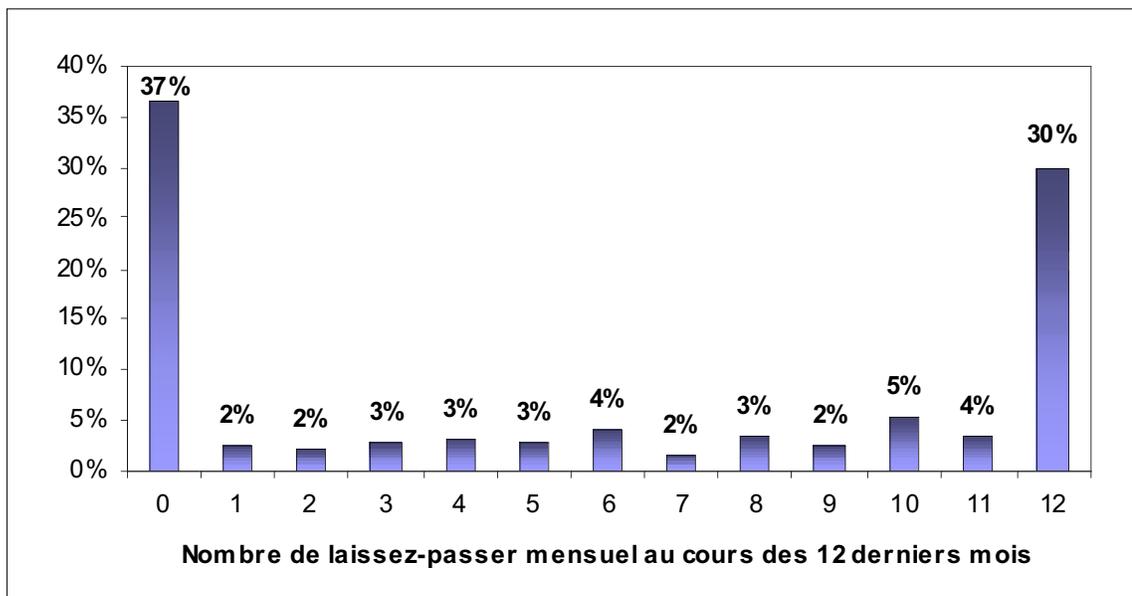


En ce qui concerne la fréquence d'utilisation des véhicules de Communauto, la moyenne pour les répondants du sondage se situe à près d'une fois par semaine (50 jours par année).

Bien que 47 % des usagers de Communauto utilisent le transport en commun à tous les jours ou presque, la figure 2.21 montre que seulement 30 % des répondants ont déclaré avoir acheté un laissez-passer mensuel à tous les mois au cours de l'année précédente. Toutefois, les répondants achetant un laissez-passer au moins 8 mois par année représentent 45 % des usagers. Il peut s'agir d'utilisateurs réguliers qui n'achètent pas de laissez-passer durant le ou les mois où ils prennent leurs vacances ou de longs congés, de ceux qui l'achètent durant une certaine partie de l'année et qui, pendant la saison estivale, par exemple, vont choisir de se déplacer principalement à vélo ou à pied. Cette pratique peut être combinée à l'achat de billets d'autobus, sans l'achat de laissez-passer mensuel.

Cela dit, seulement 1 % des abonnés de Communauto n'utilisent jamais le transport en commun alors qu'ils sont 37 % à n'avoir acheté aucun laissez-passer mensuel au cours des 12 derniers mois. Ces usagers optent probablement pour des billets plutôt que des laissez-passer.

**Figure 2.21**  
**Nombre de laissez-passer mensuels de transport en commun achetés par les abonnés de Communauto sur une période de 12 mois**



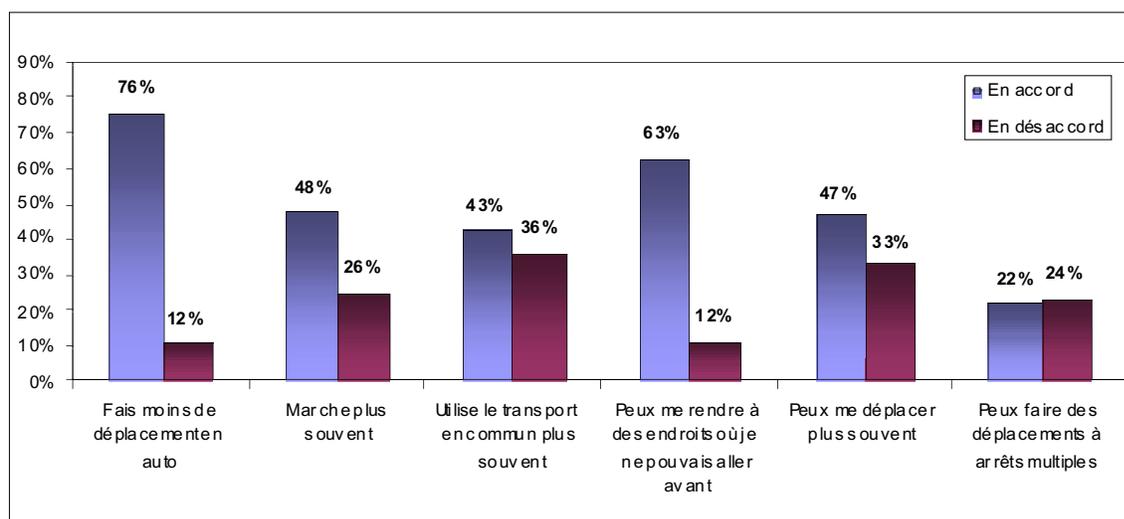
Source : Enquête Communauto 2004.

Le sondage du TRB questionnait les usagers à propos de leurs habitudes de déplacement avant et après s'être joint au service de l'autopartage. La figure 2.22 présente les résultats des répondants québécois à ce sondage. Ils sont 76 % à affirmer faire moins de déplacements en auto depuis qu'ils sont membres de Communauto, 48 % à affirmer marcher plus souvent et 43 % à utiliser le transport en commun plus souvent. L'adhésion à l'autopartage semble donc avoir un effet positif sur l'utilisation des modes alternatifs à l'automobile.



L'adhésion à ce service permet également d'accroître la mobilité des usagers qui n'avaient pas d'auto auparavant. Ils sont 63 % à affirmer qu'ils peuvent maintenant se rendre à des endroits où ils ne pouvaient pas aller auparavant et 47 % à se déplacer plus souvent. L'autopartage possède en effet l'avantage d'offrir davantage de flexibilité en termes de destination et d'horaire que le transport en commun. C'est là justement le supplément de mobilité recherché par ses adhérents qui, à défaut de pouvoir combler leur besoin par ce moyen, pourraient justement être tentés de posséder leur propre véhicule.

**Figure 2.22**  
**Habitudes de déplacements avant et après avoir joint le service de Communauto**



Source : TRB, Échantillon : 150.

### Faits saillants

L'analyse des caractéristiques de mobilité des usagers de Communauto fait ressortir les points suivants :

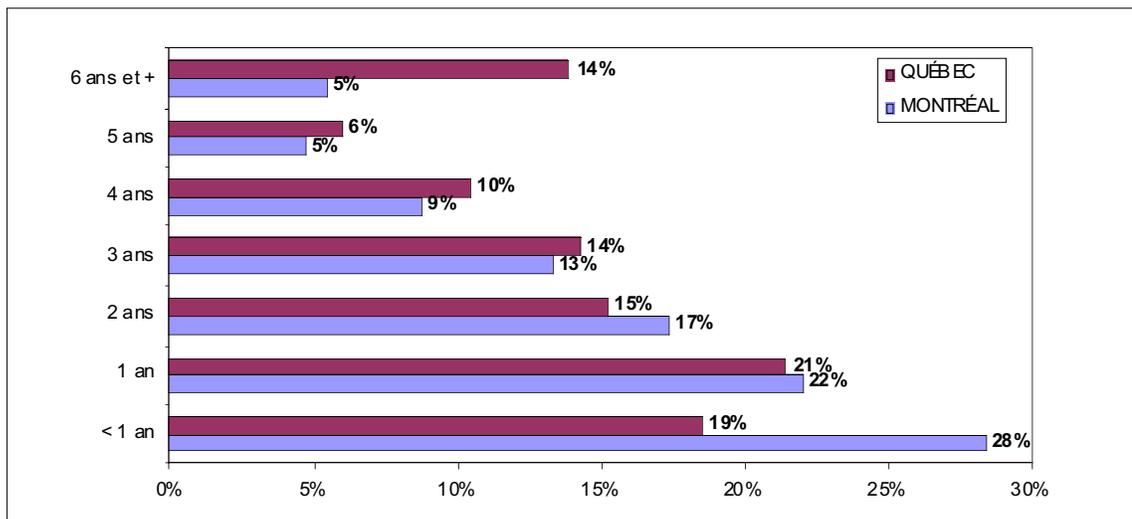
- Les usagers de Communauto utilisent fréquemment le transport en commun, particulièrement pour se rendre au travail.
- Les modes actifs (marche et vélo) sont également fréquemment utilisés pour différents motifs de déplacement.
- L'auto est utilisée principalement pour des déplacements relatifs aux loisirs et aux vacances, impliquant souvent des distances plus longues ou dans des secteurs géographiques peu ou mal desservis par les autres modes. Pour ces déplacements, les usagers ont généralement recours à l'autopartage.
- Le taxi est utilisé de manière occasionnelle, principalement pour visiter de la famille ou des amis.
- L'adhésion à l'autopartage diminue globalement les déplacements en auto et accroît globalement les déplacements en transport en commun, à pied ou à vélo.



### 2.3.5 ATTITUDES DE LA CLIENTÈLE FACE À L'AUTOPARTAGE

Cette section analyse sommairement le comportement de la clientèle de Communauto vis-à-vis l'utilisation du service de l'autopartage. Au moment du sondage, le service de Communauto existait depuis 10 ans à Québec et 9 ans à Montréal. D'après les données recueillies, les membres de Québec étaient en moyenne abonnés au service depuis 2,9 ans et ceux de Montréal depuis 2,2 ans. À Montréal, 50 % des usagers sont abonnés depuis moins de deux ans, tel qu'on peut le constater à la figure 2.23.

**Figure 2.23**  
Nombre d'années d'abonnement au service de Communauto



Source : Enquête Communauto 2004.

Compte tenu de la forte croissance de Communauto, (le nombre d'abonnés croît de plus de 30 % par année), de nombreux usagers se sont joints au service récemment. Il est donc difficile d'établir une période moyenne pendant laquelle un usager demeure membre du service d'autopartage. À Québec, 20 % des membres sont abonnés au service depuis plus de 5 ans, ce qui semble suggérer une certaine fidélité au service. De plus, le taux de désistement varie de 12 % à 15 %, ce qui est relativement faible et indique un bon taux de satisfaction.

**Tableau 2.4**  
Nombres d'abonnés et de désistements 2000 à 2005

	Abonnés à la fin de l'année	Croissance annuelle	Désistements dans l'année	% de désistement
<b>2000</b>	1928		234	12 %
<b>2001</b>	2844	48 %	339	12 %
<b>2002</b>	3966	39 %	491	12 %
<b>2003</b>	5099	29 %	754	15 %
<b>2004</b>	6674	31 %	936	14 %
<b>2005</b>	8323	25 %	1113	13 %



Lors de la consultation de 2004, on a d'ailleurs demandé aux usagers s'ils comptaient quitter le service au cours de la prochaine année et 92 % ont répondu non. Les usagers de Communauto semblent satisfaits du service qui leur est offert puisque 94 % des répondants ont dit être satisfait ou très satisfait du service en général.

Il est difficile d'estimer avec les données disponibles jusqu'à quel point l'utilisation de l'autopartage fait partie d'un mode de vie ou s'il s'agit d'une situation transitoire. Toutefois, lorsque interrogés sur l'éventualité d'un déménagement, si l'existence du service offert par Communauto pourrait avoir une influence sur le choix de l'endroit où ils iraient s'établir, 50 % des répondants ont répondu par l'affirmative, alors que seulement 33 % ont répondu négativement. Le nombre d'indécis à cette question est de 17 %. Pour au moins la moitié des usagers de Communauto, donc, ce service semble faire partie de leur mode de vie et la présence de Communauto est un critère important dans le choix de leur lieu de résidence <sup>21</sup>.

Le sondage réalisé par le TRB démontre par ailleurs que les usagers du service d'autopartage sont généralement des individus conscients des problèmes environnementaux et des coûts reliés à la possession automobile. Parmi les 150 répondants québécois du sondage, les principales raisons citées pour rejoindre le service de Communauto sont les suivantes :

- Élimine les inconvénients de posséder une voiture (27 %).
- Adhère à la philosophie du service d'autopartage (24 %).
- N'a pas les moyens de posséder et/ou d'entretenir une voiture (16 %).
- Apprécie avoir une autre option de mobilité (12 %).

Les usagers de Communauto sont donc généralement satisfaits du service offert puisqu'il répond bien à leur besoin de mobilité en plus de constituer une option de transport économique et écologique.

## 2.4 Profil des usagers de Vrtucar

### 2.4.1 SERVICE OFFERT

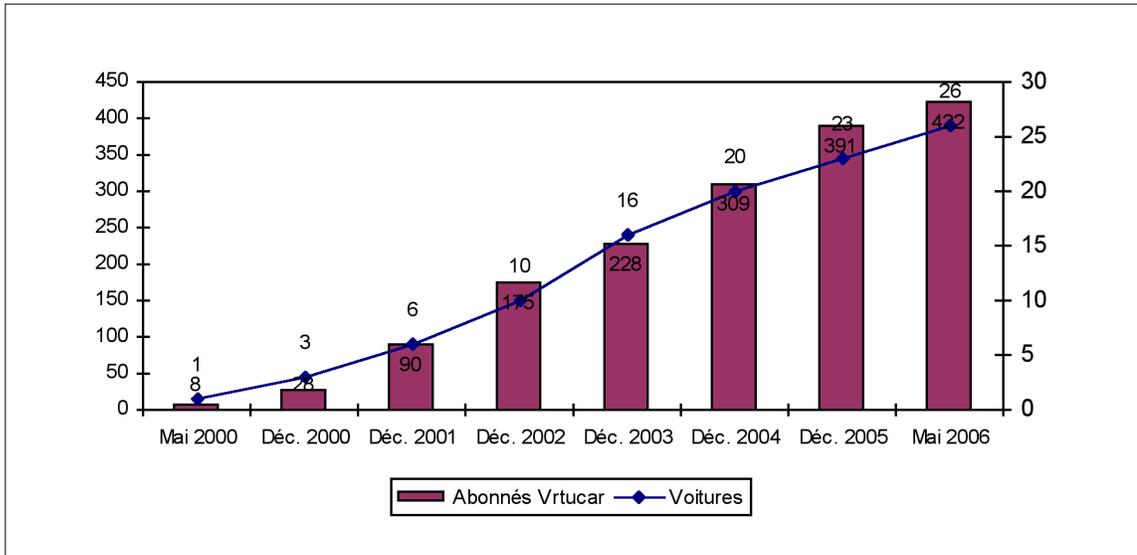
Vrtucar inc. a été mis sur pied en 2000 sur le modèle de Communauto. Ses fondateurs avaient alors bénéficié de l'expertise des fondateurs de Communauto, tout comme ce fut le cas d'ailleurs pour les services implantées à de nombreux autres endroits : Toronto, Vancouver, Boston Portland... Rappelons qu'en Amérique du Nord Communauto a fait œuvre de pionnier en ce domaine. Ainsi, le financement de Vrtucar, le mode d'inscription de ses usagers et son fonctionnement, notamment en ce qui concerne les réservations, sont fortement similaires au fonctionnement de Communauto. Seule la tarification varie quelque peu.

Ce service compte aujourd'hui plus de 400 abonnés (figure 2.24). Quant à la flotte de Vrtucar, elle comprend 26 véhicules, répartis dans 23 stationnements (figure 2.25). Il s'agit essentiellement de Toyota Echo, auxquelles s'ajoutent une Toyota Matrix ainsi qu'un Astro Cargo Van.

21 Pour en savoir davantage sur l'interprétation qu'il est possible de faire de cette donnée, voir Robert, B. « Recueil de textes sur Communauto Inc., le plus ancien service d'auto-partage en Amérique du Nord », 2005, p. 18. : [www.communauto.com/images/RecueilDeTextes\\_LIGHT.pdf](http://www.communauto.com/images/RecueilDeTextes_LIGHT.pdf).



**Figure 2.24**  
**Évolution du nombre d'abonnés de Vrtucar depuis la création du service**



**Figure 2.25**  
**Localisation des stations de véhicules de Vrtucar à Ottawa**



Source : Vrtucar, 2006



## 2.4.2 PROFIL DES USAGERS

Un sondage a été effectué à la fin de 2005 par Vrtucar auprès de ses usagers dans le cadre du présent projet. Le sondage réalisé à Ottawa reprend essentiellement les questions du sondage général qui a été utilisé par Communauto en 2004 et en 2006. Sa contrepartie adaptée aux personnes inscrites dans le cadre d'une offre d'abonnement combiné a également été utilisée (annexe B). Ces documents ayant seulement été adaptés afin de tenir compte de certains vœux de l'équipe dirigeante de Vrtucar. Sur l'ensemble des questionnaires envoyés aux 380 membres répondants sélectionnés au moment du sondage, 190 ont été retournés, ce qui correspond à un taux de réponse de 50%.

### 2.4.2.1 Profil sociodémographique

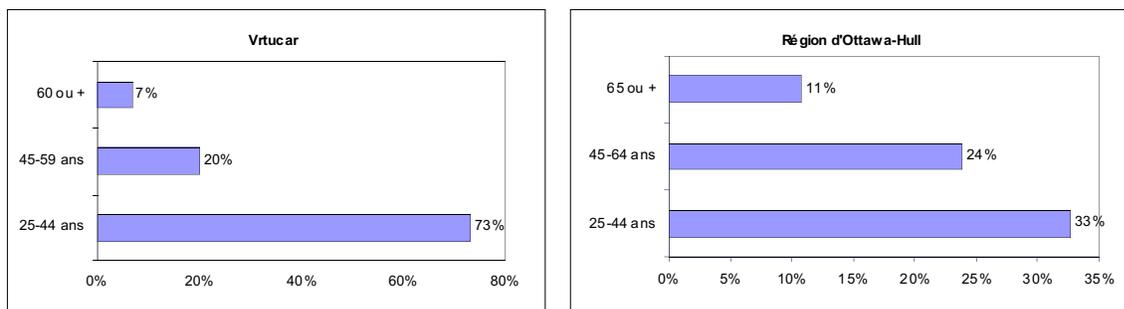
Le profil sociodémographique des usagers de Vrtucar obtenu à l'aide des différentes variables disponibles (âge et sexe, langue parlée à la maison, scolarité, revenu par ménage, type de ménage et possession automobile) a été comparé au reste de la population de l'agglomération d'Ottawa-Hull (celle-ci inclut donc Gatineau). Les résultats du recensement 2001 de Statistique Canada ont été utilisés pour les fins de cette comparaison.

### Âge et sexe

La figure 2.26 montre la distribution des abonnés de Vrtucar ayant répondu au sondage par groupes d'âge, en comparaison avec la même distribution pour l'ensemble de la population d'Ottawa. On remarque que :

- À l'instar de Montréal, la tranche des 25-44 ans est surreprésentée parmi les abonnés de Vrtucar. De fait, celle-ci représente 73% des abonnés du service, alors qu'elle ne compte en réalité que pour 33% de la population totale.
- Les moins de 25 ans ne sont pas représentés dans le sondage : en effet, pour des raisons d'assurance, la limite d'âge pour être membre de Vrtucar est de 25 ans.

**Figure 2.26**  
**Distribution des groupes d'âge des usagers de Vrtucar et de la région d'Ottawa-Hull**



Source : Vrtucar, Sondage 2005

Source : Statistiques Canada, Recensement 2001

Par ailleurs, la proportion de femmes ayant répondu au sondage est de 39%, alors qu'elles représentent 55% de l'ensemble des membres de Vrtucar. Cela dit, il est intéressant de noter que les femmes sont légèrement surreprésentées dans la clientèle de Vrtucar par rapport à la population (51%), ce qui a été également constaté dans le cas de la clientèle de Communauto et qui s'explique

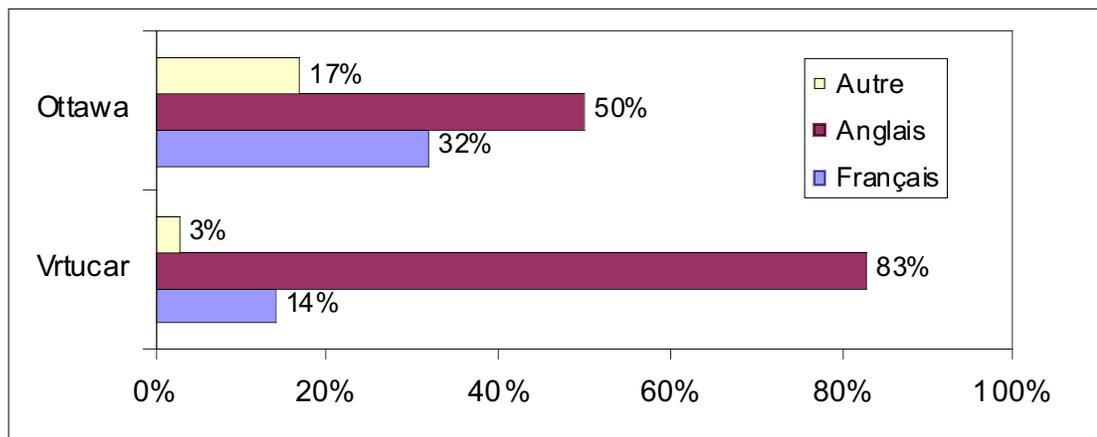


probablement, encore une fois, par la plus faible motorisation des femmes et incidemment par leur moins grande propension à devenir propriétaire d'un véhicule personnel.

### Langue parlée à la maison

La majorité des usagers de Vrtucar parlent anglais (83 % des répondants au sondage), alors que 14% parlent français (figure 2.27). Ces proportions sont nettement plus marquées que lorsque l'on prend en compte l'ensemble de la population. De fait, si les anglophones représentent 50% de la population, les francophones représentent 32 % de la population. Ces écarts sont très certainement dus en partie au fait que les données de Statistique Canada utilisées englobent la ville de Gatineau ce qui gonfle la proportion des francophones qui sont en réalité moins nombreux à Ottawa où se trouve la totalité des usagers de Vrtucar. En ce qui concerne les allophones, les données disponibles semblent démontrer, à l'instar des résultats de Commnauto, que ceux-ci sont sous-représentés parmi les usagers de Vrtucar (3 % contre 17 % dans l'ensemble de la population).

**Figure 2.27**  
**Répartition des usagers de Vrtucar en fonction de la langue parlée à la maison, en comparaison avec la population d'Ottawa**



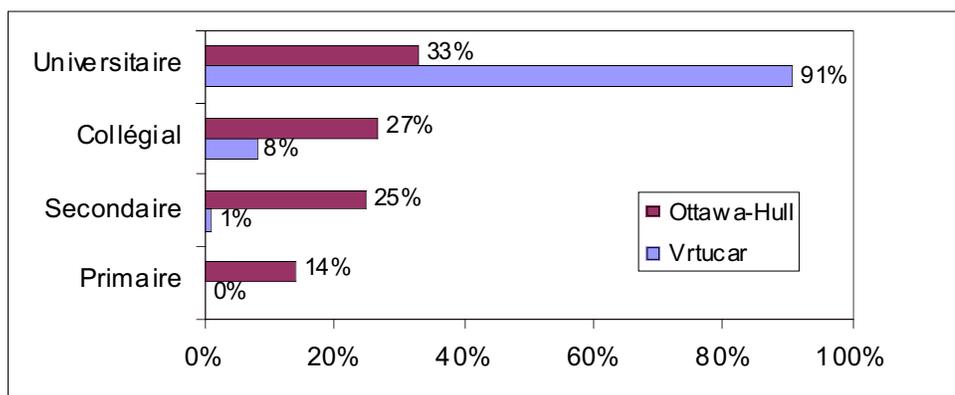
Source : Statistiques Canada, Recensement 2001; Vrtucar, Sondage 2005



### Scolarité

Comme c'est le cas à Montréal et à Québec, les usagers de Vrtucar sont également très scolarisés. Cette proportion est encore plus marquée à Ottawa (figure 2.28). En effet, 91% des répondants au sondage de Vrtucar possèdent un diplôme universitaire, contre 33% de l'ensemble de la population. Par conséquent, seulement 8% des répondants au sondage de Vrtucar possèdent un diplôme collégial (contre 27% pour l'ensemble de la population).

**Figure 2.28**  
Niveau de scolarité des usagers de Vrtucar

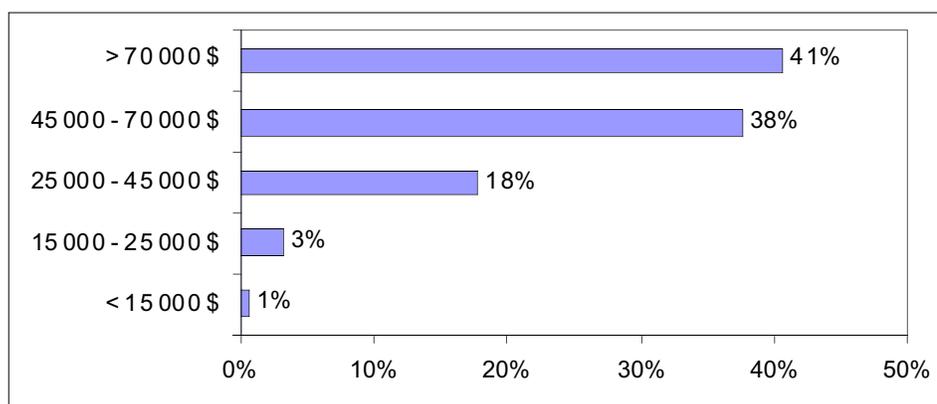


Source : Statistiques Canada, Recensement 2001

### Revenu par ménage

La figure 2.29 montre la distribution des répondants au sondage de Vrtucar selon leur revenu. Il est intéressant de constater que, contrairement à ce qu'on a observé à Montréal ou à Québec, la grande majorité des usagers de Vrtucar a un revenu élevé (plus de 45 000 \$ par année), alors que les ménages ayant un revenu faible (moins de 25 000 \$) ne sont que très faiblement représentés (moins de 4%). Pour l'ensemble de la population d'Ottawa-Hull, 34% des ménages d'Ottawa ont un revenu inférieur à 20 000\$, tandis que 19% ont un revenu supérieur à 60 000\$.

**Figure 2.29**  
Revenu par ménage pour les usagers de Vrtucar





### Type de ménage

Le tableau 2.5 présente la distribution des types de ménages des abonnés de Vrtucar ayant répondu au sondage.

**Tableau 2.5**  
**Répartition des abonnés de Vrtucar selon le type de ménage**

	1 personne		2 personnes		3 personnes et +	
<b>Nombre de ménages</b>	50	26,7 %	124	66,3 %	13	7 %
<b>Dont ménage avec enfants de moins de 18 ans</b>	0	0 %	43	23 %	5	2,7 %

L'analyse des données du tableau permet d'établir les constats suivants :

- Il y a davantage de familles monoparentales parmi les membres de Vrtucar que parmi les membres de Communauto à Montréal ou à Québec (respectivement 23 % contre 6 % et 7 %). Ces ménages sont également surreprésentés parmi les usagers par rapport à l'ensemble de la population d'Ottawa-Hull au sein de laquelle ils ne comptent que pour 16 % des ménages.
- On trouve moins de couples avec enfants chez Vrtucar : 2,7 % alors qu'ils représentent 14 % des usagers de Communauto à Montréal et 10 % à Québec. Ce type de ménage est par ailleurs ici sous-représenté par rapport à l'ensemble de la population car les couples avec enfants y représentent 30 % du total des ménages.
- Le nombre de personnes vivant seules est similaire, parmi les usagers de Vrtucar, à la proportion que l'on retrouve dans l'ensemble de la population de la région d'Ottawa-Hull (respectivement 26,7 % et 25,9 %). Cette proportion est très inférieure à celles observées à Montréal et à Québec.

D'autres analyses seraient cependant nécessaires pour expliquer ces différences entre les usagers québécois par rapport à leur vis-à-vis ontariens.



### Possession automobile

Il est intéressant de constater que les proportions concernant la possession automobile sont sensiblement les mêmes à Ottawa, à Montréal et à Québec. De fait, les usagers de Vrtucar ne possèdent pas de voiture dans 88 % des cas, 11,5 % des répondants au sondage de Vrtucar possèdent une voiture et un seul répondant sur 190 possède deux voitures.

Pour chacun des énoncés qui suivent, le répondant devait indiquer s'il était fortement en désaccord, en désaccord, indécis, en accord ou fortement en accord avec celui-ci.

À la suite de mon adhésion à Vrtucar...

- 1) ...moi ou mon ménage avons pu nous départir d'un véhicule déjà en notre possession.
- 2) ...moi ou mon ménage avons pu renoncer à l'achat d'un véhicule.
- 3) ...moi ou mon ménage avons pu retarder l'achat d'un véhicule.

Le traitement des réponses ainsi obtenues en fonction de ceux qui se sont prononcés en accord ou fortement en accord avec ces énoncés donne les résultats suivants :

- |   |      |
|---|------|
| – S'est départi d'un véhicule déjà en sa possession : | 29 % |
| – A pu renoncer à l'achat d'un véhicule :             | 77 % |
| – A pu retarder l'achat d'un véhicule :               | 72 % |

Ces proportions, basées sur les données brutes des sondages <sup>22</sup>, sont très semblables à celles obtenues par Communauto et ce, malgré les différences sociodémographiques existant entre Montréal et Ottawa concernant la population, la densité, la taille de la ville, etc. Ces chiffres viennent donc confirmer l'hypothèse que le fait d'être membre d'un service d'autopartage a un impact important sur la possession automobile.

---

22 Nous n'avons pas répété ici l'exercice visant à éliminer les chevauchements de données entre les différentes réponses.



#### 2.4.2.2 Habitudes de déplacements

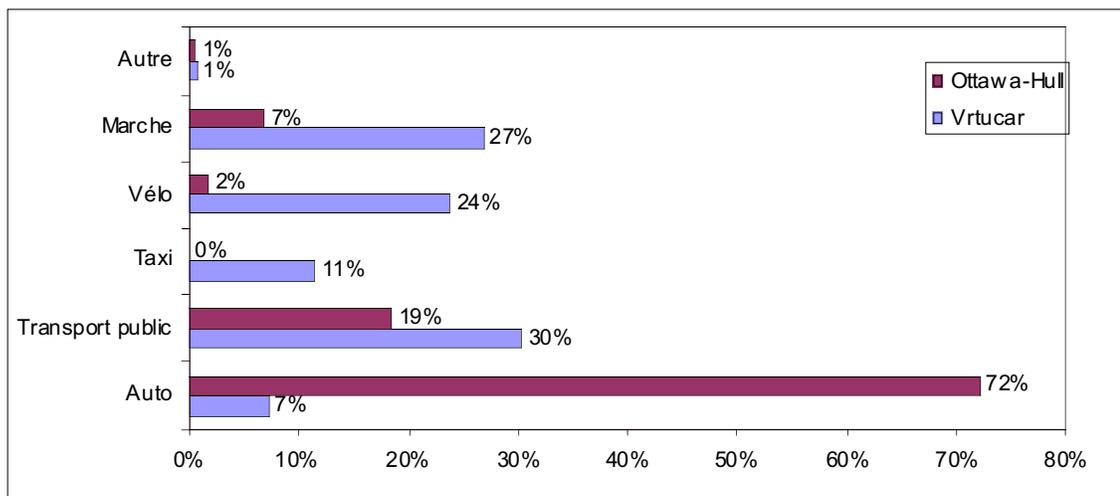
Le sondage réalisé par Vrtucar permet également de connaître les habitudes de déplacement de ses abonnés. Plusieurs questions leur ont ainsi été posées sur les modes de transport utilisés selon le motif du déplacement ainsi que la fréquence d'utilisation des différents modes de transport.

##### Mode de transport utilisé selon le motif de déplacement

Comme on pouvait s'y attendre, la très grande majorité des abonnés de Vrtucar ne possédant pas de voiture, les modes de transports alternatifs à la voiture (transport en commun, marche et vélo) sont surreprésentés dans la proportion des moyens de déplacements que ceux-ci utilisent pour se rendre au travail, en comparaison avec l'ensemble de la population (figure 2.30).

Figure 2.30

##### Mode de transport utilisé par les abonnés de Vrtucar pour se rendre du domicile au lieu de travail



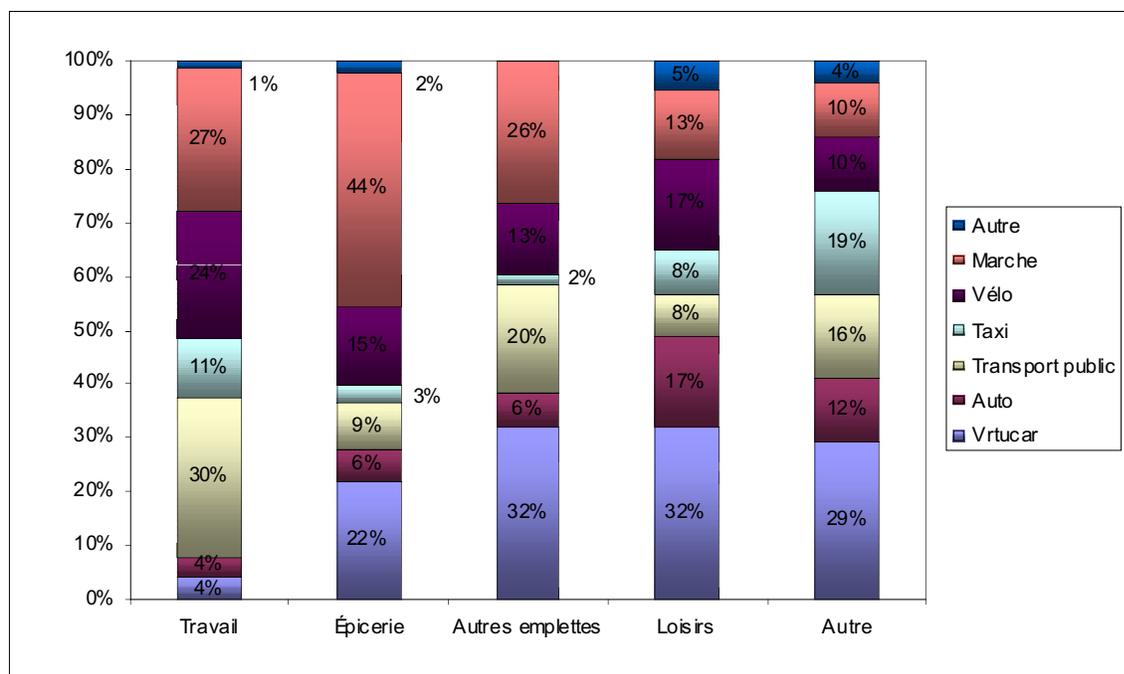
Les différences de comportement entre les usagers de Vrtucar et le reste de la population sont ici très nettes. En effet, 30 % des usagers de Vrtucar utilisent le transport en commun pour le travail, contre 19% pour l'ensemble de la population. De plus, 51 % des usagers de Vrtucar utilisent un mode de transport actif pour se rendre au travail (marche ou vélo), contre 9 % pour l'ensemble de la population.

L'utilisation de l'automobile par les membres de Vrtucar est donc bien plus faible, en proportion, que celle de l'ensemble de la population d'Ottawa-Hull.

L'usage de la voiture qui est faite par les usagers de Vrtucar est occasionnelle, et non régulière. Une autre question du sondage portait sur les modes de transport généralement utilisés pour d'autres motifs (épicerie, autres emplettes, loisirs et autres). Les résultats ainsi obtenus sont présentés à la figure 2.31.



**Figure 2.31**  
**Mode généralement utilisé par les usagers de Vrtucar selon le motif de déplacement**



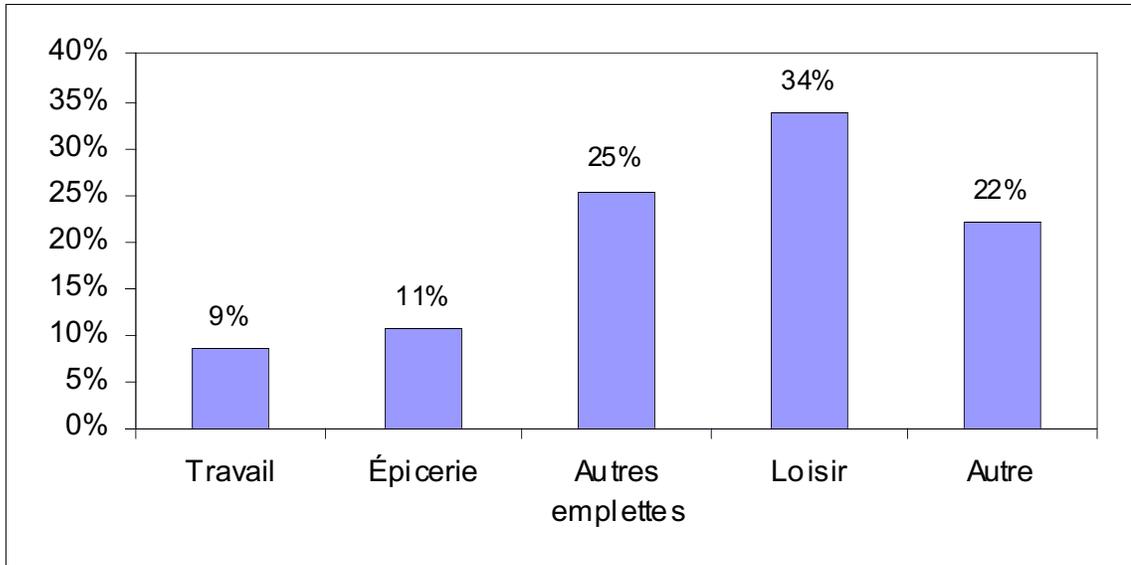
On y constate que :

- Une très forte proportion des usagers de Vrtucar (30 %) utilisent les transports en commun pour aller au travail et que les modes de transport actifs sont également très fortement utilisés pour ce motif (51 %) ;
- Les déplacements pour faire l'épicerie sont faits majoritairement à pied (44 %), avec Vrtucar (22 %) et en vélo (15 %).
- L'autopartage joue un rôle important dans les déplacements liés au magasinage autre que l'épicerie, pour les loisirs et pour les autres déplacements (respectivement 32 %, 32 % et 29 %).
- Les voitures autres que celle obtenues par l'intermédiaire de Vrtucar ne comptent que pour peu pour la plupart des motifs sauf pour les déplacements liés au loisir (18 % du total des modes utilisés). Ce dernier résultat est semblable à celui obtenu auprès des répondants de Communauto (21%).

Enfin, lorsque l'on demande aux abonnés de Vrtucar quel était le motif de leur dernier trajet avec un véhicule de Vrtucar, on obtient des résultats qui confirment ces tendances (figure 2.32).



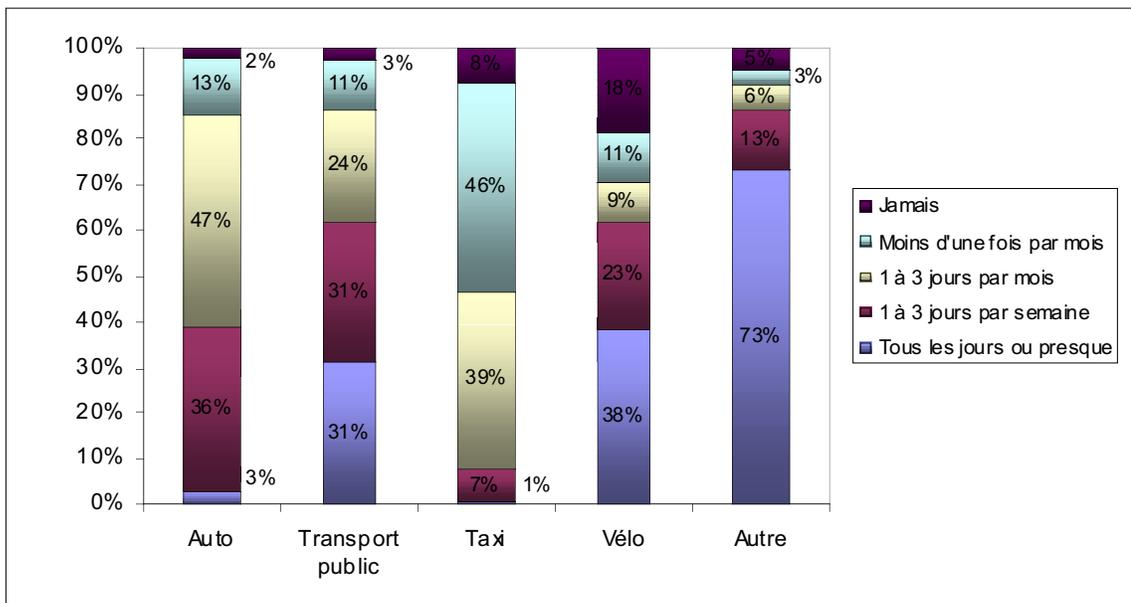
**Figure 2.32**  
**Principal motif du dernier trajet effectué avec un véhicule de Vrtucar**



**Fréquence d'utilisation des modes de transport**

La figure 2.33 présente la fréquence d'utilisation de différents modes de transport par les usagers de Vrtucar (tous motifs confondus). Le mode « Autre » inclut la marche.

**Figure 2.33**  
**Fréquence d'utilisation des principaux modes de transport par les usagers de Vrtucar**





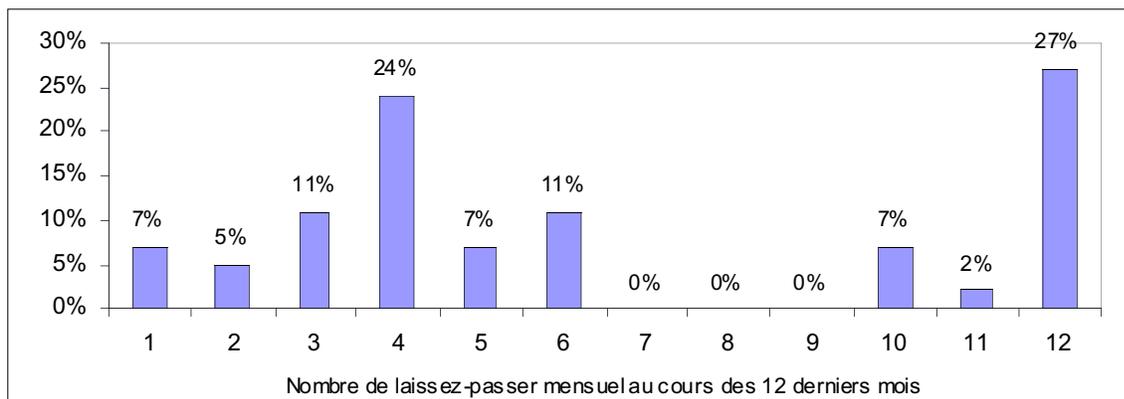
Les principaux constats qui se dégagent de ces données sont les suivants :

- Très peu d'usagers utilisent la voiture de façon quotidienne (à peine 3 % des répondants). L'utilisation de la voiture, par la plupart des usagers, est occasionnelle, c'est-à-dire une à trois fois par semaine (36 % des répondants), une à trois fois par mois (47 % des répondants), ou moins.
- 62 % des répondants utilisent les transports en commun au moins une fois par semaine. De ce nombre, 31 % affirment utiliser les transports en commun tous les jours ou presque. Ces proportions sont légèrement inférieures à celles obtenues chez Communauto, peut-être en raison de la plus petite superficie de la ville, si on compare Ottawa à Montréal où résident la plupart des répondants au sondage de Communauto, et de leur concentration au centre de l'agglomération.
- Le vélo est ici utilisé au moins une fois par semaine par 61 % des répondants, contre 68% pour l'ensemble des usagers de Communauto.
- Enfin, si l'on considère que la marche représente la plus grande partie des réponses comprises dans la catégorie « Autre », plus de 70 % des répondants l'utilisent quotidiennement, ce qui est de beaucoup supérieur aux résultats obtenu chez Communauto et renforce l'hypothèse de l'importance, ici, de la configuration urbaine associée à la localisation des usagers sur les comportements en déplacement.

Une autre question du sondage visait à connaître le nombre de laissez-passer mensuels achetés par les répondants au cours des 12 derniers mois (figure 2.34). Seules 45 personnes ont répondu à la question. Parmi elles, 12 ont acheté 12 laissez-passer mensuels en un an, soit 27 % du total des répondants à cette question, et 11 en ont acheté 4 au cours des 12 derniers mois. Cependant, il est intéressant de noter qu'en juin 2006, 63 membres de Vrtucar étaient abonnés au programme ÉcoPass, ce qui représente 13% des abonnés du service. Le programme ÉcoPass mis en place par OC Transpo (la Société de transport publique régionale) permet à ses adhérents d'économiser 15% sur le prix de leur titre de transport mensuel en autant qu'ils s'engagent à en acheter un à tous les mois pendant un minimum d'un an. Seuls les employés de quelques grandes organisations ou entreprises et les usagers de Vrtucar, ont présentement accès à ce programme.

**Figure 2.34**

**Nombre de laissez-passer mensuels achetés par les membres de Vrtucar sur une période de 12 mois**



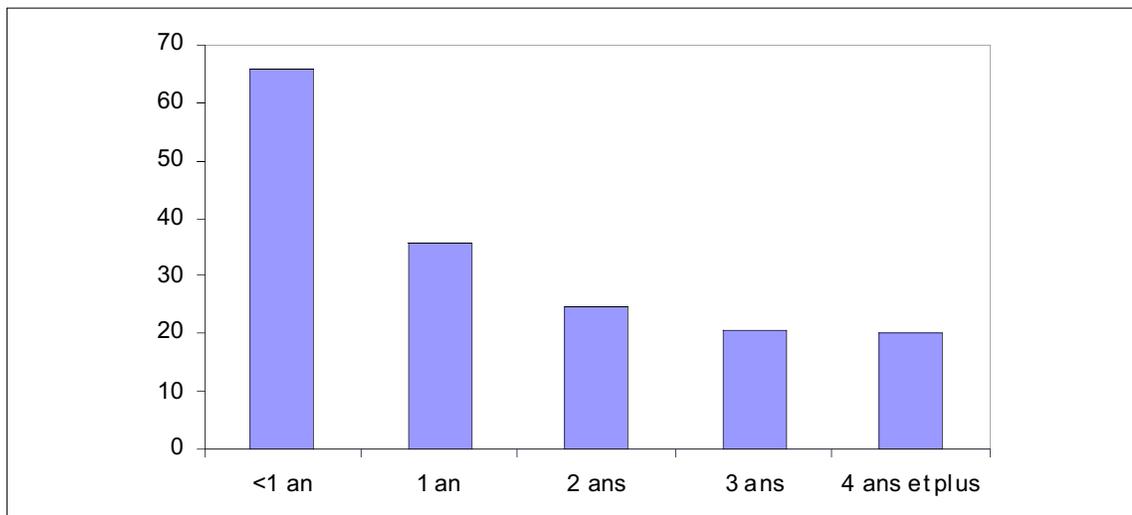


### Attitude de la clientèle face à l'autopartage

À la fin de 2005, le nombre des abonnés de Vrtucar totalisait plus de 400 personnes. Près des deux tiers des personnes qui s'y sont abonnées depuis le démarrage du service en 2000 en sont encore membres. La figure 2.35 présente la répartition des répondants au sondage en fonction du nombre d'années d'abonnement au service. On y apprend que plus de 50 % des répondants sont membres de Vrtucar depuis moins de 2 ans et 35 % depuis moins d'un an.

Par ailleurs, à la question de savoir si l'existence du service de Vrtucar pourrait avoir une influence sur le choix du domicile de ses usagers dans l'éventualité d'un déménagement, près de 50 % ont répondu positivement et seulement 15 % négativement (le nombre d'indécis est ici de 35 % des répondants). Tout comme nous l'avons constaté auprès des répondants de Communauto, ces données donnent du crédit à l'hypothèse selon laquelle l'autopartage fait partie du mode de vie d'une proportion importante des usagers de Vrtucar.

**Figure 2.35**  
**Nombre d'années d'abonnement au service de Vrtucar**







## 3. EXPÉRIENCES DE PARTENARIATS DE MOBILITÉ COMBINÉE

### 3.1 Formes de partenariats possibles

Les liens étroits entre l'autopartage et d'autres modes de transport, qu'il s'agisse de modes de transport collectifs ou actifs, ont été mentionnés précédemment. Ensemble, ces modes, dans le cadre d'une offre de mobilité combinée incluant l'autopartage, peuvent constituer une meilleure alternative que pris isolément face à la propriété d'une automobile.

Compte tenu de la grande complémentarité existant entre l'autopartage et le transport en commun, la formalisation d'ententes de partenariat visant une forme d'intégration facilitant l'intermodalité entre ces deux services ne peut que favoriser l'atteinte de l'objectif d'augmenter la pratique de la mobilité combinée. Cette stratégie pourrait même, à plus long terme, constituer la pierre angulaire d'un déploiement à grande échelle de cette pratique.

Les objectifs poursuivis dans le cadre d'ententes de partenariats entre des organismes d'autopartage et de transport en commun peuvent être les suivants :

- élargir leurs clientèles respectives (et le plus souvent commune);
- consolider et fidéliser leur clientèle existante;
- se donner une image de marque, en se dotant d'un produit de mobilité auquel leur clientèle actuelle et potentielle peut facilement s'identifier;
- augmenter leur visibilité;
- développer un système d'information conjoint permettant de rejoindre plus de clients potentiels;
- développer un système de promotion et de mise en marché conjoint;
- proposer une alternative attrayante de transport susceptible de mieux concurrencer l'automobile privée qui soit simple et fonctionnelle et qui ne nécessite pas d'investissements importants;
- offrir des avantages tarifaires à leurs clients communs tout en augmentant leurs revenus globaux.

La signature d'une entente permet d'officialiser cet accord et de lier légalement les deux parties. La mise en place et le fonctionnement de la collaboration y sont alors définis.

Certains éléments de succès d'une entente type entre une société de transport et un organisme d'autopartage ont à cet effet déjà été identifiés à la suite d'expériences réalisées notamment en Europe <sup>23</sup>:

- l'offre, par les deux partenaires, d'un service de qualité à ses usagers;
- l'élaboration d'offres d'abonnement permettant d'avoir accès et/ou d'utiliser les deux services à moindre coût et/ou plus facilement;
- une information sur les différentes options de transport offertes (transport en commun, autopartage, vélo en libre-service, etc.) disponible en un seul lieu (centralisée) et bien diffusée;
- une opération de marketing efficace;
- un appui politique de tous les niveaux de gouvernement.

23 *Bremen paper - Public Transport and Car-Sharing : together for the better*. Conclusion des ateliers tenus à Brême (Allemagne), les 4-5 décembre 2002, UITP, 2003, 4 p.



**Tableau 3.1**  
**Types d'ententes possibles entre des sociétés de transport en commun**  
**et des entreprises d'autopartage**

DOMAINE DE PARTENARIAT	OBJECTIFS	MOYENS
<b>Publicité/ Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en marché d'une offre de mobilité combinée :               <ul style="list-style-type: none"> <li>· Faire connaître la formule de mobilité combinée autopartage/transport en commun;</li> <li>· Démontrer la flexibilité de l'offre et sa capacité à assurer une plus grande autonomie d'un individu dans ses déplacements.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicité sur les infrastructures de transport (autobus, abribus, terminus, véhicules partagés, stations de véhicules);</li> <li>- Publicité sur les supports médias des partenaires adressée directement à leurs usagers (plan réseau, horaires, site Internet, dépliants, communiqués, etc.);</li> <li>- Matériel publicitaire commun à distribuer ou à diffuser.</li> </ul>
<b>Tarification/ facturation/ mode de paiement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faire en sorte que l'utilisateur de l'offre combinée paie moins cher l'ensemble des services que s'il les achetait séparément, ou, dans le cadre de l'autopartage, éliminer des barrières tarifaires à l'entrée.</li> <li>- Proposer un mode de paiement intégré.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rabais sur l'abonnement au transport en commun pour les usagers de l'autopartage;</li> <li>- Rabais sur l'abonnement, les frais annuels ou le tarif d'utilisation de l'autopartage pour les abonnés du transport en commun;</li> <li>- Période d'essai gratuite à l'autopartage pour les abonnés du transport en commun;</li> <li>- Guichet unique : une seule carte de paiement ou un seul compte pour les deux modes de transport.</li> </ul>
<b>Service / information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Augmenter la connaissance et l'attrait des services en mettant en commun des activités adressées aux clientèles respectives des partenaires.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Distribution du matériel promotionnel du service d'autopartage à travers les canaux de distribution du service de transport en commun;</li> <li>- Envoi au domicile des abonnés à l'autopartage de leurs titres de transport en commun;</li> <li>- Utilisation du même guichet de service pour le transport en commun et l'autopartage;</li> <li>- Mise en commun de certains services de gestion (facturation, communication, marketing, etc.)</li> </ul>
<b>Avantages fiscaux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Extension des avantages fiscaux prévus pour l'achat des titres du transport en commun aux abonnements à l'autopartage.</li> <li>- Ajustement des règles d'application des taxes à la consommation pour permettre la vente d'abonnement combinant les deux services hors taxe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibilisation des paliers de gouvernement supérieurs à l'opportunité de telles mesures.</li> </ul>



Évidemment, chaque entente doit être adaptée aux différentes réalités et contraintes institutionnelles, juridiques et opérationnelles des parties. Ces collaborations peuvent prendre plusieurs formes. Les modalités de ces ententes constituent autant de façons d'intégrer les services. Le tableau 3.1 identifie un certain nombre de domaines de partenariats possibles inventoriés dans la documentation disponible sur le sujet entre des sociétés de transport et des services d'autopartage.

### 3.2 Expériences canadiennes de partenariats entre l'autopartage et le transport en commun

Tout en tenant compte des enseignements qu'il était possible de tirer des expériences réalisées à l'étranger, le présent projet visait à élaborer et à évaluer ici au Canada diverses formules d'abonnement combinées incluant l'autopartage et le transport en commun en tenant compte des contraintes propres à chacun des intervenants. Ceci, dans le but d'en arriver à des solutions viables pouvant ensuite servir d'exemples dans d'autres villes canadiennes. Plus spécifiquement, les objectifs de cette initiative étaient :

- d'évaluer les impacts actuels et potentiels de la mobilité combinée incluant l'autopartage sur le parc automobile, les coûts d'utilisation de l'auto, les déplacements, la consommation énergétique et l'environnement;
- d'élaborer, d'expérimenter et de promouvoir des partenariats entre des organismes d'autopartage et des sociétés de transport en commun et d'en étudier les retombées;
- de formuler des recommandations dans le but de favoriser l'élargissement de ces ententes et de permettre leurs répliquations dans d'autres villes canadiennes.

Le premier objectif est traité dans les prochaines sections du rapport (4 et 5). Pour atteindre les deux autres objectifs, trois projets pilotes ont été planifiés et/ou analysés dans les villes de Québec, Gatineau et Ottawa. Ces projets impliquaient des ententes de partenariat entre des entreprises d'autopartage et des sociétés de transport en commun dans le but d'offrir des services de mobilité combinée et certains avantages à leurs clientèles communes.

L'équipe impliquée dans ce projet comprenait au départ :

- Communauto inc.;
- Vrtucar inc.
- L'Association canadienne des transports urbains – ACTU;
- Le Réseau de transport de la Capitale – RTC, à laquelle s'est jointe la Société de transport de Lévis (ST Lévis), en fin de projet;
- La Société de transport de l'Outaouais – STO;
- La OC Transpo, en tant que partenaire externe (la OC Transpo s'en est finalement tenue à un rôle d'observateur du projet);
- Tecslut inc. (une société d'experts-conseils).

Durant l'été 2005, Communauto a eu l'opportunité d'étendre la portée du projet dans des régions non considérées initialement. Plus particulièrement, Communauto a eu l'opportunité de discuter, à leur propre demande, et de conclure une entente, avec la ville de Laval, la Société de transport de Laval (la STL) et l'Agence métropolitaine de transport de Montréal (AMT), nécessairement impliquées dans le



projet à cause du caractère régional (Laval-Montréal) de la majorité des titres de transports mensuels vendus par la STL.

Les résultats de ces négociations (signature d'une entente en septembre 2005 et implantation d'une offre de mobilité combinée à partir d'octobre 2005) peuvent être considérés comme une conséquence directe du présent projet. Ils ont par conséquent également fait l'objet d'un suivi et d'une évaluation au même titre que les projets impliquant les partenaires pressentis initialement. Soulignons que le service de Communauto n'était pas encore disponible à Laval au moment de l'amorce de ces discussions, la décision ayant été prise d'attendre, avant de ce faire, l'arrivée du métro dans cette municipalité, prévu pour 2007. Cette initiative revêt donc un caractère particulier dans la mesure où elle constitue la première initiative canadienne d'implantation d'un service d'autopartage à partir de zéro dans un contexte de partenariat entre les autorités locales, une Société de transport public et une entreprise d'autopartage.

Les tableaux 3.2 et 3.3 présentent respectivement les principales caractéristiques des sociétés de transport en commun impliquées dans des ententes de partenariat avec Communauto et d'autres éléments contextuels davantage liés aux orientations de développement propres à chacun des partenaires au moment de l'amorce des discussions. Les ententes conclues entre les partenaires sont résumées dans la colonne de droite du tableau 3.3.

La conclusion de ces ententes a été précédée par l'offre de OC Transpo aux membres du service d'autopartage d'Ottawa, Vrtucar, qui était antérieure à ce projet. En vertu de cette offre, les usagers de Vrtucar ont accès depuis le 1<sup>er</sup> avril 2001 au programme EcoPass au même titre que les employés des autres compagnies participantes. En effet, le programme EcoPass est un « programme employeur » auquel a pu se greffer la participation de Vrtucar. Grâce à celui-ci, les employés des entreprises participantes peuvent souscrire à un abonnement annuel avec rabais de 15 % sur le prix régulier des titres de transport mensuels. Contrairement à nos attentes, cet intéressant précédent n'a connu aucun nouveau développement durant la période couverte par la présente. Officiellement, nos objectifs étaient cependant plus modestes et visaient à documenter ses impacts, ce qui fut réalisé.

### 3.3 Déroulement des activités du projet

L'établissement des partenariats conclus entre Communauto et les diverses sociétés de transport a constitué tout au long du projet un véritable « work in progress » faisant jusqu'à la fin l'objet de plusieurs ajustements permettant aux projets propres à chacun des partenaires de profiter des apports des autres. Au total, trois ententes de partenariats avec autant de sociétés de transport ont finalement été conclues par Communauto, soit avec le Réseau de transport de la Capitale (Québec), la Société de transport de l'Outaouais (Gatineau) et la Société de transport de Laval (Laval). La promotion de ces partenariats dans les territoires visés s'est faite via des campagnes publicitaires communes entre Communauto et chacune des sociétés de transport impliquée et a mis à profit différents modes de diffusion, notamment, des conférences de presse, les sites Internet de Communauto et des sociétés de transport impliquées et l'envoi de dépliants, d'insérés, de lettres ou de prospectus (par la poste et par le biais d'une distribution dans les autobus) aux résidents des secteurs concernés ou aux abonnés annuels des sociétés de transport. Soulignons qu'à Laval la



participation de la Ville aura permis, également, de fournir une visibilité additionnelle au projet sous la forme d'une signalisation adaptée sur le site de chacune des quatre stations de véhicules inaugurées durant le projet (figure 3.1), de même que sur le portail de la Ville de Laval.

**Figure 3.1**  
**Affichage réalisé par la ville de Laval pour identifier le site des stations de véhicules de Communauto**





Après avoir fait l'objet de différentes stratégies, cet effort promotionnel a également pris une allure davantage structurée en cours de route et a été doté d'une signature commune intitulée le « DUO auto+bus » dont la présentation visuelle (figure 3.2) illustre bien l'offre de mobilité combinée « autopartage / transport en commun » proposée.

**Figure 3.2**  
**Signature visuelle retenue pour promouvoir le DUO auto+bus**



PHOTO : Stéphane Brügger



Les principales étapes du projet ayant permis de faire vivre ces partenariats et de les faire connaître à la population sont les suivantes :

### **Élaboration et conclusion des ententes de partenariat**

1. Entre novembre 2004 et juin 2005, des discussions ont eu lieu sur la pertinence, la nature et la forme des ententes à réaliser entre des sociétés de transport publiques et d'autopartage. Cette étape a impliqué de multiples activités :
  - des rencontres bilatérales entre Communauto et le RTC, entre Communauto et la STO et entre OC Transpo, Vrtucar et Communauto dans le but d'initier les discussions.
  - signature, le 16 novembre 2004, entre Communauto et le RTC, d'une entente permettant de donner accès aux usagers de Communauto à *L'abonne BUS*, le nom des abonnements annuels avec rabais de 10 % vendus dans le cadre du « programme employeur » mis de l'avant par cette société de transport. Les discussions ayant mené à cette entente avaient débuté avant le lancement officiel du présent projet. Le fait que le RTC était déjà sensibilisé au préalable à l'intérêt d'une entente avec Communauto a permis de définir une forme de partenariat au tout début du projet. Cette initiative a servi de catalyseur pour les autres sociétés de transport et le contrat qui en a découlé (annexe C) leur a par la suite servi de modèle pour les aider à baliser leur propre réflexion sur le sujet ;
  - définition d'une base de discussion avec chacun des partenaires mettant de l'avant les avantages de ces ententes et permettant d'évaluer différentes hypothèses de partenariat. Dans le cas du RTC, l'objectif était de miser sur le premier pas qui venait d'être franchi pour aller encore plus loin sur le chemin de la collaboration, ce qui fut effectivement réalisé en fin de projet ;
  - tenue d'une réunion impliquant l'ensemble des partenaires à Montréal, le 17 mars 2005, pour discuter en groupe du cadre et des conditions de partenariat. Un représentant de l'Agence métropolitaine de transport de Montréal (AMT) et de la Société de transport de Montréal (STM) avaient aussi été invités à titre d'observateurs intéressés. Toutes les personnes invitées (10 personnes) étaient présentes à la rencontre, à l'exception du représentant de OC Transpo.
2. Entre juin 2005 et septembre 2005 : négociation et signature d'une entente entre Communauto et la STO (annexe C). L'entente en question a été annoncée aux médias en septembre 2005 et été mise en service en décembre 2005
3. Entre juin 2005 et septembre 2005 : négociation et signature d'une entente entre Communauto et la STL (annexe C). L'entente en question a été annoncée aux médias en septembre 2005 et été mise en service en octobre 2005.
4. Au printemps 2006, Communauto et le RTC, auquel s'était joint, en novembre 2005, la Société de transport de Lévis (à titre de nouveau partenaire du programme employeur ayant servi d'assise à la première entente conclue avec Communauto), ont bonifié leur entente de partenariat en y greffant



les meilleurs éléments découlant des ententes de partenariat conclues par la suite avec la STL et la STO. En particulier, l'élimination de la barrière des droits d'adhésion de 500 \$ (voir 2.2.2 : Tarification et contrat) qui ont été remplacés par des frais mensuels de 8 \$ presque entièrement compensés par le rabais de 10% consenti sur ses titres par le RTC. Ce progrès aura permis de lancer le « DUO auto+bus » également à Québec (en juin 2006) et de le faire dans sa forme la plus accomplie.

5. Tout au long du projet, Vrtucar a continué à inscrire de nouveaux usagers dans le cadre du programme EcoPass et recueilli les données nécessaires pour en évaluer les impacts. Des rencontres ont eu lieu dans le but de trouver des moyens d'améliorer l'entente. Cependant, aucun progrès par rapport à l'entente pré-existante liant Vrtucar à OC Transpo ni aucune initiative promotionnelle conjointe n'a eu lieu durant la durée du projet. Cette situation s'explique en partie par les changements survenues au sein de l'équipe de direction de OC Transpo qui ont pu limiter sa capacité de faire preuve de leadership sur cette question. Il est possible également que la plus petite taille de Vrtucar (par rapport à Communauto), son plus faible rayonnement, ses capacités plus limitées d'investissements en marketing ont pu constituer des barrières à l'intérêt qu'aurait pu nourrir autrement OC Transpo à rechercher des moyens d'améliorer son offre de partenariat.

De fait, l'un des constats qui se dégage de l'exercice *a posteriori* c'est justement que tous les types d'ententes proposées et finalement conclues ont dû chercher à s'inscrire dans les contextes propres à chacune des sociétés de transport ou d'autopartage impliquées dans le projet. Cette dynamique s'est installée d'elle-même et il n'aurait pas été possible de tenter d'imposer un modèle unique d'entente sans risquer du même coup de faire déraiser les discussions et échouer l'exercice. Le bon côté de cette réalité c'est quelle aura permis d'enrichir les discussions, de faire évoluer les idées que chacun avait au départ et de tester, finalement, non pas une mais plusieurs approches différentes de partenariat, chacune avec ses forces et ses faiblesses.



**Tableau 3.2**  
**Principales caractéristiques des sociétés de transport en commun**  
**ayant conclu des ententes de partenariat avec Communauto**

	ORGANISMES DE TRANSPORT EN COMMUN		
	RTC	STO	STL
<b>Territoire de desserte :</b>			
– Superficie (km <sup>2</sup> )	555	589	246
– Population	+ 510 000	+ 247 000	350 000
– Densité pop./km <sup>2</sup>	919	419	1423
<b>Offre de service :</b>			
– Heures annuelles	1 067 000	400 000	728 000
– Longueur du réseau (km)	600	n.d.	610
– Distances annuelles (km)	22,8 millions	+ 9 millions	13,4 millions
– Circuits d'autobus	93 dont des circuits express et 2 circuits de Métrobus (lignes régulières à haute fréquence)	55 dont 9 lignes express et 2 lignes interzones	34
– Autobus	496	237	225
– Autres dessertes de TC	nil	nil	2 lignes de train de banlieue
<b>Achalandage annuel :</b>	37,5 millions	16 millions	18,6 millions
<b>Perspectives d'avenir :</b>	Développement projeté du réseau Métrobus, incluant une liaison inter-rive (Québec – Rive-Sud)  Projet d'implantation d'un réseau de tramway	Projet de mise en place d'une desserte rapide par autobus en site propre (Rapibus)	Desserte prochaine par métro : 3 stations prévues en 2007 sur le territoire de la STL

Source : Sites Internet des sociétés de transport en commun RTC, STO et STL, 2006.



**Tableau 3.3**  
**Éléments contextuels présents lors de l'amorce des discussions et**  
**résumé des partenariats finalement conclus**

Québec (et Lévis)	
SITUATION ANTÉRIEURE	PARTENARIATS CONCLUS
<p>RTC</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Objectif de renforcement de la place du transport collectif à Québec (accroissement de l'achalandage et de la part modale du transport collectif).</li> <li>– Engagement du RTC dans une démarche pour offrir davantage de services à sa clientèle et fidéliser sa clientèle.</li> <li>– Existence d'un programme d'abonnement annuel au transport en commun avec rabais de 10 %, <i>L'abonne BUS</i>, accessible via un « programme employeur » (limité à quelques grands employeurs de la région de Québec).</li> </ul> <p>COMMUNAUTO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Présence de Communauto à Québec depuis ses débuts (1994). Réseau dense et étendu de stations de véhicules. Plus de 1500 abonnés.</li> <li>– Objectif d'accroître sa notoriété à l'échelle régionale et d'accroître sa clientèle.</li> <li>– Objectif de donner accès à l'abonnement annuel au transport en commun à sa clientèle actuelle composée d'« abonnés membres » (ceux qui ont versé un droit d'adhésion de 500 \$ à l'inscription) et de créer une offre pour stimuler l'inscription à son service des personnes intéressées à s'abonner annuellement au transport en commun.</li> </ul>	<p><b>Partenariat conclu en deux étapes et basé sur des avantages tarifaires ciblant les abonnés « membres » et les « non membres » de l'autopartage et ayant fait l'objet d'une très large promotion.</b></p> <p><b>Au début du projet</b></p> <p>Une entente sur les tarifs prévoyant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– la possibilité de s'abonner à l'autopartage à titre d'essai pendant 4 mois pour les abonnés de <i>L'abonne BUS</i> sans avoir à déboursier le droit d'adhésion de 500 \$ normalement exigé ;</li> <li>– de donner accès à <i>L'abonne BUS</i> aux usagers membres de Communauto.</li> </ul> <p>De plus, chacun des partenaires s'engageait à promouvoir l'offre de l'autre à ses usagers.</p> <p><b>À partir de la mi-juin 2006</b></p> <p>À ce qui précède, a été ajoutée la possibilité, pour toute personne intéressée à s'abonner annuellement au transport en commun et à l'autopartage, de le faire de façon permanente sans avoir l'obligation de verser le droit d'adhésion de 500 \$. Ce montant est remplacé par une mensualité de 8 \$ facturée par Communauto et dont le coût est presque complètement contrebalancé par le rabais de 10 % prévu dans le cadre de <i>L'abonne BUS</i>. Le statut d'abonné « non membre » a été accordé aux usagers inscrits sur la base de ce nouveau cadre.</p>



## Gatineau

### SITUATION ANTÉRIEURE

#### STO

- Plan de transport intégré de Gatineau adopté en 1994 et réaffirmé en 2005 dans le nouveau Plan stratégique de la STO visant l'accroissement de l'achalandage et de la part modale du transport collectif.
- Engagement de la STO dans une démarche pour offrir davantage de services à sa clientèle et fidéliser sa clientèle.
- Offre de différents types d'abonnement au transport en commun dont un programme d'abonnement annuel avec rabais de 10 %, le programme FIDÉLITÉ, offert universellement (contrairement au programme employeur mis en place par le RTC).

#### COMMUNAUTO

- Présence récente de Communauto à Gatineau (2003). Desserte limitée à 4 stations (9 en fin de projet) concentrées sur un petit territoire limité à l'Île de Hull. 36 usagers.
- Objectif d'accroître sa notoriété à l'échelle régionale et d'accroître sa clientèle dans un contexte de nouveau marché.
- Objectif de donner accès à l'abonnement annuel au transport en commun à sa clientèle actuelle composée d'« abonnés membres » (ceux qui ont versé un droit d'adhésion de 500 \$ à l'inscription) à de meilleures conditions que celles offertes à la population en général et de créer une offre pour stimuler l'inscription à son service des personnes intéressées à s'abonner annuellement au transport en commun.

### PARTENARIATS CONCLUS

**Partenariat basé sur la promotion davantage que sur des avantages tarifaires. Une nouvelle offre ciblant les abonnés « non membres » uniquement a cependant été développée.**

Le programme d'abonnement annuel avec rabais de 10 % de la STO (le programme FIDÉLITÉ) étant offert à tous, Communauto n'a pas été en mesure d'obtenir d'avantages additionnels pour ses « abonnés membres » (ceux qui ont versé le droit d'adhésion de 500 \$), l'un de ses souhaits initiaux. Cependant, afin de profiter pleinement de l'intérêt de la STO de s'impliquer dans une campagne promotionnelle conjointe, Communauto a proposé ici de permettre à toute personne intéressée à s'abonner annuellement au transport en commun, de s'inscrire également (et non pas simultanément, contrairement aux ententes conclues avec le RTC et la STL) à l'autopartage de façon permanente sans avoir à verser le droit d'adhésion de 500 \$. Ce montant est remplacé ici également par une mensualité de 8 \$ facturée par Communauto.

Le statut d'abonné « non membre » a été accordé aux usagers inscrits sur la base de ce nouveau cadre.



**Tableau 3.3**  
**(suite)**

<b>Laval (région de Montréal)</b>	
<b>SITUATION ANTÉRIEURE</b>	<b>PARTENARIATS CONCLUS</b>
<p><b>STL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Processus visant l'amélioration de la qualité de ses services et l'accroissement de l'achalandage et de la part modale du transport collectif.</li> <li>– Engagement de la STL dans une démarche pour offrir davantage de services à sa clientèle et fidéliser sa clientèle.</li> <li>– Existence d'un projet pilote de programme employeurs réalisé sous l'égide de l'AMT (le partenaire régional de la STL) dans la région de Montréal, bien connu des gestionnaires de la STL mais absent sur son territoire.</li> <li>– Arrivée prochaine du métro sur le territoire : 3 stations prévues pour 2007.</li> <li>– Intérêt de la STL et de la ville de Laval pour stimuler l'implantation d'un service d'autopartage sur son territoire.</li> </ul> <p><b>COMMUNAUTO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Service d'autopartage inexistant sur le territoire au début du projet. Aucun plan prévu en ce sens par Communauto avant 2007 (l'année de l'arrivée du métro à Laval).</li> <li>– Objectif d'accroître sa notoriété à l'échelle régionale et de stimuler l'inscription d'usagers dans un contexte d'implantation et de développement d'un nouveau marché.</li> <li>– Tirer profit de la collaboration proposée par la STL et la Ville de Laval pour développer une offre originale et faire connaître le service plus efficacement aux Lavallois que si Communauto avait agit seule.</li> </ul>	<p><b>Partenariat basé sur des avantages tarifaires ciblant les abonnés « non membres » uniquement et ayant fait l'objet d'une promotion destinée uniquement aux usagers de la STL</b></p> <p>Une entente sur les tarifs prévoyant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– la possibilité de s'abonner à l'autopartage sans avoir à déboursier le droit d'adhésion de 500 \$ normalement exigé, pour ceux qui s'abonnent annuellement au transport en commun.</li> <li>– contrairement à l'offre proposée à Québec et à Gatineau, aucun rabais n'est ici consenti sur le prix du titre de transport mensuel vendu aux usagers. C'est plutôt l'autopartage qui est utilisé comme prime à l'inscription.</li> <li>– c'est la STL directement qui paie à Communauto le 8 \$ par mois facturé ailleurs. Compte tenu du prix actuel des titres vendus au tarif régulier (70,50 \$ pour la CAL et 99 \$ pour la TRAM 3) le montant ainsi versé à Communauto correspond, à peu de chose près, au 10% auquel renoncent le RTC et la STO dans leurs offres respectives.</li> </ul> <p>Le statut d'abonné « non membre » a été accordé aux usagers inscrits sur la base de ce nouveau cadre. Aucune offre spécifique n'a été déployée pour les abonnés membres.</p> <p>La STL a été très pro-active dans la promotion de cette offre auprès de ses usagers.</p> <p>Visibilité accordée par la Ville de Laval sur le site des stations et par de l'affichage sur rue.</p> <p>Espaces de stationnement offerts par la Ville.</p>



## Ottawa

### SITUATION ANTÉRIEURE

#### OC TRANSPO

- Existence d'un programme d'abonnement annuel au transport en commun avec rabais de 15 %, l'EcoPass, accessible via un « programme employeur ». Limité à quelques grands employeurs de la région d'Ottawa-Carleton mais également accessible aux usagers de Vrtucar.
- Faible intérêt manifesté par la OC Transpo d'améliorer ou de valoriser par une promotion conjointe le partenariat déjà conclu avec Vrtucar.

### PARTENARIATS CONCLUS

**Partenariat basé sur des avantages tarifaires ciblant uniquement les abonnés « membres » de l'autopartage et ayant fait l'objet d'une promotion limitée aux usagers de Vrtucar.**

Une entente sur les tarifs prévoyant de donner accès à L'EcoPass aux usagers membres de Vrtucar.

Aucun progrès par rapport à l'entente pré-existante liant Vrtucar à la OC Transpo ni aucune nouvelle initiative promotionnelle n'a eu lieu durant la durée du présent projet.



## Effort promotionnel

Plusieurs activités promotionnelles ont suivi la signature des différentes ententes intervenues entre Communauto et les diverses sociétés de transport.

## à québec

- Tenue d'une conférence de presse annonçant le partenariat conclu le 16 novembre 2004 (figure 3.4).
- Au printemps 2005, lettre accompagnée d'un inséré (figure 3.3) envoyée aux 3000 abonnés du programme employeur du RTC (*L'abonne BUS*) non inscrits à Communauto pour leur offrir d'adhérer à l'autopartage dans le cadre d'une période d'essai de 4 mois (sans droit d'adhésion de 500 \$).
- Durant l'été 2005, envoi d'un prospectus par la poste (Médiaposte sans adresse) présentant l'autopartage et mentionnant la première offre d'abonnement combinée conclue avec le RTC à 77 000 ménages de la région de Québec (figure 3.5).
- À l'automne 2005, nouvel envoi (non accompagné de lettre) par le RTC de l'inséré de Communauto (figure 3.3) aux détenteurs de *L'abonne BUS* pour leur offrir d'adhérer à l'autopartage dans le cadre d'une période d'essai de 4 mois (sans droit d'adhésion de 500 \$).
- Le 8 juin 2006, communiqué de presse pour annoncer le lancement de l'offre DUO auto+bus à Québec et à Lévis.
- Vers la mi-juin 2006, envoi d'un dépliant par la poste (Médiaposte sans adresse) pour annoncer le lancement de l'offre DUO auto+bus à Québec et à Lévis à 100 000 ménages de la région de Québec (Annexe D).

**Figure 3.3**

**Inséré accompagnant la lettre envoyée par la RTC au printemps 2005 à ses 3000 usagers détenteurs de *L'abonne BUS*. Un second envoi de cet inséré (non accompagné de lettre) a eu lieu à l'automne 2005**

UNE INITIATIVE CONJOINTE DE



**communauto**

*Offre exclusive aux abonnés de **L'abonne BUS***

**Abonnement à titre d'essai à Communauto**

***L'automobile libre-service et le transport en commun : ensemble pour une mobilité durable !***

Profitez du supplément de mobilité que représente l'accès à une voiture en vous abonnant à *Communauto* à titre d'essai pendant 4 mois\*.

Une proposition avantageuse !

- Économie du droit d'adhésion remboursable de 500 \$ normalement exigé lors de l'inscription
- Profitez des mêmes tarifs que les usagers réguliers du forfait C de *Communauto*, lorsque vous utilisez une voiture
- Aucun engagement requis de votre part au-delà de 4 mois
- Frais d'inscription non remboursable limité à 20 \$ et entièrement crédité si vous vous inscrivez ensuite à *Communauto* à titre d'abonné régulier

Pour en savoir davantage : [www.communauto.com/auto+bus.html](http://www.communauto.com/auto+bus.html) • (418) 523-1788



**RTC**  
RÉSEAU DE TRANSPORT  
DE LA CAPITALE

\* Cette offre est valide une seule fois (à vie) et est limitée aux détenteurs de *L'abonne BUS*. Seules les personnes répondant aux critères d'éligibilité de *Communauto* en vigueur au moment de l'inscription peuvent s'en prévaloir.



Transports  
Canada



Transport  
Canada



Figure 3.4

Monsieur Paul Choiry, président du RTC (à droite), et Monsieur Benoît Robert, président de Communauto, scellent l'entente qui vient d'être annoncée aux médias lors de la conférence de presse du 16 novembre 2004



Figure 3.5

Prospectus mentionnant la première offre d'abonnement combinée conclue avec le RTC et annonçant l'offre à venir à Gatineau; envoyé par Communauto (Médiaposte sans adresse) à 77 000 ménages de la région de Québec, à 12 000 ménages de Gatineau et à 11 427 de Laval durant l'été 2005

**L'automobile libre-service et le transport en commun**  
Ensemble pour une mobilité durable!

Économisez sur vos dépenses de transport en commun grâce à nos offres croisées d'abonnement annuel dans les régions de Québec et de Gatineau\*.

Une proposition avantageuse!

- Économie de 10% sur le prix régulier des laissez-passer mensuels
- Paiement simplifié (automatisé)
- Fini les visites répétées chez le dépositaire

Nos partenaires:

**RTC** RÉSEAU DE TRANSPORT DE LA CAPITALE  
**STO** SOCIÉTÉ DE TRANSPORT DE LA CAPITALE

Transports Canada / Transport Canada

\* À venir. Les détails seront connus sous peu.  
Pour en savoir davantage: [www.communauto.com/auto+bus.html](http://www.communauto.com/auto+bus.html)  
Info also available in English

**Communauto c'est...**  
prononcer «comme une auto»

**... le libre-service de l'auto**  
En vous abonnant à *Communauto*, vous accédez à une flotte d'automobiles que vous pouvez réserver à l'heure ou à la journée. Ces véhicules sont localisés en plein cœur de votre quartier et sont disponibles sans délai, 24 heures sur 24.

**... moins cher que la propriété et plus souple que la location**  
*Communauto* assume tous les frais reliés au fonctionnement du service: l'administration, l'achat et le financement des véhicules, l'immatriculation, les assurances, l'entretien de routine, les réparations... et même l'essence!

**... qui offre la commodité d'une auto personnelle sans les inconvénients**  
Pourquoi vous encombrer d'un premier et, surtout, d'un deuxième véhicule quand il est possible de profiter des services que peut vous rendre une automobile sans les tracas associés à la propriété?

**... et c'est économique!**  
Selon le forfait choisi, vous pouvez avoir accès à un véhicule pour aussi peu que\*:

**1<sup>50</sup>\$** l'heure + **15 à 28¢** par km ou bien **12<sup>5</sup>\$** pour une journée de travail\*\*

\* Prix sujets à changement  
\*\* Incluant 30 h de location, 40 km et toute l'essence requise

**québec** (418) 523-1788    **montréal** (514) 842-4545    **sherbrooke** (819) 843-6654    **gatineau** (819) 595-5181

[www.communauto.com](http://www.communauto.com)



## à gatineau

- Participation à une conférence de presse lors de la journée « En ville, sans ma voiture ! » tenue à Gatineau le 22 septembre 2005 pour annoncer le partenariat conclu entre Communauto et la STO (figure 3.6) et présence d'un kiosque de Communauto à l'événement en plein air organisé pour l'occasion par la STO et la Ville de Gatineau.
- Durant l'été 2005, envoi d'un prospectus par la poste (Médiaposte sans adresse) présentant l'autopartage et mentionnant l'offre d'abonnement combinée conclue avec le RTC et celle à venir à Gatineau : envoyé à 12 000 ménages (figure 3.5).
- Durant l'hiver 2005, envoi d'un dépliant par la poste (Médiaposte sans adresse) présentant pour la première fois l'offre DUO auto+bus : envoyé à 36 000 ménages (annexe D).
- Durant l'hiver 2005, distribution par la STO de 12 000 dépliant présentant l'offre DUO auto+bus dans ses autobus et ses centres d'information (annexe D).
- En décembre 2005, les lunettes arrières de toutes les voitures de Communauto alors en service à Gatineau (8) sont maquillées pour annoncer le DUO auto+bus (figure 3.7).
- Durant l'hiver 2005, envoi par la STO à ses 3000 détenteurs de titres de transport annuel (le programme FIDÉLITÉ) de 3000 dépliant présentant l'offre DUO auto+bus (annexe D).
- Début juin 2006, envoi à nouveau d'un dépliant pour annoncer pour la seconde fois l'offre DUO auto+bus à Gatineau : distribution de 30 000 dépliant par la poste (Médiaposte sans adresse) et de 10 000 dépliant sur les autobus de la STO (annexe D).

**Figure 3.6**

**Monsieur Lawrence Cannon, alors président de la STO, annonçant le partenariat conclu entre Communauto et la STO lors de la conférence de presse tenue le 22 septembre 2005 lors de l'événement « En ville, sans ma voiture ! »**





**Figure 3.7**  
**Publicité faite sur la lunette arrière des véhicules de Communauto à compter de décembre 2005 pour supporter la promotion du DUO auto+bus**



## à laval

- En juillet 2005, distribution de 11 427 prospectus pour annoncer l'ouverture du premier point de service de Communauto prévu à Laval (la station # 110 - Aréna Cartier). Ceci, en prévision du lancement de l'offre d'abonnement combiné en collaboration avec la STL.
- Tenue d'une conférence de presse le 14 septembre 2005, à l'hôtel de ville de Laval, pour annoncer le partenariat conclu entre Communauto et la STL (figure 3.8).
- Durant le mois d'octobre 2005, distribution par la STL de 10 000 dépliants présentant l'offre dans les autobus des circuits sélectionnés (Annexe D).
- Rappelons que la Ville de Laval a installée une signalisation destinée à souligner ce partenariat dans chacune des 4 stations de Communauto ouvertes jusqu'ici sur son territoire (figure 3.1). Une affiche géante installée par la municipalité à une intersection importante (à l'angle du boul. des Laurentides et du boul. Cartier) a aussi signalé cette initiative de la Ville de Laval et de la STL durant quelques semaines (figure 3.9).



En plus de ces efforts, mentionnons que toutes ces offres ont été également promues (et continuent de l'être) sur les sites internet de chacun des partenaires impliqués.

**Figures 3.8**  
**Annnonce de l'inauguration du service à Laval**  
**lors d'une conférence de presse à l'hôtel de ville, le 14 sept. 2005**



PHOTO DE GAUCHE : Lors de la conférence de presse tenue le 14 septembre 2005, le maire Gilles Vaillancourt a évoqué la possibilité que la Ville de Laval contribue davantage au partenariat STL-Communauto en finançant le coût additionnel qu'entraînerait l'acquisition de véhicules hybrides, plus dispendieux à l'achat que la Toyota Écho au volant de laquelle il est ici photographié et qui sont normalement mises en service par Communauto.

PHOTO DE DROITE : M. Benoît Robert, président de Communauto, participe à une entrevue de style « service à l'auto » avec une journaliste de CBC-TV.

**Figure 3.9**  
**Affiche annonçant le service installée à l'angle du boul. des Laurentides et du boul. Cartier**





### 3.4 Description des partenariats conclus

Les caractéristiques des différentes ententes conclues entre Communauto ou Vrtucar et les sociétés de transport en commun (OC Transpo, RTC, STO et STL) sont résumées au tableau 3.3 (colonne de droite). Leurs conséquences de même que leurs principales implications sont présentées au tableau 3.4. Les paragraphes qui suivent décrivent, pour chacune de ces ententes, les éléments à retenir.

Précisons que les principaux objectifs de Communauto dans le cadre des discussions qui ont mené à ces offres étaient :

- de donner accès à l'abonnement annuel au transport en commun à des conditions privilégiées à sa clientèle traditionnelle composée d'abonnés qualifiés « d'abonnés membres » après avoir souscrit un droit d'adhésion remboursable de 500 \$ (voir 2.2.2 : Tarification et contrat);
- et de créer une nouvelle offre sans droit d'adhésion pour stimuler l'inscription à son service des personnes déjà abonnées ou intéressées à s'abonner annuellement au transport en commun. Le statut d'abonné « non membre » a été accordé aux usagers inscrits sur la base de ce nouveau cadre.

Ce dernier objectif a été rencontré dans toutes les ententes conclues par Communauto alors que seule l'entente conclue avec le RTC (et incidemment, la ST Lévis) respecte également la première condition. Dans le cas de l'entente liant Vrtucar à OC Transpo, seul le premier objectif a été respecté.

Même si le droit d'adhésion de 500 \$ constitue à l'unanimité des partenaires l'une des barrières à l'adhésion les plus importantes à l'autopartage et que tous souhaitaient trouver des moyens de l'éliminer dans le cadre des offres proposées, le fait de valoriser « l'abonnement membre » constituait un enjeu important pour Communauto. Ceci dans la mesure où le montant de 500 \$ ainsi obtenu permet à l'organisation de diminuer sa dépendance à l'égard des institutions financières pour assurer le financement de sa croissance tout en lui permettant de minimiser les risques de mauvaises créances. Par ailleurs, l'introduction de nouvelles offres attrayante mais ne prévoyant aucun avantage pour cette clientèle traditionnelle de Communauto pourrait avoir pour conséquence d'entraîner une certaine cannibalisation de la clientèle actuelle et de fragiliser l'organisation. Dans un marché naissant comme celui de Laval ou un marché émergeant comme celui de Gatineau, où très peu d'usagers de l'autopartage étaient présents lors du lancement de ces offres, les conséquences peuvent être considérées négligeables. Cependant, d'autres offres tarifaires devront être proposées par Communauto si des sociétés de transport opérant sur des territoires où ses usagers sont concentrés décident de conclure à leur tour des partenariats avec elle sans tenir compte de la nécessité de valoriser le statut d'abonné membre.

#### 3.4.1 RÉSEAU DE TRANSPORT DE LA CAPITALE (RTC)

L'entente initiale conclue en novembre 2004, entre Communauto et le RTC, prévoyait :

- la possibilité de s'abonner à l'autopartage à titre d'essai pendant 4 mois pour les abonnés de *L'abonne BUS* sans avoir à déboursier le droit d'adhésion de 500 \$ normalement exigé;
- de donner accès à *L'abonne BUS* aux usagers membres de Communauto.



De plus, chacun des partenaires s'engageait à promouvoir l'offre de l'autre à ses usagers.

En vertu de cette entente (annexe C), ce sont non seulement les usagers de Communauto mais aussi tous les membres de leur famille immédiate (conjoint, parents et enfants) qui ont gagné l'accès à *L'abonne BUS*. Ce programme d'abonnement annuel du RTC n'était offert jusque-là qu'à quelques gros employeurs de la région de Québec. L'existence de ce programme a permis à Communauto de profiter du précédent ainsi créé pour conclure, sans avoir à partir à zéro, une entente lui permettant d'offrir des privilèges significatifs à sa clientèle, à savoir une réduction de 10 % sur le prix d'achat de 12 laissez-passer mensuels du RTC. Les usagers sont ici facturés mensuellement à même leur état de compte de Communauto et leur laissez-passer leur est livré directement à domicile, par la poste.

En ce concerne l'offre faite par Communauto aux autres usagers de *L'abonne BUS*, celle-ci permet à ceux qui le désirent de s'inscrire à titre d'essai à Communauto pendant 4 mois. Cette offre vise à permettre à ses adhérents de goûter au service sans avoir à déboursier le droit d'adhésion de 500 \$ normalement exigée par Communauto. Seul un montant de 20 \$ (entièrement crédité si la personne s'inscrit ensuite à titre d'abonné membre de Communauto) de même qu'un dépôt remboursable de 10 \$ en échange de la clé leur donnant accès aux véhicules leur est facturé. Cet abonnement temporaire leur permet d'utiliser les véhicules aux conditions prévues au forfait C de Communauto (voir 2.2.2 : Tarification et contrat). Cette proposition a été le précurseur des ententes d'abonnement « non membre » conclues par la suite avec la STO et avec la STL et qui permettent l'élimination du droit d'adhésion de 500 \$ souhaitée par tous les intervenants.

À partir de la mi-juin 2006, à ce qui précède, a été ajoutée la possibilité, pour toute personne intéressée à s'abonner annuellement au service du RTC et à l'autopartage, de le faire de façon permanente sans avoir l'obligation de verser le droit d'adhésion de 500 \$. Ce montant a été remplacé par une mensualité de 8 \$ facturée par Communauto et dont le coût est ici presque complètement contrebalancé par le rabais de 10 % prévu dans le cadre de *L'abonne BUS*.

Cette entente est, à ce jour, la plus complète parmi celles qui ont été conclues avec les sociétés de transport, en ce sens qu'elle est la seule, jusqu'ici, qui « récompense », à la fois, les « usagers membres » de l'autopartage, ceux qui ont versé le droit d'adhésion de 500 \$, et les abonnés « non-membres » qui préfèrent à cette option la formule prévoyant une mensualité de 8 \$. Les formules d'abonnement ainsi proposées ont fait l'objet d'une campagne promotionnelle intensive conjointe (RTC, ST Lévis, Communauto) sous la signature du DUO auto + bus et ce, à partir de la mi-juin 2006. Soit trop tard, malheureusement, pour que ses retombées ne puissent être pleinement rapportées ici.

L'administration de cette entente se fait d'une manière conjointe et les tâches administratives qui en découlent sont partagées entre Communauto et le RTC. Comme un programme employeur existait préalablement au RTC, cette organisation disposait déjà d'une procédure permettant de l'insérer à l'intérieur du cadre existant. Communauto a donc agi, ici, comme une entreprise qui aurait adhéré à ce programme et doit faire parvenir à tous les mois au RTC un rapport compilant les noms de tous les nouveaux adhérents à *L'abonne BUS*, le nombre de titres qu'ils désirent recevoir, de même que les noms de ceux qui désirent se retirer du programme (soit définitivement ou dans le cadre d'une suspension temporaire) dans le respect des règles établies. Le RTC envoie ensuite les titres à



Communauto qui est responsable de les poster à ses usagers. Communauto agit comme consignataire pour les titres vendus et les facture à ses usagers au tarif régulier moins 10 % à même son propre processus de facturation.

Les contrats régissant cette entente et qui sont signés entre Communauto et les usagers qui y adhèrent sont présentés à l'annexe E.

### 3.4.2 LA SOCIÉTÉ DE TRANSPORT DE L'OUTAOUAIS (STO)

Contrairement à celui intervenu avec le RTC, le partenariat conclu ici est davantage basé sur la promotion que sur des avantages tarifaires. Le programme d'abonnement annuel avec rabais de 10 % de la STO (le programme FIDÉLITÉ) étant offert à tous les résidents de la région de Gatineau, Communauto n'a pas été en mesure, contrairement à son souhait de départ, d'obtenir d'avantages additionnels pour ses « abonnés membres » (ceux qui ont versés le droit d'adhésion de 500 \$). Cependant, afin de profiter pleinement de l'intérêt de la STO de s'impliquer dans une campagne promotionnelle conjointe, Communauto a proposé à la STO de permettre, à toute personne intéressée à s'abonner annuellement au transport en commun, de s'inscrire également (et non pas simultanément) à l'autopartage sans avoir à verser le droit d'adhésion de 500 \$. L'idée de remplacer ce montant par une mensualité de 8 \$ facturée par Communauto était ici avancée officiellement pour la première fois. Contrairement à l'offre d'abonnement à titre d'essai proposée aux usagers de *L'abonne BUS* (voir la section précédente), cette formule aura permis de mettre sur pied une offre d'abonnement permanente évitant aux adhérents de devoir verser le droit d'adhésion de 500 \$. Cet abonnement leur permet d'utiliser les véhicules aux conditions prévues au forfait C de Communauto (voir 2.2.2 : Tarification et contrat).

La STO disposant déjà de la technologie de la carte à puce pour gérer ses abonnements annuels, dans le cadre de cette entente, c'est la STO qui a continué à gérer ses titres. Communauto se charge, quant à elle, de gérer les prélèvements de la mensualité qui lui est due. C'est pourquoi nous ne pouvons parler ici, contrairement aux ententes conclues avec le RTC et la STL, d'adhésion « simultanées » aux deux services. Dans les faits, l'usagers doit, pour pouvoir profiter des deux services, signer deux contrats distincts : l'un avec la STO, pour s'inscrire au programme FIDÉLITÉ (un préalable obligatoire), et un second avec Communauto (annexe E). D'un commun accord et afin de faciliter sa mise sur pied, il a été convenu de reporter à une étape ultérieure l'implantation d'un mode de gestion centralisé de cette offre. Pour cette raison, le contrat signé par Communauto et la STO pour officialiser leur partenariat est des plus succincts et revêt plutôt le caractère d'une lettre d'intention que d'une entente formelle (annexe C).

C'est à la STO que revient le mérite d'avoir proposé l'appellation « DUO auto + bus » pour qualifier les diverses offres d'abonnement combiné mises en place par les partenaires impliqués dans ce projet. De plus, la STO a caressé pour un temps un projet très novateur qui aurait permis de mettre de l'avant une formule d'abonnement susceptible de plaire aux usagers du transport en commun qui ne sont pas nécessairement prêts à s'abonner annuellement à ce mode mais qui l'utilisent néanmoins d'une manière intensive une partie de l'année. Cette initiative aurait pu élargir de façon significative la portée de l'offre qui a finalement été déployée et permettre de contourner ainsi l'une des principales limites de l'ensemble des offres présentées. La décision a cependant été prise d'en reporter le lancement.



### 3.4.3 LA SOCIÉTÉ DE TRANSPORT DE LAVAL (STL)

Tout comme celle conclue avec le RTC, l'entente avec la Société de transport de Laval est basée sur des avantages tarifaires mais également sur un effort promotionnel surtout limité, cependant, aux usagers de la STL. De plus, comme c'est le cas à Gatineau, cette entente ne prévoit aucun avantage pour les « abonnés membres » de Communauto (ceux qui ont versé le droit d'adhésion de 500 \$).

L'offre qui a été mise de l'avant à Laval est originale à plusieurs égards. Tout d'abord, soulignons qu'ici, c'est la société de transport, soutenue en cela par la Ville de Laval, qui a pris l'initiative de la démarche et non pas l'organisme d'autopartage (une première au Canada). De plus, en s'inspirant d'un projet pilote de type « programme employeur » mis de l'avant par l'Agence métropolitaine de transport et qui prévoyait des abonnements annuels à tarifs réduits (il n'existait alors aucun programme de ce type à Laval), c'est la STL qui a pris l'initiative de proposer ce cadre pour discuter d'une éventuelle entente avec Communauto.

Parallèlement aux discussions entreprises entre Communauto et la STL pour trouver un terrain d'entente, des discussions ont eu lieu entre Communauto et la Ville de Laval pour que celle-ci offre à Communauto des espaces dans des stationnements municipaux pour lui permettre d'introduire, avec l'appui de la Ville, son service rapidement à Laval.

La formule finalement retenue par Communauto et la STL a été de créer de toutes pièces une offre d'abonnement annuel au transport en commun destinée aux personnes intéressées par l'autopartage. Cette offre prévoit qu'en s'abonnant pour un an à la STL et en s'engageant à acheter 12 titres mensuels consécutifs, à savoir la Carte Autobus Laval (CAL) de la STL ou la Carte Train Autobus Métro – Zone 3 (TRAM 3) de l'AMT, les usagers du transport en commun peuvent, en plus des services d'autobus, profiter de l'utilisation des véhicules de Communauto aux conditions prévues au forfait C (voir 2.2.2 : Tarification et contrat) et ce, sans frais supplémentaires. Le dépliant produit par la STL pour décrire cette offre la résume très simplement ainsi : « L'autobus ou le train pour vous déplacer à volonté (...) et une auto en prime ! » (annexe D).

Soulignons que c'est la STL qui a pris l'initiative de la création de cette campagne. Les principaux éléments visuels ainsi créés (code graphique, photos...) ont ensuite inspiré Communauto qui les a utilisés, avec l'accord de la STL, pour doter d'une signature commune les campagnes promotionnelles déployées par après sous le thème du « DUO auto + bus » (une idée originale de la STO) dans les autres villes (annexe D).

Les personnes inscrites dans le cadre de l'offre faite à Laval n'ont donc pas à payer le 500 \$ de droit d'adhésion normalement exigé par Communauto pour ses abonnés membres. Cependant, contrairement à l'offre proposée à Québec et à Gatineau, aucun rabais n'est ici consenti sur le prix du titre de transport mensuel vendu aux usagers. C'est plutôt l'autopartage qui est utilisé comme prime à l'inscription. Et afin de compenser Communauto pour la perte du droit d'adhésion auquel elle renonce, c'est la STL directement qui paie à Communauto le 8 \$ par mois facturé ailleurs. Compte tenu du prix actuel des titres vendus au tarif régulier (70,50 \$ pour la CAL et 99 \$ pour la TRAM 3) le montant ainsi versé à Communauto correspond, à peu de chose près, au 10 % auquel renoncent le RTC et la STO dans leurs offres respectives.



L'approche retenue par la STL est particulièrement intéressante en cela qu'elle permet de proposer un produit réellement intégré dans l'offre qui est faite des deux services. Son inconvénient, c'est que pour atteindre l'objectif de Communauto de récompenser également les abonnés membres, il aurait fallu également que la STL accepte de financer de la même manière (à raison de 8 \$ par mois ou selon une autre approche à définir...) les titres des abonnés membres de Communauto (anciens et nouveaux) qui désiraient s'abonner annuellement au transport en commun (un enjeu important pour Communauto). Cette proposition n'a pas été retenue par la STL. Celle-ci n'est pas fermée à l'idée mais elle souhaitait obtenir au préalable l'assentiment de l'AMT pour que le partage des revenus entre les titres vendus (majoritairement des TRAM 3), soit traité de manière plus équitable. En effet, jusqu'à tout récemment, c'est la STL qui supportait entièrement le versement à Communauto du 8 \$ qui lui était dû à tous les mois sur chacun des titres vendus alors qu'elle ne touchait, en vertu des règles d'attribution des recettes provenant des titres régionaux, qu'une fraction de la valeur des TRAM 3 qui étaient ainsi achetés par les adhérents à l'autopartage. Des discussions en ce sens, auxquelles a été convoqué Communauto, ont eu lieu avec l'AMT à quelques reprises en cours de projet. Une décision récente vient tout juste de permettre la résolution de ce problème.

Même si c'est le « programme employeur » qui a d'abord inspiré la STL dans sa démarche initiale auprès de Communauto, étant donné la nature de l'offre tarifaire finalement retenue, c'est le contrat de consignation plutôt qu'un contrat type de programme employeur qui a été retenu par les avocats de la STL pour servir de base à la convention signée entre les parties (annexe C).

L'administration de cette entente se fait d'une manière conjointe et les tâches administratives qui en découlent sont partagées entre Communauto et la STL. Comme aucun programme d'abonnement annuel n'existait déjà à la STL, Communauto s'est inspirée de la procédure mise en place avec le RTC pour lui proposer une solution « clé en main ». L'entreprise avait de toutes façons dû améliorer son logiciel de gestion pour être en mesure de gérer la distribution des *abonne BUS* à ses usagers de Québec. Communauto a donc pu utiliser cet outil pour être en mesure de fournir tous les rapports nécessaires à la STL pour effectuer les suivis exigés par ce nouveau partenariat, essentiellement : un rapport mensuel compilant tous les noms des nouveaux adhérents au programme d'abonnement annuel, la nature du titre qu'ils désirent recevoir (les abonnements familiaux ne sont pas possibles à la STL), de même que les noms de ceux qui désirent se retirer du programme (soit définitivement ou dans le cadre d'une suspension temporaire) dans le respect des règles établies. La STL envoie ensuite les titres à Communauto qui est responsable de les poster à ses usagers. Communauto agit comme consignataire pour les titres vendus et les facture à ses usagers au tarif régulier à même son propre processus de facturation. La STL reconnaît à Communauto, à titre de commission, un montant de 8 \$ plus taxes pour chaque titre vendu.

Le contrat régissant cette entente et qui est signé entre Communauto et les usagers qui y adhèrent est présenté à l'annexe E.



#### 3.4.4 OC TRANSPO

Tel que mentionné précédemment, OC Transpo gère un programme d'abonnement annuel auprès des grands employeurs de la région d'Ottawa-Carleton sur lequel s'est appuyée l'entente conclue avec Vrtucar depuis avril 2001. Ce programme, connu sous le nom d'EcoPass, est semblable à celui qui a été mis en place par le RTC. Le rabais consenti ici, sur le prix des titres de transport mensuels, en échange d'un abonnement annuel, est de 15 % plutôt que de 10 % à Québec et à Gatineau. L'entente liant Vrtucar et OC Transpo fonctionne, essentiellement, de la même manière que celle conclue entre Communauto et le RTC.

Contrairement à nos attentes, cet intéressant précédent n'a connu aucun nouveau développement durant la période couverte par la présente. Malgré tout, l'entente conclue entre Vrtucar et OC Transpo a été source d'inspiration. En effet, cette entente a constitué l'un des modèles dont s'est servi Communauto, dans le passé, pour amener le RTC à aller de l'avant avec une offre similaire.

#### 3.4.5 ASPECT FISCAL DES PARTENARIATS CONCLUS

La question de la gestion des taxes de vente fédérale (TPS) et provinciales (TVQ) a été au cœur de la réflexion qui a été faite au sujet des diverses ententes conclues entre Communauto et chacun de ses partenaires.

Cette question ne constituait pas un problème dans le contexte de la première entente conclue avec le RTC, en novembre 2004. En effet, dans le cadre de cette convention, Communauto ne recevait aucune commission. Les titres de transport étant exempt de taxes et ceux-ci étant simplement vendus au prix coûtant moins 10 % à ses usagers, le problème des taxes ne se posait tout simplement pas. Par contre, la question s'est posée dès lors qu'il a fallu trouver un moyen de compenser Communauto par le biais de la mensualité de 8 \$ convenue avec chacun des partenaires dans le contexte des adhésions pour les abonnés non membres, soit celui où Communauto acceptait de renoncer au droit d'adhésion qu'il percevait normalement, jusque-là, auprès de tous ses usagers.

Un titre de transport est exempt de taxe de vente en vertu de la *Loi sur la taxe d'accise* (annexe V, partie III, art. 24) pour ce qui est de la TPS et de l'article 167 de la *Loi sur la taxe de vente du Québec* pour ce qui est de la TVQ. La règle générale est que tous les biens et services sont soumis aux taxes de vente, sauf les exceptions expressément prévues par la loi. Le service offert par Communauto ne fait pas partie des exceptions prévues ni ne constitue un service public au sens des lois fiscales. Pour cette raison, il n'existe aucun moyen de lui verser une commission sans que le montant ainsi prélevé ne soit soumis aux taxes de ventes fédérale et provinciale.

L'implication de ce constat est que Communauto a été dans l'obligation d'ajouter les deux taxes au montant de 8 \$ additionné au coût des titres de transport vendus aux usagers non membres adhérant à l'offre mise de l'avant à Gatineau et à Québec, ce qui a eu pour effet d'en gonfler le coût de 15 %. Ceci constitue un réel handicap alors que l'élasticité-prix de la demande pour ce type d'offre peut être considérée comme très élevée.

À Laval, compte tenu de la formule retenue, c'est la STL qui a dû absorber un coût additionnel à la



suite du traitement des taxes. En effet, ici, il était considéré essentiel par la STL, pour ne pas en limiter l'attrait, de faire en sorte que le prix des titres vendus dans le cadre de l'offre d'abonnement combiné soit le même que leur prix régulier. Pour y parvenir sans amputer la commission convenue, la STL se doit de reconnaître à Communauto, à titre de commission, un montant de 8 \$ plus taxes pour chaque titre vendu. Cela dit, la STL peut, dans les conditions actuelles, profiter d'une exemption prévue à la Loi fédérale pour se faire rembourser la TPS payée. Elle ne peut cependant en faire autant pour la taxe de vente provinciale qui reste, pour le moment, entièrement à sa charge.

Afin de valider les approches retenues et dans l'espoir de trouver d'autres pistes de solution, un fiscaliste, en la personne de M<sup>e</sup> Richard Guay, a été consulté à l'initiative de Communauto, le 5 avril 2006. Cette démarche n'a fait que confirmer les constats déjà faits et mis en évidence que seuls des amendements aux lois fiscales canadienne et québécoise permettraient d'éliminer le handicap entraîné par les règles présentement en vigueur.



**Tableau 3.4**  
**Conséquences et implications des ententes conclues entre Communauto ou Vrtucar**  
**et les sociétés de transport**

	<b>OTTAWA</b>	<b>QUÉBEC</b> (déc. 2004)
<b>Nature de l'entente</b>	Partenariat basé sur des avantages tarifaires ciblant uniquement les abonnés « membres » de l'autopartage	Partenariat conclu en deux étapes  Étape 1 : partenariat basé sur des avantages tarifaires ciblant les abonnés « membres » et création d'une offre d'abonnement à l'essai
<b>Avantages pour les abonnés annuels du transport en commun (TC)</b>	Aucun	Période d'essai de l'autopartage (4 mois gratuits à Communauto).
<b>Avantages pour les abonnés « membres » de l'autopartage</b>	Rabais de 15 % sur le prix régulier de l'abonnement annuel	Rabais de 10 % sur le prix régulier de l'abonnement annuel
<b>Avantages pour les non abonnés (ni au TC, ni à Communauto)</b>	Peuvent s'abonner à l'autopartage s'ils désirent profiter d'une réduction de 15 % sur le prix régulier de l'abonnement annuel du TC	Peuvent s'abonner à l'autopartage s'ils désirent profiter d'une réduction de 10 % sur le prix régulier de l'abonnement annuel du TC
<b>Administration</b>	Vrtucar : <ul style="list-style-type: none"> <li>– Distribue et facture les laissez-passer</li> <li>– Gère les abonnements au TC</li> </ul>	Communauto : <ul style="list-style-type: none"> <li>– Distribue et facture les laissez-passer</li> <li>– Gère les abonnements au TC</li> </ul>



N. B.

Ce tableau s'étale sur 2 pages, l'une à gauche, l'autre à droite et se prolonge, de haut en bas, sur deux autres pages, donc sur quatre pages en tout

GATINEAU	LAVAL	QUÉBEC (juin 2006)
<p>Partenariat basé sur la promotion davantage que sur des avantages tarifaires.</p> <p>Une nouvelle offre ciblant les abonnés non membres uniquement a été développée</p>	<p>Partenariat basé sur des avantages tarifaires</p> <p>Une nouvelle offre ciblant les abonnés non membres uniquement a été développée</p>	<p>Partenariat conclu en deux étapes</p> <p>Étape 2 : partenariat basé sur des avantages tarifaires ciblant autant les abonnés « membres » que les non membres</p>
<p>Remplacement de la somme initiale de 535 \$ * requise par Communauto par un versement de 8 \$/mois payé par l'abonné</p>	<p>Remplacement de la somme initiale de 535 \$ * requise par Communauto par un engagement à acheter 12 titres de transport mensuels consécutifs (8 \$/mois) payé à Communauto par la STL</p>	<p>Remplacement de la somme initiale de 535 \$ * requise par Communauto par un versement de 8 \$/mois payé par l'abonné. Le coût de cette mensualité est presque entièrement compensé par la réduction de 10 % accordée par le RTC sur les coûts des laissez-passer</p>
<p>Aucun : l'accès à l'abonnement annuel est offert à tous</p>	<p>Aucun</p>	<p>Rabais de 10 % sur le prix régulier de l'abonnement annuel</p>
<p>Peuvent s'inscrire au TC s'ils désirent s'inscrire à l'autopartage sans verser la somme initiale de 535 \$ * habituellement requise par Communauto</p>	<p>Accès privilégié à l'autopartage s'ils s'abonnent au transport en commun</p>	<p>Peuvent s'inscrire au TC s'ils désirent s'inscrire à l'autopartage sans verser la somme initiale de 535 \$ * habituellement requise par Communauto</p> <p>Ont aussi accès, au choix, à l'abonnement « membre » qui permet de maximiser l'économie réalisée sur l'abonnement à l'autopartage et au TC</p>
<p>STO :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facture les laissez-passer (cartes à puce)</li> <li>- Gère les abonnements au TC</li> </ul> <p>Communauto :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facture la mensualité de 8 \$</li> </ul>	<p>Communauto :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Distribue et facture les laissez-passer</li> <li>- Gère les abonnements au TC</li> </ul>	<p>Communauto :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Distribue et facture les laissez-passer</li> <li>- Gère les abonnements au TC</li> </ul>

\* Ce montant inclut le droit d'adhésion de 500 \$ de même que les frais d'inscription au forfait C de Communauto (35 \$) qui sont également inclus dans l'offre.



**Tableau 3.4**  
**(suite)**

	<b>OTTAWA</b>	<b>QUÉBEC (déc. 2004)</b>
<b>Promotion</b>	<p>Restreinte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Adressée aux usagers de Vrtucar</li> </ul>	<p>Importante, qui s'adresse :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· au grand public par le service d'autopartage</li> <li>· aux abonnés annuels du TC par la société de transport</li> <li>· aux usagers de Communauto</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Visibilité donnée à l'autopartage grâce à l'association avec le TC</li> <li>– Visibilité donnée au TC grâce à la campagne de promotion faite par le service d'autopartage et à la nouveauté de la formule</li> </ul>
<b>Conditions de réussite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Existence d'un programme d'abonnement annuel au TC ou de la volonté d'en implanter un</li> <li>– Capacité de la compagnie d'autopartage d'administrer ce programme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Existence d'un programme d'abonnement annuel au TC ou de la volonté d'en implanter un</li> <li>– Capacité de la compagnie d'autopartage d'administrer ce programme</li> <li>– Promotion à grande échelle</li> </ul>
<b>Limites et contraintes</b>	<p>Absence d'offre pour les abonnés non-membres de l'autopartage</p> <p>Absence d'offre pour les usagers du TC qui désirent s'abonner pour moins d'un an</p> <p>Taille limitée du service d'autopartage et capacité réduite de faire une promotion à grande échelle</p>	<p>Absence d'offre pour les abonnés non-membres de l'autopartage</p> <p>Absence d'offre pour les usagers du TC qui désirent s'abonner pour moins d'un an</p>



N. B.

Ce tableau s'étale sur 2 pages, l'une à gauche, l'autre à droite et se prolonge, de haut en bas, sur deux autres pages, donc sur quatre pages en tout

GATINEAU	LAVAL	QUÉBEC (juin 2006)
<p>Importante, qui s'adresse :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· au grand public par le service d'autopartage. Campagne « DUO auto+bus »</li> <li>· aux abonnés annuels du TC par la société de transport</li> <li>· aux usagers du TC par la société de transport sur les autobus et dans les centres d'information</li> </ul> <p>– Visibilité donnée à l'autopartage grâce à l'association avec le TC</p> <p>– Visibilité donnée au TC grâce à la campagne de promotion faite par le service d'autopartage et à la nouveauté de la formule</p>	<p>Modérée, qui s'adresse :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· au grand public par le service d'autopartage</li> <li>· aux usagers du TC par la société de transport sur les autobus et dans les centres d'information</li> </ul> <p>– Visibilité donnée à l'autopartage grâce à l'association avec le TC et à l'affichage réalisé par la Ville de Laval</p> <p>– Visibilité donnée au TC grâce à la campagne de promotion faite par la STL et à la nouveauté de la formule</p>	<p>Importante, qui s'adresse :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· au grand public par le service d'autopartage. Campagne « DUO auto+bus »</li> <li>· aux usagers de Communauto</li> </ul> <p>– Visibilité donnée à l'autopartage grâce à l'association avec le TC</p> <p>– Visibilité donnée au TC grâce à la campagne de promotion faite par le service d'autopartage et à la nouveauté de la formule</p>
<p>– Existence d'un programme d'abonnement annuel au TC ou de la volonté d'en implanter un</p> <p>– Capacité de la compagnie d'autopartage d'administrer ce programme</p> <p>– Promotion à grande échelle</p> <p>– Capacité et/ou volonté de la compagnie d'autopartage d'éliminer la contrainte liée au versement du droit d'adhésion exigé lors de l'adhésion au service</p>	<p>– Existence d'un programme d'abonnement annuel au TC ou de la volonté d'en implanter un</p> <p>– Capacité de la compagnie d'autopartage d'administrer ce programme</p> <p>– Promotion à grande échelle</p> <p>– Capacité et/ou volonté de la compagnie d'autopartage d'éliminer la contrainte liée au versement du droit d'adhésion exigé lors de l'adhésion au service</p>	<p>– Existence d'un programme d'abonnement annuel au TC ou de la volonté d'en implanter un</p> <p>– Capacité de la compagnie d'autopartage d'administrer ce programme</p> <p>– Promotion à grande échelle</p> <p>– Capacité et/ou volonté de la compagnie d'autopartage d'éliminer la contrainte liée au versement du droit d'adhésion exigé lors de l'adhésion au service</p>
<p>Absence d'offre pour les abonnés « membres » de l'autopartage</p> <p>Absence d'offre pour les usagers du TC qui désirent s'abonner pour moins d'un an</p>	<p>Absence d'offre pour les abonnés « membres » de l'autopartage</p> <p>Absence d'offre pour les usagers du TC qui désirent s'abonner pour moins d'un an</p>	<p>Absence d'offre pour les usagers du TC qui désirent s'abonner pour moins d'un an</p>



### 3.5 Impacts des ententes

Outre leurs aspects matériels et organisationnels, la mise en place de partenariats entre des sociétés de transport en commun et des entreprises d'autopartage soulève inévitablement plusieurs enjeux et questions, notamment :

- est-ce que les deux partenaires retireront un bénéfice de ces initiatives ?
- est-ce que le bilan sera suffisamment important pour justifier les efforts investis ?
- existe-t-il des effets pervers à ce type d'entente ?
- quelles sont les stratégies (ou les offres) gagnantes ?

Afin de répondre aux deux premières questions, nous avons évalué ci-après les retombées des trois ententes conclues entre Communauto et les trois sociétés de transport impliquées dans celles-ci, soit le RTC, la STO et la STL. La synthèse qui suit, nous permettra ensuite de répondre aux deux autres questions.

Il importe ici de souligner le caractère préliminaire des données recueillies. En effet, les exigences imposées par l'échéancier du présent projet ont fait en sorte qu'il s'est écoulé très peu de temps entre la mise en place de ces ententes (à l'exception de la première entente conclue avec le RTC) et le moment où il nous a fallu recueillir les données nécessaires pour en documenter les retombées. Cela dit, bien que les résultats soient modestes en termes de nombre absolu, surtout dans les marchés émergents de Laval et de Gatineau, les tendances observées sont des plus significatives. L'exercice nous a donc permis d'en tirer des conclusions et, tel que souhaité initialement, d'en déduire un certain nombre de recommandations.

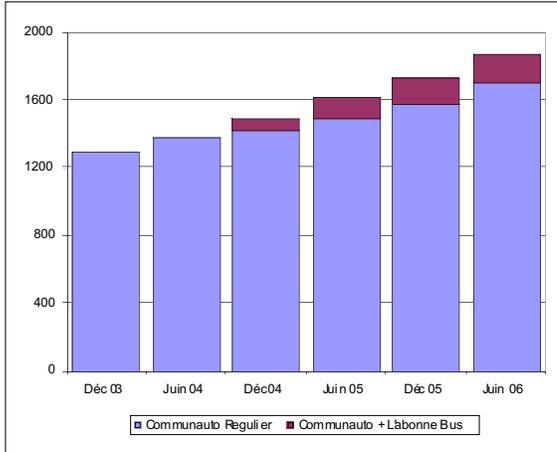
#### 3.5.1 IMPACT SUR LE NOMBRE D'ABONNEMENTS AU SERVICE D'AUTOPARTAGE

Le premier critère retenu pour évaluer l'impact des divers partenariats réalisés est de tenter de quantifier l'influence des ententes intervenues sur la croissance du nombre d'adhérents à l'autopartage et d'observer la proportion des usagers ayant profité de ces offres. Le résultat de cette évolution pour les régions de Québec, Gatineau et Laval est présenté à la figure 3.10. Toutes les données considérées ont été mises à jour en date du 30 juin 2006.

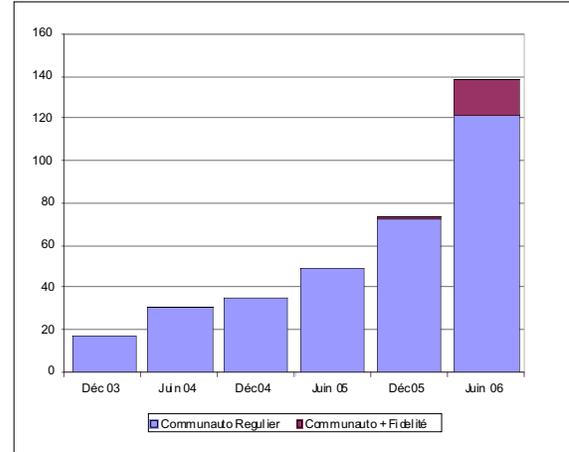


**Figure 3.10**  
**Évolution du nombre des abonnés de Communauto à Québec, à Gatineau et à Laval**  
**et du nombre de ceux qui se sont prévalus de l'offre d'abonnement combiné**

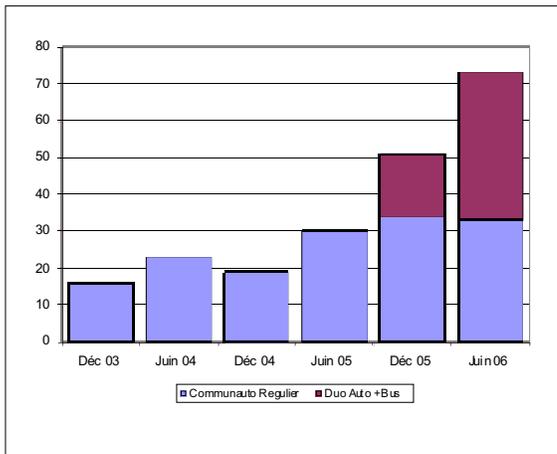
a) Québec



b) Gatineau



c) Laval



Source : Communauto 2006

Dans le but de commenter ces résultats, et afin de les situer dans leurs contextes respectifs, il importe de définir les différentes catégories de clientèles potentielles visées par les diverses ententes intervenues en tenant compte du support promotionnel dont elles ont bénéficié. Celles-ci sont résumées dans le tableau 3.5.

### À Québec

Pour Québec, l'entente ici évaluée correspond, essentiellement, à la première entente conclue avec le RTC. La seconde entente n'ayant été lancée qu'à la mi-juin 2006, seulement 14 personnes ont eu le temps de s'en prévaloir durant la période de référence (pour des données plus récentes révisées lors des mises à jour subséquentes de ce rapport, voir le tableau 3.7).



La clientèle cible visée par cette première entente était notamment constituée des portions « B » et « C » du tableau 3.5, à savoir, parmi les quelque 1 711 usagers de Communauto à Québec (en juin 2006) ceux qui pourraient, potentiellement être intéressés par un abonnement annuel au transport en commun (la portion « B » du tableau), de même que, parmi les quelque 4 000 adhérents de *L'abonne BUS* (en date de juin 2006), ceux qui seraient susceptibles de se laisser séduire par l'autopartage (la portion « C » du tableau). La campagne promotionnelle réalisée pour supporter cette offre, au cours de l'été 2005, a été adressée à 77 000 ménages de la région de Québec (figure 3.5). Elle visait donc également la population en général, soit la portion « D » du tableau.

L'offre proposée ne prévoyait alors aucune forme d'abonnement sans droit d'adhésion de 500 \$. Malgré tout, les données présentées à la figure 3.10 a montrent une réelle progression, durant la période considérée, et du nombre d'usagers de Communauto et de la proportion relative des usagers de Communauto également abonnés à *L'abonne BUS*. En nombre absolu cela représentait 169 usagers sur un total de 1 711 en juin 2006, soit 10 % de l'ensemble des abonnés de Communauto à Québec (figure 3.11).

Pour ce qui est de savoir si ces personnes auraient malgré tout adhéré à l'autopartage en absence de l'offre de mobilité combinée, la réponse nous est fournie par les résultats du sondage 2006 réalisé par Communauto auprès de ses usagers ayant adhéré à *L'abonne BUS* (tableau 3.6 et annexe B). On constate à la figure 3.12 que 91 % des répondants abonnés à l'offre de mobilité combinée à Québec auraient tout de même adhéré à Communauto s'ils n'avaient pas eu accès à cette offre. Ce pourcentage descend à 78 % pour ceux qui auraient tout de même souscrit à l'abonnement au transport en commun sans l'accès à l'autopartage. Ainsi, si l'on considère uniquement cette donnée, c'est le transport en commun qui retire apparemment ici le maximum d'avantages de l'offre combinée : en effet, entre 10 et 21 % des nouveaux abonnés de Québec (selon que l'on considère ou non les « indécis ») ne se seraient pas abonnés au transport en commun seul, c'est-à-dire sans le volet autopartage. Cette donnée masque cependant le fait que l'autopartage a très certainement gagné en notoriété dans le cadre de cette initiative, ce qui ne peut que lui apporter des bénéfices additionnels à plus long terme. L'important ici n'est certes pas de déclarer un vainqueur mais bien de reconnaître que les 169 personnes qui s'étaient, à cette date, déjà prévaluées de cette offre en ont retiré des avantages indéniables en économisant sur le prix de leurs titres de transport. Cette réalité est perceptible dans les résultats présentés à la figure 3.13 où l'on apprend que pour quelque 70 % des membres de Communauto ayant adhéré à l'offre combinée à Québec (total des « oui » et des « plutôt oui »), l'accessibilité à l'offre combinée avec le transport en commun « augmente l'intérêt d'être inscrit à Communauto ». Dans le cadre de cette consultation, nous apprenons également que 44 % de ces personnes affirment que cette opportunité pourrait éventuellement « retarder leur décision de quitter le service d'autopartage ». Cependant, seulement 6 % de ces personnes mettraient fin à leur abonnement chez Communauto si le privilège de pouvoir adhérer à *L'abonne BUS* leur était retirée. Cette donnée peut être considérée comme plutôt rassurante car c'était là justement l'une des craintes de Communauto que de voir sa base de clientèle fragilisée si sa croissance devenait dans l'avenir trop dépendante d'offres extérieures reposant sur la bonne volonté de partenaires sur lesquels son influence est limitée. Ces résultats démontrent que l'autopartage peut ici profiter de ce type de partenariat sans risquer la catastrophe si jamais une société de transport venait à s'en désintéresser.



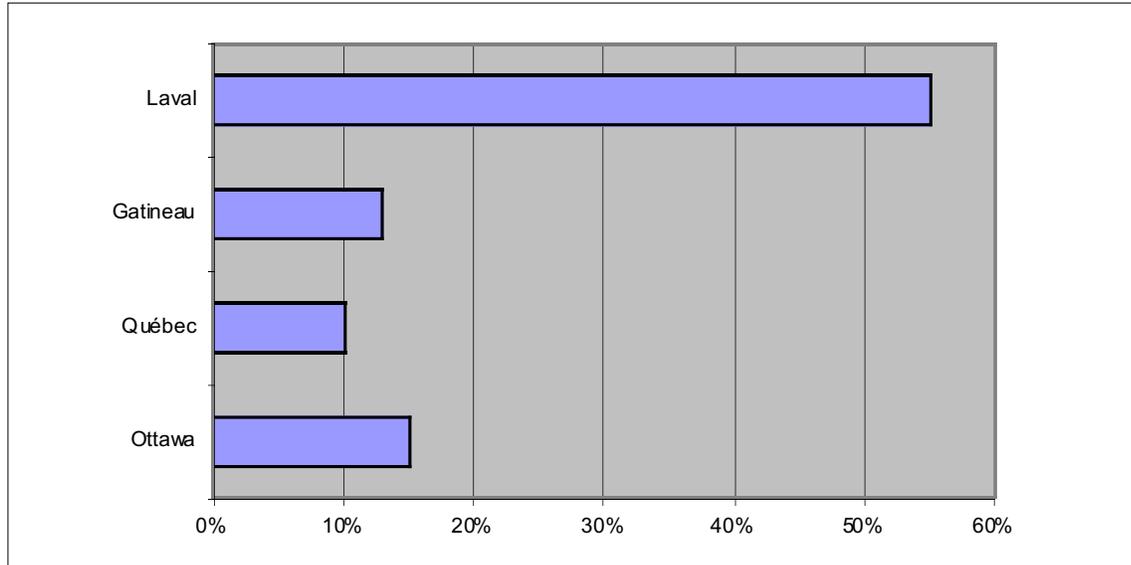
En ce qui concerne l'offre d'abonnement à titre d'essai qui s'adressait spécifiquement aux adhérents de *L'abonne BUS*, 40 personnes, sur une possibilité de 4 000, s'en sont prévaluées en date du 30 juin 2006, soit 1 % du total théorique. Cependant, il faut considérer ici que le bassin d'adhérents potentiels était en réalité beaucoup plus restreint, la plupart de ces personnes habitant dans des secteurs non desservis par l'autopartage. Fait intéressant, cependant, le taux de rétention de ces usagers, à l'issue de leur période d'essai, est de l'ordre de 50 %.

**Tableau 3.5**  
**Caractéristiques et/ou enjeux associés aux clientèles cibles potentielles d'une offre d'abonnement combinée**

	Personnes déjà abonnées au transport en commun	Usagers actuels ou potentiels du transport en commun
<b>Personnes déjà membres d'un service d'autopartage</b>	<p style="text-align: center;"><b>A</b></p> <p>Clientèle déjà acquise aux deux services</p>	<p style="text-align: center;"><b>B</b></p> <p>Pas nécessairement intéressées par l'achat de 12 titres mensuels par année</p>
<b>Personnes potentiellement intéressées à s'inscrire à un service d'autopartage</b>	<p style="text-align: center;"><b>C</b></p> <p>Besoin de combattre la méconnaissance du service d'autopartage, voire l'ignorance même de l'existence de ce service</p> <p>Un bassin plus grand d'intéressés sera rejoint si l'offre présentée permet de faire tomber les barrières existantes à l'adhésion (par exemple, le droit d'adhésion 500 \$)</p>	<p style="text-align: center;"><b>D</b></p> <p>Le plus important bassin, par le nombre, de nouveaux clients potentiels; peuvent se laisser séduire selon leur appréciation des avantages consentis, par une offre d'abonnement combinée, mais, ici également :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ces personnes ne sont pas nécessairement intéressées par l'achat de 12 titres mensuels par année</li> <li>– besoin de combattre la méconnaissance du service d'autopartage, voire l'ignorance même de l'existence de ce service</li> <li>– un bassin plus grand d'intéressés sera rejoint si l'offre présentée permet de faire tomber les barrières existantes à l'adhésion (par exemple, le droit d'adhésion 500 \$)</li> </ul>



**Figure 3.11**  
**Proportion des adhérents de Communauto inscrits**  
**dans le cadre des offres de mobilité combinée offertes**



	OTTAWA (mai 2005)	QUÉBEC (juin 2006)	GATINEAU (juin 2006)	LAVAL (juin 2006)
<b>Membres du service d'autopartage</b>	422	1711	139	73
<b>Abonnés à l'offre combinée</b>	63	169	18	40
<b>%</b>	15 %	10 %	13 %	55 %

Source : Communauto 2006



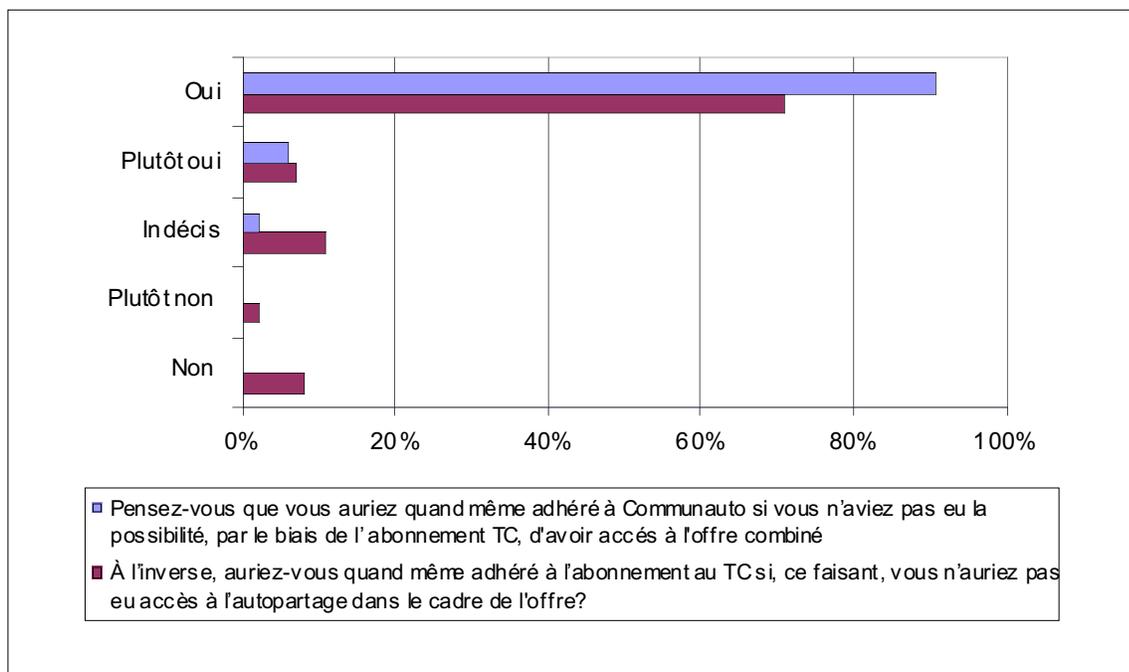
**Tableau 3.6**  
**Sondages et entrevues réalisés par Communauto et Vrtucar en 2006 pour mesurer**  
**l'intérêt des clientèles visées pour différents aspects des offres d'abonnement combiné**  
**et pour le service d'autopartage (annexe A)**

OTTAWA	QUÉBEC	GATINEAU	MONTRÉAL/LAVAL
Sondage postal adressé à tous les usagers*  N = 190 répondants sur environ 400	Sondage postal adressé à tous les usagers*  N = 141 répondants sur environ 1500 usagers	Sondage téléphonique adressé aux usagers* qui n'ont pas adhéré à l'offre DUO auto+bus  N = 56 répondants sur 77	Sondage postal adressé à tous les usagers*  N = 1039 répondants sur environ 6000
	Sondage web et postal adressé aux usagers qui ont adhéré à <i>L'abonne BUS</i>  N= 105 répondants sur 158 dont 22 inscrits par l'intermédiaire de leur employeur	Sondage téléphonique adressé aux usagers qui ont adhéré à l'offre DUO auto+bus (en avril 2006)  N = 7 répondants sur 8	Entrevues avec tous les usagers qui ont adhéré à l'offre d'abonnement combiné pour connaître le nombre de titres de transport qu'ils achetaient annuellement avant de s'inscrire annuellement au transport en commun
	Entrevues avec tous les adhérents de <i>L'abonne BUS</i> pour connaître le nombre de titres de transports qu'ils achetaient annuellement avant de s'inscrire à <i>L'abonne BUS</i>	Sondage téléphonique adressé aux usagers du programme FIDÉLITÉ de la STO non inscrits à Communauto mais habitant dans le secteur desservi par l'autopartage  N = 99 répondants sur 253	
	Sondage téléphonique adressé aux abonnés à titre d'essai non désistés  N = 19 répondants dont 13 s'étaient déjà inscrits comme « abonné membre »	Entrevues avec tous les usagers qui ont adhéré à l'offre DUO auto+bus pour connaître le nombre de titres de transport qu'ils achetaient annuellement avant de s'inscrire au programme FIDÉLITÉ	
	Sondage téléphonique adressé aux abonnés à titre d'essai désistés  N = 12 répondants sur 15		

\*Conjoints et abonnés corporatifs exclus

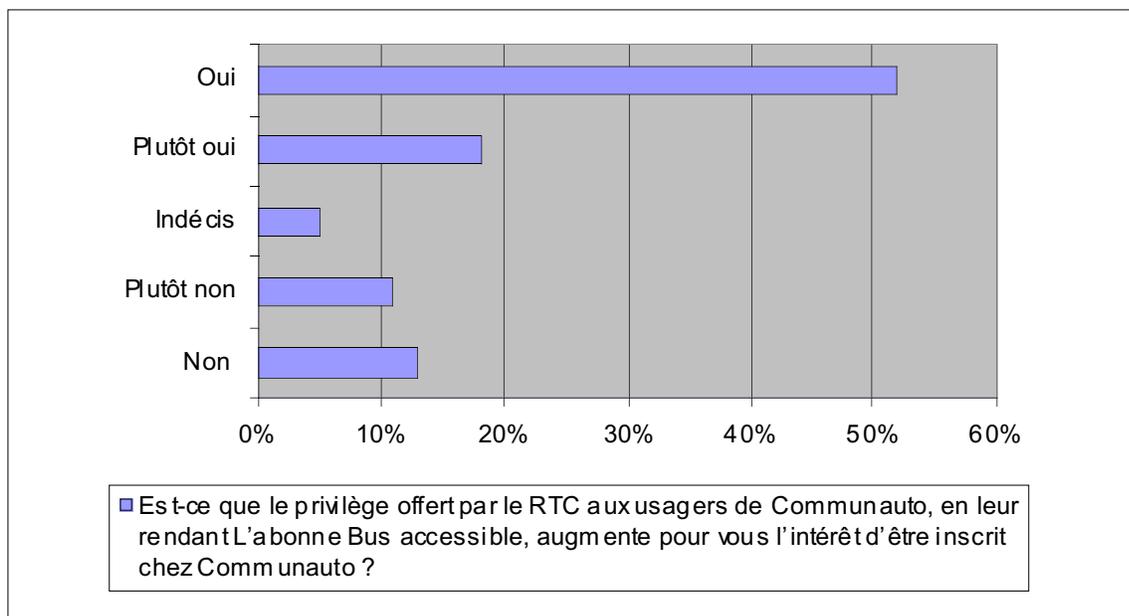


**Figure 3.12**  
**Intérêt relatif pour l'autopartage et le transport en commun des usagers de Communauto qui se sont inscrits à L'abonne BUS (Québec)**



Source : Sondage 2006 auprès des membres de Communauto qui ont adhéré à L'abonne BUS

**Figure 3.13**  
**Intérêt pour l'autopartage lié à l'offre du RTC à Québec**



Source : Sondage 2006 auprès des membres de Communauto qui ont adhéré à L'abonne Bus



## à gatineau

À Gatineau, la clientèle cible visée par l'entente ici évaluée était, essentiellement, constituée des portions « C » et « D » du tableau 3.5. Soit les quelque 253 usagers de la STO abonnés au programme FIDÉLITÉ résidant dans les secteurs desservis par Communauto (la portion « C » du tableau), de même que la population en général résidant dans les mêmes limites (la portion « D » du tableau). Aucune offre présentant des avantages spécifiques n'était destinée ici aux personnes déjà inscrites à l'autopartage ou potentiellement intéressées par l'offre d'abonnement « membre » offerte par Communauto. Paradoxalement, compte tenu de la nature de l'entente conclue avec la STO, c'est néanmoins la formule d'abonnement « membre » additionnée à un abonnement indépendant au programme FIDÉLITÉ qui constituait le choix le plus économique.

Le dépliant distribué à deux reprises à quelque 40 000 ou 50 000 exemplaires à chaque fois, en cours de projet (à la fin de 2005 et au début de juin 2006), a été conçu dans le but de tenter de tirer le meilleur parti de cette situation tout en misant sur une seconde offre d'abonnement ne comportant pas la barrière du droit d'adhésion de 500 \$ (annexe D). Ceci s'est traduit par une promotion à la fois de l'autopartage et du programme FIDÉLITÉ, le tout présenté sous l'étiquette rassembleuse du « DUO auto+bus ».

Le résultat n'a pas été vain. On est à même de constater à la figure 3.10 b, que la clientèle de l'autopartage a près de doublé depuis la mise en service de l'offre d'abonnement combiné avec la STO, en décembre 2005 (la progression est de + 88 %). Cette progression constitue un énorme progrès par rapport à celle enregistrée dans le passé. C'est donc dire que l'autopartage a largement profité ici de la notoriété conférée par son association, ne serait-ce que dans le cadre d'une campagne promotionnelle conjointe, avec la STO. L'influence de ce facteur, qui était plus difficile à déceler dans un marché comme celui de Québec où l'autopartage est présente depuis longtemps et où le nombre d'usagers est déjà important, ressort beaucoup plus clairement dans le contexte d'un marché émergent où beaucoup reste à faire pour recruter des adhérents.

Ce constat est d'autant plus probable qu'entre avril 2004 et juin 2005, près de 36 000 dépliants avaient déjà été distribués par Communauto en trois vagues à peu près équivalentes et ce, sans le support de la STO (soit en avril 2004, en juillet 2004 et en juin 2005). Or, durant cette période, l'accroissement net de la clientèle n'a été que de + 23 usagers comparativement à + 80 entre décembre 2005 et juin 2006.

Le nombre total d'adhérents à l'offre d'abonnement combiné à Gatineau dans le cadre de la formule d'abonnement « non membre » proposée par Communauto atteignait, en juin 2006, 18 adhérents, soit 13 % de la clientèle totale de l'autopartage dans cette ville (figure 3.11). Malgré le petit nombre de personnes considérées, ce résultat est tout de même proportionnellement significatif et démontre l'intérêt pour une forme d'abonnement permettant d'éviter le versement du droit d'adhésion de 500 \$. Ceci d'autant plus qu'à cause de la gestion indépendante qui est faite ici des abonnements à l'autopartage et des abonnements au programme FIDÉLITÉ, il n'est habituellement pas possible de connaître précisément le nombre total des usagers de Communauto qui sont inscrits au programme



FIDÉLITÉ. En effet, les usagers « membres » de Communauto n'ont aucun intérêt ici à déclarer cette situation à Communauto. Le sondage téléphonique réalisé par Communauto auprès de ces usagers en mars 2006 (tableau 3.6) a cependant révélé que 5 % de ceux-ci se prévalaient alors de cette offre, ce qui porterait, si on les additionne, à 17 % le nombre total des usagers de Communauto à Gatineau qui sont également des adhérents du programme FIDÉLITÉ.

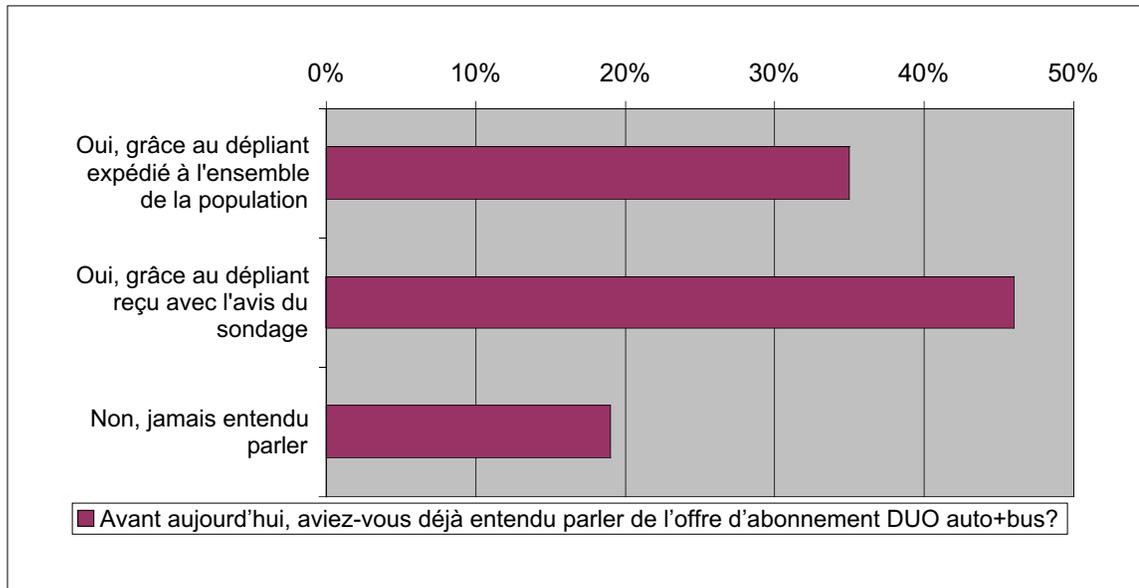
Dans un effort visant à mieux connaître le potentiel de marché de même que les caractéristiques de ces offres susceptibles de plaire à une clientèle cible non encore inscrite à l'autopartage, un sondage a également été réalisé à Gatineau, en février 2006, avec l'appui de la STO auprès de ses abonnés au programme Fidélité résidant dans le territoire desservi par Communauto mais non encore inscrits à l'autopartage, soit 253 personnes (tableau 3.6 et annexe B). De ce nombre, 99 personnes ont accepté de participer à cette enquête réalisée par téléphone.

Parmi ces répondants, 13 % affirment, sur une échelle de probabilité sur 10 qu'ils adhéreront probablement (9 ou 10 sur 10) ou presque certainement (7 ou 8 sur 10) à l'autopartage dans les prochains 24 mois. Aussi, 85 % des abonnés au transport en commun de Gatineau interrogés affirment que le remplacement des droits d'adhésion de 500 \$ par des frais mensuels de 8 \$ constitue à leurs yeux « un avantage significatif et incitatif ». Ces résultats sont encourageants si l'on considère que la STO comptait à ce moment, au total, environ 3 000 abonnés FIDÉLITÉ et que ce nombre est en croissance. Ces clients pourront être courtisés plus activement par Communauto dans l'avenir avec l'accroissement de son territoire de desserte.

Ce sondage confirme, par ailleurs, que l'autopartage tire grandement profit, en termes de visibilité, de son association avec la STO dans le cadre de la campagne DUO auto + bus, du moins auprès des usagers les plus fidèles de la STO. En effet, l'on peut constater à la figure 3.14 que 35 % des répondants interrogés avaient déjà entendu parlé de cette offre avant de recevoir à nouveau le dépliant accompagnant l'avis de la STO leur annonçant la tenue de ce sondage (afin d'augmenter le taux de réponse, la STO avait accepté de prévenir ses usagers qu'ils allaient recevoir l'appel d'un enquêteur). Ce qui est tout de même important si l'on considère qu'à ce moment le dépliant n'avait été distribué qu'une seule fois. Au total, 45 % des répondants ont pris connaissance de cette offre au moment de recevoir la lettre personnalisée envoyée par la STO. De fait, à la suite de ces deux envois (la distribution initiale du dépliant sur l'ensemble du territoire, suivi par la lettre de la STO, seuls 19 % des répondants n'avaient pris connaissance ni de l'un ni de l'autre au moment de recevoir l'appel d'un enquêteur.



Figure 3.14  
Connaissance de l'offre DUO auto+bus à Gatineau



Source : sondage 2006 auprès des membres de Communauto qui ont adhéré à FIDÉLITÉ

## à laval

À Laval, tout comme à Gatineau, la clientèle cible visée par l'entente ici évaluée était également constituée des portions « C » et « D » du tableau 3.5. Aucune offre présentant des avantages spécifiques n'était destinée ici aux personnes déjà inscrites à l'autopartage ou potentiellement intéressées par l'offre d'abonnement « membre » offerte par Communauto. Cependant, si on compare celle-ci aux offres faites à Gatineau et à Québec, l'offre présentée aux Lavallois peut être perçue comme encore plus attrayante pour un utilisateur intensif du transport en commun dans la mesure où son coût est entièrement camouflé dans celui du titre de transport en commun qui lui est vendu. Tout ce qui change c'est l'obligation contractuelle qu'il acquiert d'en acheter au moins 12 dans la prochaine année.

Cela dit, compte tenu du fait que Communauto était ici en territoire pratiquement vierge, que malgré l'ouverture rapide d'une première station de véhicules en août 2004, il a fallu un certain temps pour développer un embryon de réseau et que la promotion n'a été surtout ciblée, jusqu'ici, que sur les usagers d'un nombre limité de circuits d'autobus, les résultats obtenus à ce jour, en nombre absolu, sont plutôt modestes. Par contre, en termes de proportion, le gain réalisé est des plus significatifs : la clientèle a plus que doublé en un an, passant d'une trentaine d'usagers extrêmement éparpillés sur le territoire à 73 usagers (figure 3.10 c).

C'est également à Laval qu'on observe la plus forte proportion d'adhérents s'étant prévalus de l'offre d'abonnement combiné, soit 55 % alors que cette proportion varie entre 10 % et 15 % dans les autres villes où des ententes de partenariats ont été conclues (figure 3.11). Ceci s'explique très certainement par la nature de l'offre qui a été faite et par la stratégie de promotion retenue.



Compte tenu de la taille de la population présente à Laval, du nombre d'usagers au transport en commun et des efforts promotionnels utilisés, somme toute, jusqu'ici, limités, si on les compare aux efforts investis à Québec et à Gatineau, ces résultats quant aux perspectives de développement à Laval sont des plus intéressants. Et ceci, en dépit de la faible densité de la population et de la forte motorisation des ménages. Cela dit, il faudra maintenir les efforts dans l'avenir pour permettre à ce marché de se matérialiser tout comme ce fut le cas à Québec, il y a 12 ans, et à Montréal, il y a 11 ans. On sait que le marché de l'autopartage, surtout à ses débuts, est souvent relativement long à se matérialiser. Ce qui, dans le monde, a fait échouer de nombreuses tentatives d'implantation, victimes de l'empressement de leurs initiateurs. Or, l'on part ici avec une longueur d'avance dans la mesure où il est possible d'espérer, si le partenariat conclu avec la STL de même que l'appui de la ville de Laval sont maintenus, que le service gagnera rapidement en notoriété. Ceci, sans compter la capacité de Communauto d'investir dans la promotion qui est sans commune mesure avec ce qu'elle était à ses débuts.

C'est l'incertitude quant à la décision finale qui sera prise par la STL, appuyée en cela par l'AMT, au sujet des avantages qui pourront être étendus ou non aux abonnés « membres » de l'autopartage qui a empêché jusqu'ici Communauto de s'investir ici autant qu'à Québec ou à Gatineau dans la promotion de cette entente. Aussi, si une décision est prise à l'automne 2006, tel qu'espéré, une nouvelle campagne sera rapidement mise en place par Communauto et ce, vraisemblablement, en collaboration avec la STL et la ville de Laval, pour présenter aux Lavallois les résultats de cette nouvelle offre améliorée.

## à ottawa

Compte tenu des efforts promotionnels investis, la clientèle cible visée par l'entente ici évaluée à Ottawa était surtout constituée de la portion « B » du tableau 3.5. Ceci s'explique par la capacité d'investissement en promotion limitée de Vrtucar qui s'est surtout concentrée à faire connaître cette offre au sein de sa clientèle et par l'absence d'une offre élargie destinée à éliminer la barrière constituée par le droit d'adhésion de 500 \$.

### 3.5.2 IMPACT SUR LE NOMBRE D'ABONNEMENTS ANNUELS AU TRANSPORT EN COMMUN ET SUR LA VENTE DES TITRES DE TRANSPORT

À Gatineau, la grande majorité des nouveaux adhérents à l'offre d'abonnement combiné se sont abonnés en même temps à Communauto et au transport en commun. Il s'agit donc, en majorité, d'un apport de nouveaux abonnés pour la STO (figure 3.15).

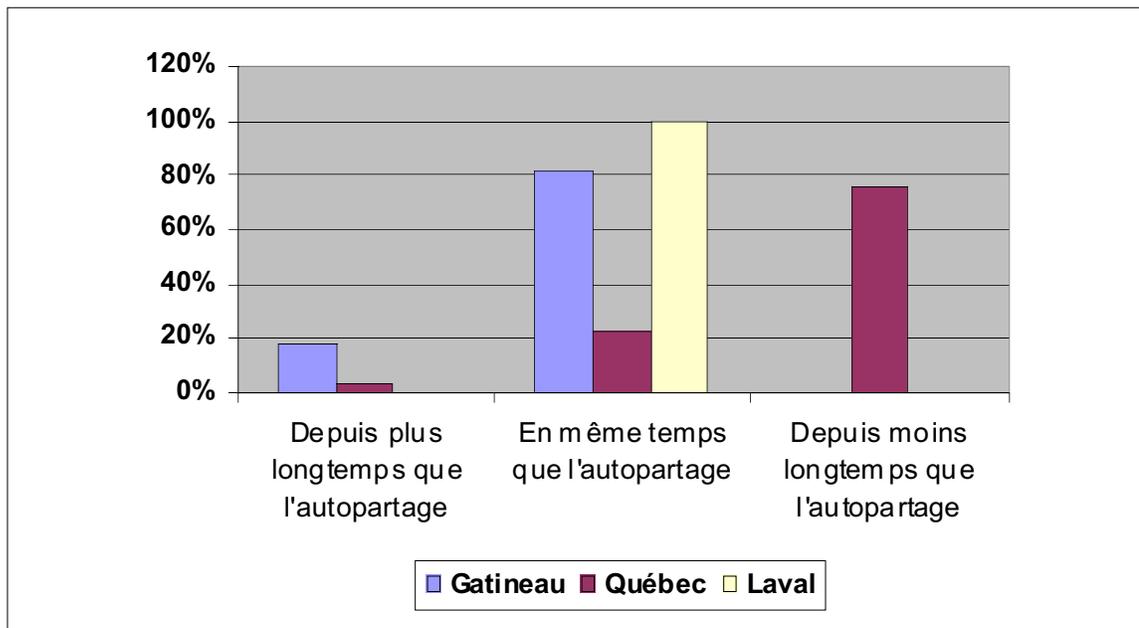
La situation est évidemment la même à Laval où 100 % des adhérents à l'offre d'abonnement combiné se sont inscrits au transport en commun en même temps qu'ils s'inscrivaient à Communauto. Ils n'avaient cependant pas le choix, l'adhésion à Communauto constituant ici, pour le moment, l'unique porte d'entrée à la formule des abonnements annuels au transport en commun.

À Québec, 22 % des membres de Communauto qui se sont également inscrits à *L'abonne BUS* ont adhéré en même temps aux deux services, alors même que la promotion du « DUO auto + bus » n'était



pas encore lancée, cet effort promotionnel ayant été effectué sur le tard (à la mi-juin 2006). De plus, près de 76 % des usagers de Communauto qui se sont inscrits à *L'abonne BUS* l'ont fait après s'être inscrits à Communauto. Il s'agit, essentiellement, d'un apport net pour le RTC qui est constitué du contingent de ceux qui ont profité de cette offre après son introduction auprès des usagers déjà membres de Communauto.

**Figure 3.15**  
Comparaison de la durée de l'abonnement au transport en commun par rapport à l'abonnement à l'autopartage (Gatineau, Québec et Laval)



Source : Sondage 2006 auprès des membres de Communauto qui ont adhéré à Fidélité et à *L'abonne BUS* et données disponibles sur les abonnements annuel à Laval

Les offres de mobilité combinée promues dans le cadre du présent projet semblent donc être des plus efficaces pour amener les personnes intéressées par l'autopartage ou déjà abonnées à ces services à faire le saut et à s'abonner également au transport en commun. En termes de pourcentage c'est même davantage le cas que l'inverse. Les données préliminaires recueillies à la suite de l'introduction de l'offre DUO auto + bus à Québec, à la mi-juin 2006, tendent à le confirmer (tableau 3.7). Ce type d'offre peut entraîner un véritable boum d'adhésion au transport en commun. Ainsi, entre le 13 juin et le 13 septembre 2006, près du tiers des nouveaux adhérents à Communauto dans cette ville se sont également abonnés à *L'abonne BUS* (33,7 %, 31,5 % et 35,2 % respectivement au cours des trois derniers mois). Un bond des plus significatifs par rapport aux mois précédents.



**Tableau 3.7**  
**Statistiques de Communauto sur les inscriptions à Québec du début de 2006 jusqu'au début du lancement de la campagne DUO auto + bus**

	Nouveaux abonnés	L'abonne BUS abonnés seuls		L'abonne BUS incluant parents
du 13 février au 13 mars	34	1	2,9 %	1
13 mars au 13 avril	38	0	0,0 %	0
du 13 avril au 13 mai	43	1	2,3 %	1
du 13 mai au 13 juin	74	7	9,5 %	12
du 13 juin* au 13 juillet	86	29 **	33,7 %	32
du 13 juillet au 13 août	108	34	31,5 %	35
du 13 août au 13 septembre	105	37	35,2 %	41

\* Lancement de la campagne DUO auto+bus (mi juin 2006)

\*\* Dont 22 inscriptions sur 28 au statut d'abonné non membre

De plus, le potentiel des membres actuels de Communauto intéressés à s'abonner éventuellement au transport en commun ne semble pas encore être épuisé. En effet, d'après les résultats du sondage 2006 réalisé auprès de sa clientèle, 14 % des abonnés de Communauto, à Québec, et 8 % de ceux de Gatineau qui ne se sont pas encore abonnés au transport en commun pensent se prévaloir de cette offre dans l'avenir.

À Montréal, où il n'existe encore aucune entente avec la Société de transport de Montréal (STM), soulignons que 57 % des membres de Communauto se sont déclarés être intéressés à un abonnement annuel au transport en commun si jamais la STM leur offrait un rabais de 8 % sur l'achat de 12 laissez-passer mensuels.

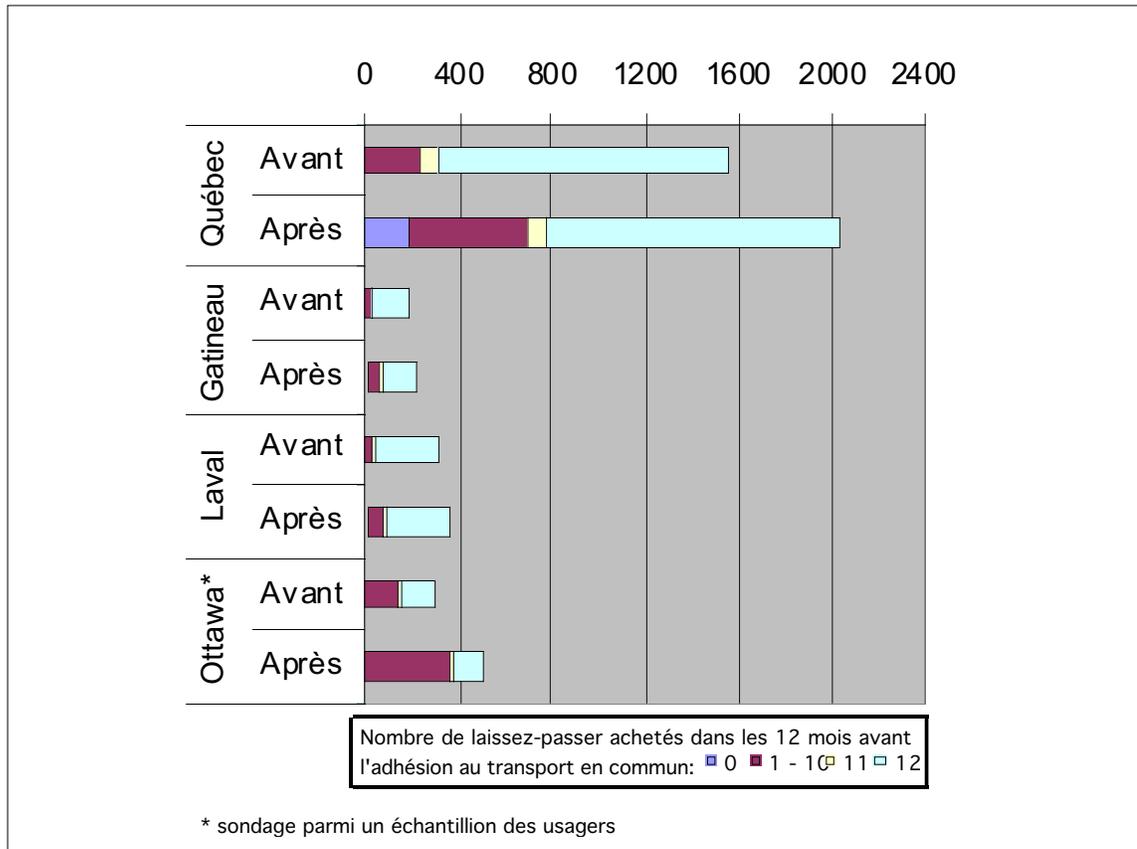
Comme seule une minorité des adhérents à l'autopartage achetait déjà 12 titres de transport par année au préalable (tableau 3.8), l'augmentation du nombre de titres de transport mensuels vendus par les sociétés de transport aux abonnés de Communauto qui se sont prévalus des offres d'abonnement annuels au transport en commun varie, selon les régions, de + 14 % à + 31 %. Cette augmentation est de + 14 % à Laval, de + 19 % à Gatineau et de + 31 % à Québec (figure 3.16).

À Ottawa, l'augmentation mesurée du nombre de titres vendus est de + 76 %. Cette valeur est cependant plus incertaine car elle a été obtenue grâce à un sondage sur un échantillon des abonnés de Vrtucar, tandis que les valeurs obtenues dans les autres villes ici mentionnées sont le résultat d'un recensement effectué auprès de la totalité des abonnés ayant choisi de s'abonner annuellement au transport en commun (figure 3.16).



Figure 3.16

Nombre total de titres de transport mensuels achetés par les usagers de Communauto et de Vrtucar durant les 12 mois avant et après leur décision de s'abonner annuellement au transport en commun



Ces pourcentages sont des plus éloquentes. Il importe, cependant, d'éviter de surestimer l'impact financier, pour les sociétés de transport, de cet accroissement du nombre de titres mensuels vendus. Il faut, en effet, mettre celui-ci en perspective avec la diminution du nombre de billets vendus à l'unité que ceci peut entraîner. Or, on constate au tableau 3.9 que le nombre de billets achetés à l'unité (ceci inclut les billets vendus en lisières) varie significativement d'une ville à une autre et que ce nombre varie également selon les saisons. Par ailleurs, on constate également au tableau 3.8, que la proportion des usagers de Communauto non encore abonnés au transport en commun (et/ou celle qui était la leur avant qu'ils ne s'y abonnent) et qui achète déjà 12 titres de transport par année varie de façon importante d'une ville à l'autre. C'est à Montréal que cette proportion est la plus grande et à Québec qu'elle est la plus petite. Ceci explique en bonne partie le gain plus important du nombre de titres vendus à Québec auprès des personnes ayant adopté l'offre de mobilité qui leur a été offerte (+ 31 %).

D'après les données recueillies lors du dernier sondage s'adressant à l'ensemble des usagers (tableau 3.6), à Montréal, les abonnés qui se déclarent intéressés par l'abonnement annuel au transport en



commun engendreraient une augmentation du nombre de titres qu'ils achèteraient collectivement, par année, de 15 % à 24 % si l'on tient compte, respectivement, des personnes ayant répondu « oui » (35 %) et, également, « plutôt oui » (22 %) à la question concernant leur intérêt pour un abonnement annuel au transport en commun. Ces résultats restent dans la norme si on les compare au comportement réellement observé dans les autres villes québécoises (figure 3.16). Cependant, ici, comme le nombre de billets vendus à l'unité est le plus élevé (tableau 3.9), le bénéfice net découlant de l'accroissement du nombre de titres de transports vendus serait, à Montréal, proportionnellement moins important qu'à Québec et à Gatineau.

Cet exemple reste théorique, aucune entente n'étant présentement en discussion à Montréal, mais il permet de souligner à nouveau l'importance d'ajuster les offres à leur milieu. Ce qui devra nécessairement être fait si la STM répond favorablement aux démarches déjà entreprises par Communauto pour établir un partenariat dans la ville où se concentre près de 80 % de ses usagers.

Ce type d'initiative est d'autant plus souhaitable que l'accroissement du nombre de titres vendus et des revenus additionnels qui peuvent en découler ne constituent que l'un des bénéfices qui peuvent résulter, pour une Société de transport, d'une association formelle avec une entreprise d'autopartage. Parmi les autres facteurs qui sont susceptibles de motiver ce type d'entente on note qu'il s'agit d'un excellent moyen de fidéliser la clientèle du transport en commun en lui proposant une alternative attrayante de transport susceptible de mieux concurrencer l'automobile privée, donc de mieux répondre aux besoins de mobilité de ses usagers, de se donner une image de marque à un coût des plus compétitifs, ou, comme on l'a constaté en Suisse, afin de contribuer à maintenir l'achalandage entre les heures de pointes.

**Tableau 3.8**  
**Nombre de titres mensuels de transport en commun achetés par les usagers de Communauto non abonnés au transport en commun au cours des 12 derniers mois**

Nombre de titres achetés	Montréal	Québec	Gatineau
0	29 %	59 %	55 %
12	28 %	14 %	16 %

Source : Communauto 2005-2006

**Tableau 3.9**  
**Nombre de billets à l'unité achetés en moyenne, par semaine, par les abonnés de Communauto non abonnés au transport en commun au cours des 12 derniers mois**

Nombre de billets à l'unité achetés par semaine	Montréal	Québec	Gatineau
Hiver	2,9	2,5	1,8
Été	2,4	1,8	0,7

Source : Communauto, sondage 2006



### 3.6 Synthèse et conclusions

À l'issue de la période couverte par le projet, trois nouvelles ententes de partenariat ont finalement été conclues entre Communauto et des sociétés de transport. L'établissement de ces partenariats a constitué tout au long du projet un véritable « work in progress » faisant jusqu'à la fin l'objet de plusieurs ajustements permettant aux projets propres à chacun des partenaires de profiter des apports des autres. L'un des constats qui se dégage de l'exercice c'est que tous les types d'ententes proposées et finalement conclues ont dû chercher à s'inscrire dans le contexte propre à chacune des sociétés de transport impliquées dans le projet. Il n'aurait pas été possible de tenter d'imposer un modèle unique d'entente sans risquer du même coup de faire déraiper les discussions et échouer l'exercice. Cette réalité a cependant eu pour effet d'enrichir les discussions, de faire évoluer les idées que chacun avait au départ et de permettre de tester non pas une mais biens plusieurs approches différentes de partenariat, chacune avec ses forces et ses faiblesses.

Deux sociétés de transport de même qu'une agence de transport non pressenties initialement se sont jointes à l'initiative en cours de route, soit la STL et l'Agence métropolitaine de transport (AMT), de même que la Société de transport de Lévis (ST Lévis), qui s'est associée au projet impliquant déjà Communauto et le RTC.

Le partenariat préalablement conclu entre Vrtucar et OC Transpo a été maintenu et ses effets documentés.

Divers types de contrats ont servi de base pour sceller ces ententes : des conventions de type « programme employeur » à Québec et à Ottawa, un contrat de consignation à Laval et une simple entente de principe, à Gatineau, où les deux partenaires ont convenu de gérer indépendamment leurs abonnements respectifs.

Pour publiciser ces ententes :

- Environ 177 000 dépliants et prospectus présentant l'autopartage ou la mobilité combinée ont été distribués à Québec (dont 100 000 à la mi-juin 2006).
- Plus de 100 000 dépliants et prospectus présentant l'autopartage ou la mobilité combinée ont été distribués à Gatineau (dont 40 000 au début de juin 2006).
- Environ 10 000 dépliants décrivant l'offre de mobilité combinée ont été distribués par la STL dans les autobus à Laval, précédé de la distribution par Communauto d'environ 11 500 prospectus décrivant l'autopartage.
- L'organisation de conférences de presse, l'envoi de communiqués et des reportages dans les médias ont complété ces interventions et contribué à accroître la visibilité de ces initiatives.

Durant la période couverte par le projet, les différentes offres de mobilité combinées proposées au public ont été adoptées, globalement, par environ 12 % des usagers de l'autopartage de l'ensemble des villes considérées. Ce pourcentage variant de 10 % à Québec, et atteignant jusqu'à 55 % à Laval. Pour en évaluer les impacts, de nombreux sondages et entrevues téléphoniques ont été réalisés. La presque totalité des quelques 300 adopteurs de l'une ou l'autre des offres de mobilité combinée ont



été consultés directement. De plus, plusieurs sondages ont été adressés à des clientèles spécifiques. En tout, plus de 8 000 personnes ont été sollicités. De cette population, le nombre de réponses reçues et évaluées est d'environ 1 700. Pour des raisons d'échéancier, seules les réponses obtenues lors de consultations téléphoniques ou par internet ont pu ici être traitées.

Dans le contexte des offres qui ont été développées, l'autopartage s'est avéré constituer un bon élément déclencheur pour stimuler l'adhésion à l'abonnement au transport en commun. En effet, entre 10 et 21 % des nouveaux adhérents à *L'abonne BUS*, à Québec (selon que l'on considère ou non les « indécis »), ne se seraient pas abonnés au transport en commun seul, c'est-à-dire sans le volet autopartage. À Gatineau une très grande majorité des adhérents à l'offre de mobilité combinée se sont inscrits au transport en commun en même temps qu'ils se sont inscrits à l'autopartage. À Laval, c'est la totalité.

Ces diverses proportions sont en bonne partie dues aux types d'ententes signées entre Communauto et les sociétés de transport. Par exemple, à Gatineau et à Laval, la porte d'entrée obligée pour avoir accès à l'autopartage, dans le cadre d'un abonnement « non membre » (sans avoir à déboursier le droit d'adhésion de 500 \$), est l'abonnement annuel au transport en commun. L'abonnement au transport en commun devient donc ici la clé permettant d'avoir accès à l'autopartage à des conditions jugées plus favorables par plusieurs. C'était exactement le contraire à Québec, où l'offre s'adressait (du moins initialement) surtout à des abonnés déjà membres de l'autopartage (qui avaient donc déjà versé le droit d'adhésion de 500 \$). Dans ce contexte, l'abonnement au transport en commun est davantage vu comme une prime optionnelle à l'adhésion : c'est l'abonnement à l'autopartage qui devient alors la clé de l'accès au transport en commun à des conditions privilégiées.

Globalement, l'exercice s'est traduit, jusqu'ici, par un plus grand nombre d'abonnés à l'autopartage qui ont adhéré à l'abonnement annuel au transport en commun plutôt que l'inverse. Cependant, les compagnies d'autopartage impliquées dans le projet ont nettement profité de la promotion et de la visibilité liées à ces campagnes et à ces offres auprès du grand public pour accroître globalement leur clientèle, que ce soit à l'intérieur ou à l'extérieur des offres d'abonnement combiné aux deux services.

L'absence d'offres ciblées pour les abonnés « membres » de l'autopartage (ceux qui ont déboursé ou qui comptent verser le droit d'adhésion de 500 \$), à Gatineau et à Laval, constitue une lacune qui se devrait idéalement d'être corrigée pour offrir aux résidents de ces régions un choix d'options plus étendu pour se prévaloir d'une offre d'abonnement combinée. On l'a vu, à Québec et à Ottawa, voire à Montréal, le bassin des abonnés « membres » de l'autopartage susceptibles d'être intéressés par une telle offre est relativement important. Et ce marché ira croissant avec l'augmentation du nombre d'adhérents à l'autopartage.

Même si le droit d'adhésion de 500 \$ constitue à l'unanimité des partenaires l'une des barrières à l'adhésion les plus importantes à l'autopartage et que tous souhaitent trouver des moyens de l'éliminer dans le cadre des offres proposées, le fait de valoriser « l'abonnement membre » constitue un enjeu important pour Communauto. D'après ses dirigeants, l'introduction de nouvelles offres attrayantes mais ne prévoyant aucun avantage pour cette clientèle traditionnelle de Communauto pourrait avoir pour conséquence d'entraîner une certaine cannibalisation de la clientèle actuelle et de



fragiliser l'organisation. D'autres offres tarifaires devront donc être proposées par Communauto si des sociétés de transport opérant sur des territoires où ses usagers sont concentrés décident de conclure à leur tour des partenariats avec elle sans tenir compte de la nécessité de valoriser le statut d'abonné « membre ».

La conversion en faveur de l'abonnement annuel au transport en commun de près de 300 usagers de l'autopartage, dans le cadre des partenariats conclus jusqu'ici, s'est traduite par une augmentation des ventes de titres de transports mensuels chez ces usagers. Cette augmentation est de + 14 % à Laval, de + 19 % à Gatineau et de + 31 % à Québec.

Outre le fait qu'il importe, pour les sociétés de transport, de bien monitorer l'impact de la vente accrue d'abonnements annuels sur le nombre de billets vendus à l'unité, afin de bien ajuster leur offre, aucun effet pervers n'a été constaté, jusqu'ici, à la suite de l'implantation de ces partenariats. Les résultats obtenus démontrent également que l'autopartage peut ici profiter de ce type d'ententes sans risquer la catastrophe si jamais une société de transport venait à s'en désintéresser. En effet, malgré que 70 % des membres de Communauto ayant adhéré à l'offre combinée à Québec estiment que cette possibilité « augmente l'intérêt d'être inscrit à Communauto » et que 44 % de ces personnes affirment que cette opportunité pourrait éventuellement « retarder leur décision de quitter le service d'autopartage », seulement 6 % de ces personnes mettraient fin à leur abonnement chez Communauto si le privilège de pouvoir adhérer à *L'abonne BUS* leur était retiré.

Sauf à Laval, ce sont les entreprises d'autopartage qui ont assumé la presque totalité des coûts impliqués par les campagnes promotionnelles réalisées en cours de projet. Leurs dirigeants estiment être bien récompensés par le supplément de notoriété que confère à l'autopartage les partenariats conclus. Sans compter que ces entreprises auraient dû investir, de toutes façons, dans leur promotion, entente ou pas. Ces ententes leur ont donc permis, sans nécessairement générer de frais additionnels importants, de maximiser les retombées de leur investissement promotionnel. Ce type de partenariat constitue donc une véritable aubaine pour les sociétés de transport, dont les budgets promotionnels sont souvent limités. Celles-ci peuvent, en outre, profiter de ces partenariats pour accroître de façon importante leur visibilité dans le milieu et le faire sous un jour des plus favorables.

En effet, la majorité des personnes interrogées dans les sondages considère qu'une association entre l'autopartage et le transport en commun peut avoir, à long terme, un impact positif sur la fréquentation du transport en commun : 81 % des abonnés de Communauto à Québec, et 74 % des abonnés au transport en commun mais non membres de Communauto à Gatineau, qui ont été interrogés à ce sujet, ont une perception favorable de ce type de partenariat. Il s'agit donc, pour tous les partenaires, en termes d'image véhiculée, d'une véritable stratégie de type « gagnant-gagnant ». D'autant plus que ces partenariats permettent aux sociétés de transport, au-delà du nombre de personnes qui y adhèrent, d'affirmer publiquement leur intérêt de tenter de mieux répondre aux besoins de leurs usagers.

À la lumière de l'évaluation qui a été faite des expériences menées jusqu'ici, il a été déterminé que les critères suivants se devraient d'être pris en considération dans le but de bonifier les partenariats existants où d'en implanter de nouveaux :



- prévoir des avantages à la fois pour les abonnés « membres » et les abonnés « non membres » de l'autopartage. L'entente conclue avec le RTC et la ST Lévis constitue en ce sens un excellent modèle à suivre;
- proposer une formule de tarification intégrée permettant de présenter le prix des titres de transport sous une forme qui inclut l'abonnement à l'autopartage par l'affichage d'un seul prix (idéalement inférieur au prix régulier du titre correspondant n'incluant pas l'autopartage) plutôt que par l'addition de deux entités (soit une mensualité pour l'autopartage + le coût du titre de transport). Cette approche renforce le caractère unitaire du nouveau « produit » ainsi proposé et en facilite la compréhension par le public cible. L'entente conclue avec la STL constitue en ce sens un excellent modèle à suivre;
- tenter de proposer des formules d'abonnement susceptibles de plaire aux usagers du transport en commun qui ne sont pas nécessairement prêts à s'abonner annuellement à ce mode mais qui l'utilisent néanmoins d'une manière intensive une partie de l'année;
- de plus, la visibilité de ces initiatives étant un facteur clé de leur succès et les budgets des sociétés de transport et des organismes d'autopartage, à ce chapitre, étant limités, on se devrait d'utiliser davantage les supports promotionnels déjà à portée tels que, les plans réseau, les horaires, les abribus, les titres de transport, les autobus et autres types de véhicules, etc. Ceci permettrait, à peu de frais, de maximiser la visibilité de ces offres, de contribuer à démystifier le nouveau « produit » que constitue l'autopartage et de mieux contrebalancer la publicité omniprésente des compagnies automobiles.

Toutes les approches retenues soulèvent, inévitablement, le problème de la gestion des taxes de vente qui, au moins dans le cas de la TVQ, demeure pour le moment incontournable et se doit d'être internalisé. Ce problème ne doit pas pour autant constituer un frein à ce type d'initiative. Il s'agit davantage d'un irritant.

Le taux de rétention, dans le cadre de l'offre d'abonnement à titre d'essai proposée à Québec, est de l'ordre de 50 %. Ce pourcentage est relativement élevé mais on peut se questionner sur la pertinence de cette offre, compte tenu des suivis administratifs que cela nécessite, dans un contexte où de nouvelles offres ne comportant plus la barrière à l'entrée que constituait le droit d'adhésion de 500 \$ ont, depuis sont introduites, été déployées.

Il ressort de ces analyses que toutes les ententes expérimentées ont donné des résultats positifs pour les deux partenaires, que ce soit en termes d'accroissement du nombre d'usagers pour l'autopartage, ou en termes d'accroissement du nombre d'abonnés inscrits annuellement et en termes d'accroissement des ventes de titres de transport mensuels pour les sociétés de transport.

En outre, dans le cas des entreprises d'autopartage, l'importance de l'effort promotionnel consenti, associé à l'effet de levier que leur a procuré leur association avec des entreprises de transport en commun a permis à ces entreprises d'accélérer leur croissance et ce, même dans des secteurs où l'autopartage n'était pas encore très répandu ni connu. Cette forme de partenariat peut donc



constituer un excellent outil pour stimuler la demande dans les territoires déjà desservis mais aussi pour contribuer à rendre rentable plus rapidement les initiatives de développement de nouveaux marchés.





## 4. IMPACT ACTUEL DE LA MOBILITÉ COMBINÉE INCLUANT L'AUTOPARTAGE

### 4.1 Nature des impacts

Que plusieurs personnes partagent une même voiture procure des bénéfices à ces personnes mais aussi à la société. La mobilité combinée incluant l'autopartage permet une diminution de la taille du parc automobile et de la circulation automobile, ce qui entraîne plusieurs impacts positifs privés et publics :

- la réduction des besoins en espaces de stationnement pour ces automobiles;
- la réduction des incidences environnementales négatives liées à la production et à la disposition de ces automobiles;
- la réduction des coûts d'achat et d'utilisation d'une automobile liée à la pratique de l'autopartage;
- la réduction du kilométrage total parcouru en automobile;
- la réduction des besoins d'infrastructures routières et la baisse de la congestion automobile liées à la réduction de l'utilisation de l'automobile;
- la réduction des émissions polluantes et des gaz à effet de serre (GES) amenée par la réduction de l'utilisation de l'automobile.

### 4.2 Réduction du parc automobile

#### 4.2.1 BÉNÉFICES LIÉS À LA RÉDUCTION DU PARC AUTOMOBILE

L'un des grands bénéfices de l'autopartage est sa capacité à réduire la taille du parc automobile. En ayant accès à un véhicule de manière occasionnelle, un ménage peut ainsi se départir de sa voiture ou de son second véhicule, que ce soit pour des raisons pratiques, financières ou de convictions environnementales. La réduction du nombre de véhicules en circulation signifie une réduction du nombre de places de stationnement nécessaires, une diminution des dépenses des ménages pour l'achat d'automobiles (des sommes qui deviennent alors disponibles pour l'achat d'autres produits ou services) et une diminution des nuisances environnementales causées par la production et la disposition de ces automobiles.

La réduction des besoins en espaces de stationnement génère une réduction des coûts pour les promoteurs, les résidents et les municipalités, en plus de libérer de l'espace qui peut être utilisé de manière plus utile, socialement (développement résidentiel, commercial ou création de nouveaux espaces verts...). L'économie engendrée, ici, dépend du coût de construction et d'entretien des stationnements mais également du coût d'opportunité associé aux sommes dépensées pour ces infrastructures et aux espaces gaspillés à cette fin (non pris en compte ci-après). La valeur d'un espace de stationnement varie selon plusieurs facteurs, tels que le coût du terrain, la méthode de financement, le type de stationnement, son coût d'utilisation, etc. Il est toutefois possible d'estimer ce coût en déterminant le coût moyen d'une case de stationnement. C'est ce que nous avons fait à la section 4.2.3.

Le bénéfice lié à l'économie que représente l'autopartage pour un usager type qui est ainsi en mesure



de se déplacer en automobile, s'il le désire, mais sans être tenu d'en acheter une est présenté à la section 4.3.

Des nuisances environnementales importantes sont également liées à la seule taille du parc automobile : qu'il s'agisse des émissions de polluants, incluant les gaz à effet de serre, de l'industrie automobile lors de la fabrication des véhicules, ainsi que lors de la livraison des véhicules chez le concessionnaire, de même que la pollution engendrée par les cimetières de pneus et de voitures à la fin de leur vie utile... Malgré leur importance indéniable, le poids économique ou environnemental de ces nuisances environnementales n'a pas été documenté dans le cadre de ce projet mais constitue néanmoins un élément qui se doit d'être ajouté au passif du bilan automobile.

#### 4.2.2 NOMBRE D'AUTOMOBILES EN MOINS

L'impact de l'autopartage sur le parc automobile peut être estimé selon l'équation suivante :

$$A = N d - N / t \quad (1)$$

$$A = N (d - 1 / t) \quad (2)$$

où : A est le nombre d'autos en moins;

N est le nombre d'abonnés;

d est la proportion d'abonnés ayant délaissé leur automobile en renonçant à un achat;

t est le nombre moyen d'abonnés par véhicule de Communauto.

Par définition, le nombre de véhicules de Communauto peut être exprimé comme un facteur du nombre d'abonnés :

$$V = N / t \quad (3)$$

$$N = Vt$$

où : V est la taille du parc automobile de Communauto.

En tenant compte de (2) et (3), la réduction du parc automobile découlant de l'autopartage peut donc être exprimée ainsi :

$$A = V (dt - 1) \quad (4)$$

D'après le sondage réalisé par Communauto en 2004, 24 % des abonnés affirment s'être départis de leur véhicule et 53 % à avoir renoncé à l'achat d'un véhicule comme conséquence de leur adhésion à ce service (tableau 4.1). Nous savons, d'autre part, que le ratio entre le nombre d'abonnés à Communauto et le nombre de véhicules en service était de 19,3 à la fin de 2005.<sup>24</sup>

Les opinions sont partagées sur la façon de pondérer l'influence de la proportion des individus qui renoncent à acheter un véhicule dans le calcul de la réduction du parc automobile. Cette affirmation

<sup>24</sup> Source: Communauto

étant plus spéculative, il est difficile de juger de son poids réel. Le TRB, par exemple, n'utilise que la



proportion des membres qui se sont départis d'un véhicule pour calculer le nombre de véhicules privés remplacés par les véhicules partagés, la proportion des répondants qui renoncent à acheter un véhicule suite à leur adhésion à l'autopartage étant jugée généralement surestimée. Les résultats obtenus en n'utilisant que ceux qui se sont départis d'un véhicule peuvent cependant aussi être considérés par trop conservateurs puisqu'une proportion des usagers de l'autopartage ne possédant pas d'automobile auraient plausiblement acheté un véhicule s'ils n'avaient pas adhéré au service.

Le tableau 4.1 présente la réduction estimée du nombre de véhicules privés pour un véhicule de Communauto. Ces valeurs sont comparées aux résultats obtenus en Europe et en Amérique du Nord en nous basant sur la revue littéraire effectuée par le TRB. Un tableau plus complet des résultats ventilés provenant des autres études ici considérées peut-être consulté à l'annexe F.

**Tableau 4.1**  
**Impact de l'autopartage sur la réduction du parc automobile**

	Communauto	Moyenne Europe <sup>a</sup>	Moyenne Amérique du Nord <sup>a</sup>	TRB 2004 <sup>a</sup>	
<b>% d'abonnés à se départir d'un véhicule</b>	24 %	22 %	20 %	55 %	
<b>% d'abonnés à renoncer à l'achat d'un véhicule</b>	53 %	22 %	41 %	—	
<b>Nombre d'abonnés par véhicule</b>	19,3	20	24	27	
<b>Nombre net de véhicules en moins pour chaque véhicule d'autopartage</b>	selon la proportion qui se départit d'un véhicule	3,6	3,4	3,8	13,9
	selon la proportion qui renonce à l'achat d'un véhicule	9,3	3,4	8,8	—
	total des deux proportions	<b>12,9</b>	<b>6,8</b>	<b>12,6</b>	—
	Valeur médiane <sup>b</sup>	8,3			

a TCRP Report 108, *Car-Sharing : Where and How It Succeeds*, Transportation Research Board, 2005, pp. 4-8 à 4-11.

b Cette réduction est calculée en additionnant la proportion de ceux qui se départissent d'un véhicule à 50 % de la proportion de ceux qui renoncent à l'achat d'un véhicule.

**Impact de Communauto sur la réduction du parc automobile, janvier 2006<sup>c</sup>**

	Montréal	Ville de Québec	Province de Québec
<b>Nombre de véhicules de Communauto</b>	322	91	427
<b>Nombre de véhicules en moins – Valeur conservatrice</b>	1 130	380	1 550
<b>Nombre de véhicules en moins – Valeur moyenne</b>	2 590	810	3 530

c Les coefficients utilisés pour les fins de ces calculs ont été ajustés en tenant compte des ratios « nombre d'usagers par véhicule » propre à chaque ville. Les coefficients utilisés pour la province de Québec sont des données non arrondies. Pour cette raison, les résultats obtenus différeront si les ratios conservateur et moyen mentionnés ci-dessus (3,6 et 8,3) sont utilisés tels quels.



Basé sur les données disponibles, chaque véhicule de Communauto remplacerait donc 4,6 véhicules privés, soit une réduction nette de 3,6 véhicules, si on utilisait uniquement la proportion des abonnés qui se sont départis d'un véhicule et 13,9 véhicules privés, soit une réduction nette de 12,9 véhicules, si on considérait également la totalité de ceux qui ont déclaré avoir renoncé à en acheter un. Dans ce dernier cas, il est toutefois difficile d'affirmer que tous ces usagers se seraient effectivement procurés un véhicule personnel, dans un délai raisonnable, s'ils n'avaient pas adhéré à l'autopartage. Quoiqu'il en soit, ces deux valeurs se situent dans une fourchette plausible lorsque comparées aux résultats obtenus dans d'autres études. En effet, l'indice de réduction de 3,6 de la part des usagers qui ont déclaré s'être départis d'un véhicule se compare très bien avec des indices moyens estimés dans le cas de services européens (indice de 3,4) ou nord-américains (indice de 3,8). De fait, ce sont surtout les résultats obtenus par le TRB en 2004 qui se révèlent atypiques. La réduction calculée par le TRB est de 13,9 véhicules. Ce résultat est causé par une très forte proportion d'abonnés ayant répondu s'être départis de leur véhicule (55 % dans l'échantillon du TRB comparativement à 24 % pour les membres de Communauto) et d'un plus grand nombre d'abonnés par véhicule partagé, en moyenne (27 contre 19,3).

Nous ne sommes pas en mesure de commenter ici la représentativité des résultats obtenus par le TRB. Quoiqu'il en soit, basé sur les considérations qui précèdent, il nous apparaît des plus probables que la réduction nette de véhicules découlant du comportement des usagers de l'autopartage au Québec se situe à l'intérieur des deux valeurs calculées précédemment (soit entre 3,6 et 12,9). Si l'on fait l'hypothèse que la moitié des abonnés qui ont affirmé avoir renoncé à l'achat d'un véhicule l'aurait effectivement fait s'ils n'avaient pas adhéré à l'autopartage, l'indice médian de réduction nette ainsi calculé serait d'environ 8,3 véhicules. Nous qualifierons ce scénario de scénario moyen.

En date du 31 janvier 2006, le parc de véhicules de Communauto se chiffrait à 427 véhicules au total. Selon le scénario conservateur, le service de Communauto aurait donc contribué à soustraire 1 550 automobiles du parc automobile québécois, soit – 1 130 véhicules à Montréal et – 380 véhicules à Québec; les autres, à Sherbrooke et à Gatineau (tableau 4.1). En comparaison, la réduction totale pour le Québec serait de – 3 530 véhicules basée sur le scénario moyen.

#### 4.2.3 RÉDUCTION DU COÛT DU STATIONNEMENT

En prenant comme coût moyen de référence une valeur de 4 500 \$ pour l'aménagement d'un espace de stationnement hors rue extérieur et en multipliant celui-ci par 3 530 véhicules (scénario moyen, on obtient que les dépenses évitées en infrastructures entraînées par la réduction du parc automobile découlant de l'activité de Communauto, en date du 31 janvier 2006, seraient de l'ordre de – 15,1 M\$.

### 4.3 Impact sur le coût des déplacements en auto

Nous l'avons vu, l'utilisateur de l'autopartage paie les déplacements qu'il effectue en automobile un montant basé sur le temps d'utilisation ainsi que sur le nombre de kilomètres parcourus (voir 2.2.2 : Tarification et contrat). Le propriétaire d'un véhicule, quant à lui, en plus de payer l'essence consommée lors de ses déplacements, doit assumer le financement du véhicule, l'amortissement, l'immatriculation, les assurances, l'entretien et les réparations. Cependant, la perception du coût de



ses déplacements se résume, bien souvent, au coût marginal de ceux-ci, soit, essentiellement, le prix de l'essence et du stationnement. Le fait que l'utilisateur de l'autopartage paie chacun de ses déplacements sur la base de son coût moyen plutôt que sur la base de son coût marginal joue un rôle important dans son choix modal, en rendant plus visibles les coûts associés à l'automobile. Néanmoins, cette formule rend possible, dans de nombreuses situations, de solides économies. D'où son intérêt et l'importance de son potentiel de marché. La section qui suit, présente un survol des coûts reliés à la possession automobile comparativement à l'utilisation de l'autopartage.

#### 4.3.1 COÛT D'UN VÉHICULE PRIVÉ

Les coûts d'utilisation associés à la propriété d'un véhicule peuvent être divisés en deux catégories :

- Les coûts fixes : les assurances, le permis de conduire, l'immatriculation, les taxes, le coût du financement et la dépréciation (ou l'amortissement).
- Les coûts variables : l'essence, le stationnement, l'entretien et les réparations.

Des études américaines ont démontré que pour la plupart des gens possédant un véhicule, les coûts fixes de l'automobile se confondent à ceux du logement et que la perception du coût de déplacement n'est souvent basée que sur les coûts variables qui peuvent même se limiter, dans l'esprit de plusieurs, à l'essence et au stationnement. Or, les coûts fixes représentent la plus grande partie des coûts d'un véhicule, surtout lorsque le kilométrage annuel est peu élevé. Le tableau 4.2 tiré du document intitulé « Coût d'utilisation d'une automobile » mis à jour annuellement par le CAA Québec, montre que pour une distance annuelle de 6 000 km les coûts fixes d'un véhicule représentent 90 % des coûts annuels totaux. Cette proportion diminue au fur et à mesure que le kilométrage annuel augmente. Cette logique économique fait en sorte que pour le propriétaire d'un véhicule, plus un véhicule est utilisé plus celui-ci est en mesure de rentabiliser son investissement. Cette réalité comporte évidemment son lot d'effets pervers lorsqu'il est question d'environnement ou d'impacts en termes de choix modal et c'est justement à ce problème qu'ont souhaité s'attaquer deux économistes britanniques et ce, dès 1969, en proposant la mise sur pied pour Londres d'un service d'autopartage avant la lettre.<sup>26</sup>

**Tableau 4.2**  
**Coûts d'utilisation annuels d'un véhicule privé**

Kilomètres parcourus par année	Coûts variables	Coûts fixes	TOTAL	% des coûts fixes
6 000	771,00 \$	6 960,55 \$	8 502,55 \$	90 %
12 000	1 542,00 \$	6 960,55 \$	8 502,55 \$	82 %
24 000	3 084,00 \$	6 960,55 \$	10 044,55 \$	69 %

Source : « Coût d'utilisation d'une automobile » CAA, édition 2005; Données en fonction d'une berline Chevrolet Cavalier Z24 2005.

25 Fishman et Wabe, 1969. *Restructuring the form of car ownership: a proposed solution to the problem of the motor car in the United Kingdom*. Transportation Research. Vol. 3, pp. 429-442. Cet article est disponible en ligne à cette adresse : [www.communauto.com/biblio.html](http://www.communauto.com/biblio.html)



#### 4.3.2 COÛTS DE L'AUTOPARTAGE

Les coûts relatifs à l'utilisation des véhicules de Communauto varient selon le forfait choisi. Il existe essentiellement trois types de forfait : A, B et C (annexe A). Le forfait A est celui dont la cotisation annuelle est la plus élevée (350 \$ par année), mais avec le tarif kilométrique le plus bas (16 ¢/km). Il s'adresse aux personnes parcourant plus de 3 500 km par année, au tarif de base de Communauto (par opposition aux tarifs longue distance). À l'opposé, le forfait C est le plus économique, en termes de cotisation annuelle (35 \$), mais comporte le tarif kilométrique le plus élevé (29 ¢/km). Il s'adresse aux personnes parcourant moins de 1 500 km par année au tarif de base de Communauto. Le forfait B (140 \$ par année) se situe entre les deux en termes de cotisation annuelle et de tarif kilométrique (23 ¢/km).

La répartition de ses usagers, selon le forfait choisi, nous a été fournie par Communauto. La majorité des usagers sont inscrits au forfait C, soit 84 % du total des abonnés. Les coûts d'utilisation moyens du service, pour les abonnés, selon le type de forfait choisi nous ont aussi été fournis par Communauto pour le mois de mai 2005. D'après les données mensuelles concernant le nombre de kilomètres parcourus et le nombre de transactions (ou de trajets) effectués, le mois de mai serait représentatif de la moyenne annuelle. Pour fin d'évaluation, ces données ont donc été extrapolées à une année entière. Les résultats de cette extrapolation sont présentés au tableau 4.3.

**Tableau 4.3**  
**Coûts d'utilisation annuels d'un véhicule de Communauto**

Forfait	% d'usagers	Cotisation annuelle	Coût moyen par mois par personne*	Coût moyen par année
A	6 %	350 \$	203 \$	2 780 \$
B	10 %	140 \$	120 \$	1 585 \$
C	84 %	35 \$	85 \$	1 060 \$
<b>MOYENNE</b>		<b>66 \$</b>	<b>96 \$</b>	<b>1 215 \$</b>

\* Source : Communauto, mai 2005

Un utilisateur de Communauto dépense donc, en moyenne, 1 215 \$ (avant taxes) par année pour l'utilisation du service d'autopartage. Le montant moyen dépensé pour le service est plus élevé pour les usagers du forfait A (2 780 \$ annuellement) et B (1 585 \$ par année) que pour ceux ayant adhéré au forfait C (1 060 \$ par année). Ces résultats annuels sont relativement similaires à ceux obtenus lors du sondage du TRB. Le montant moyen dépensé déclaré par les 146 usagers québécois ayant répondu à cette question, lors de la consultation réalisée par le TRB, était de l'ordre de 932 \$.

À ces coûts moyens, nous avons ajouté l'utilisation d'un service de location d'auto en nous basant sur les tarifs « inter-réseau » négociés par Communauto chez les loueurs participants (voir 2.2.1). Nous avons supposé une utilisation de ce service 3 jours par année pour chacun des usagers de Communauto (moyenne basée sur les statistiques de Communauto). Ceci représente l'équivalent



d'une longue fin de semaine par année où les usagers auraient dû se rabattre sur cette alternative faute de véhicules de Communauto disponibles pour réaliser un trajet ou parce que ces usagers désiraient emprunter un véhicule appartenant à une catégorie de véhicule non offerte par Communauto (l'un des buts de la formule « Inter-réseau » mise en place par Communauto vise justement à répondre à ce genre de besoin). Le coût estimé de ces déplacements additionnels est de 166 \$. Soit, 107 \$ de frais de location et 60 \$ de frais d'essence en supposant un kilométrage journalier de 250 km. En incluant les taxes, cet ajout porterait le coût total annuel des déplacements en auto réalisé avec ou par l'intermédiaire de Communauto, pour chacun de ses usagers, à environ 1 600 \$.

Pour une distance annuelle roulée moyenne de 2 350 km (soit 1 600 km effectués avec les véhicules de Communauto et 750 km avec des voitures louées), le coût d'utilisation des véhicules fournis par Communauto revient près de 5 fois moins cher que celui estimé par le CAA Québec pour la possession d'un véhicule privé qui roulerait la même distance. Le véhicule utilisé ici, pour fin de comparaison, n'est cependant pas le même. Les calculs du CAA qui ont servi de référence étaient basés sur le coût d'utilisation d'une berline de classe compacte alors que dans le cas de Communauto les véhicules offerts aux usagers sont de type sous-compact. Étant donné l'écart constaté, ce détail n'affecte cependant en rien l'ordre de grandeur des économies réalisées.

**Tableau 4.4**  
**Comparaison des coûts d'utilisation annuels d'un véhicule**  
**– selon une distance annuelle de 2 350 km**

	Coût annuel d'utilisation
Véhicule privé*	7 500 \$
Autopartage	- 1 600 \$
<b>DIFFÉRENCE</b>	<b>5 900 \$</b>

\* Données en fonction d'une berline Chevrolet Cavalier Z24 2005.

Lorsque le kilométrage annuel parcouru est faible, l'adhésion à un service tel que l'autopartage est nettement avantageuse comparativement à la possession automobile. D'ailleurs, le TRB démontre que l'autopartage est financièrement avantageux par rapport à la possession automobile pour des distances annuelles de moins de 8 000 km.<sup>26 27</sup>

L'analyse du profil des abonnés de Communauto a montré qu'ils étaient de grands utilisateurs du transport en commun. Les dépenses associées à l'utilisation des transports publics ne sont pas incluses dans cette analyse. Le coût des déplacements effectués en transport en commun est néanmoins fortement avantageux comparativement à celui de l'automobile. L'inclusion de ces coûts n'éliminerait donc nullement l'avantage des abonnés de l'autopartage.

<sup>26</sup> TCRP Report 108, *Car-Sharing : Where and How It Succeeds*, Transportation Research Board, 2005, p 4-15

<sup>27</sup> D'après Communauto, cette affirmation est par trop conservatrice et se devrait d'être nuancée à cause de l'existence, dans l'offre de cette compagnie, de tarifs extrêmement compétitifs pour les déplacements longue distance.



Basé sur cette évaluation, pour l'ensemble des 8 323 abonnés de Communauto enregistrés en date du 31 décembre 2005, les économies réalisées pour l'utilisation de l'automobile, en incluant les coûts fixes, s'élèvent à – 49,1 M\$ par année. Cette donnée tient compte d'un usage similaire des véhicules en propriété et des véhicules partagés. Or ce postulat ne tient pas la route dans la mesure où nous savons que les usagers d'un service d'autopartage ont tendance à modifier leur comportement en déplacement et à réduire leur usage de l'automobile. La prise en compte de ce comportement aurait ici eu pour effet de creuser plus encore l'avantage financier de l'autopartage par rapport à la propriété d'un véhicule.

#### 4.4 Impacts sur la mobilité et l'environnement

L'autopartage a un impact significatif sur les habitudes de déplacements. Contrairement à la situation où un individu possède une voiture, pour les usagers de l'autopartage l'auto n'est pas le mode de transport par défaut. Son utilisation est plutôt la résultante d'un choix modal réfléchi pour chaque déplacement. Avant d'avoir recours à l'utilisation d'une automobile, l'utilisateur va généralement comparer le coût, le temps de déplacement et le confort de différents modes, tel que le transport en commun, l'autopartage, le taxi, la marche, etc. Ce choix rationnel a pour effet de réduire le nombre et la durée des déplacements en auto. Cette réduction se traduit par divers bénéfices, dont la réduction des émissions polluantes, mais également d'autres bénéfices tels que l'accroissement de l'activité physique et le soutien des commerces de proximité.

##### 4.4.1 DISTANCE PARCOURUE EN AUTO

Trois situations peuvent être observées à la suite de l'adhésion d'un individu à l'autopartage, soit :

- celui-ci augmente son kilométrage annuel effectué en automobile;
- le kilométrage annuel roulé en automobile ne change pas;
- celui-ci diminue son kilométrage annuel effectué en automobile.

Afin d'évaluer l'impact de l'autopartage en terme de kilométrage annuel parcouru avant et après l'adhésion au service, les résultats de deux sondages issus d'études récentes ont été analysés : l'étude américaine du TRB<sup>28</sup> et l'étude du ministère de l'Équipement et des Transports belge<sup>29</sup>. La figure 4.1 présente les résultats du sondage du TRB pour la portion de son échantillon composée des usagers de Communauto.

Les résultats de ces sondages doivent être analysés avec précaution. Premièrement, les deux échantillons sont très petits (121 et 130 répondants, respectivement) et aussi, ils sont basés sur la perception des répondants sur leur kilométrage annuel parcouru. Bien que certaines personnes puissent avoir une idée bien précise du kilométrage qu'elles parcourent annuellement, certaines peuvent grandement surestimer ou sous-estimer cette distance.

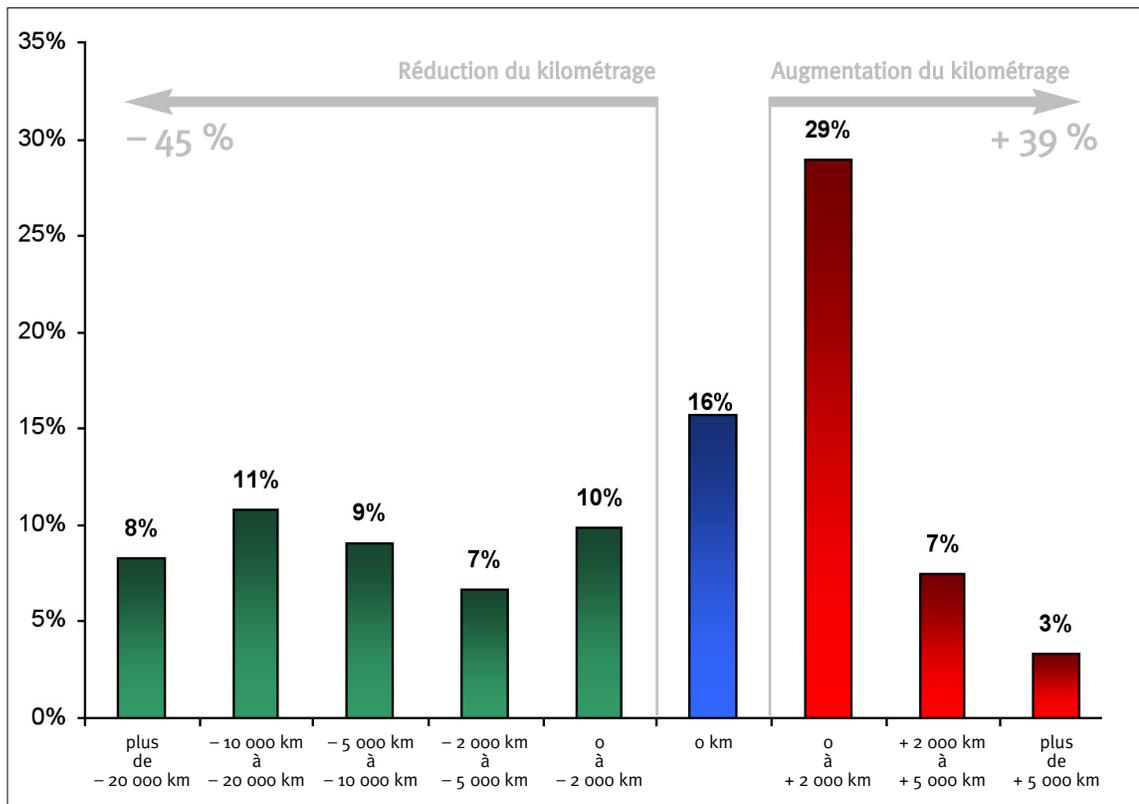
28 TCRP Report 108, *Car-Sharing : Where and How It Succeeds*, Transportation Research Board, 2005

29 *Deux ans de voitures partagées en région Wallonne, Résultats et analyse de l'enquête clients* (avril 2004) dans le cadre du projet Européen Moses, Ministère de l'équipement et des transports, Traitement par Espaces-Mobilités sprl, 2004.



Ces mises en garde faites, on constate qu'une proportion de 45 % des répondants disent avoir réduit leur kilométrage annuel suite à leur adhésion à Communauto; ils sont 39 % à estimer l'avoir augmenté et 16 % à ne pas avoir changé leurs habitudes (tableau 4.5) Ils sont donc légèrement plus nombreux à réduire leur kilométrage qu'à l'augmenter. Toutefois, ceux qui réduisent leur kilométrage le font de manière beaucoup plus importante que ceux qui l'augmentent. La diminution moyenne est de 9 800 km alors que l'augmentation moyenne n'est que de 2 000 km. Ceci laisse supposer que ceux qui réduisent leur kilométrage annuel sont principalement ceux qui se sont départis d'un véhicule, donc qui parcouraient des distances plus importantes avant l'adhésion au service d'autopartage. Ceux qui augmentent leur distance parcourue sont possiblement des usagers qui n'avaient pas de voiture auparavant et qui ont accru leur mobilité grâce au service d'autopartage. La réduction nette moyenne pour l'ensemble des adhérents est de 3 600 km.

**Figure 4.1**  
**Variation du kilométrage parcouru annuellement avant et après l'adhésion à Communauto**



Source : Transportation Research Board; Échantillon : 121

Le sondage mené auprès de la clientèle du service d'autopartage Cambio en Belgique montre des résultats similaires. Les habitudes de déplacements diffèrent sur les deux continents. La densité, la proximité des grands centres et l'offre en transport en commun interurbain font en sorte que les distances annuelles parcourues en auto sont généralement plus faibles en Europe qu'en Amérique du Nord. Toutefois, les deux études montrent que pour ceux qui réduisent leur kilométrage annuel, la



diminution est supérieure à 5 000 km dans 61 % des cas pour l'étude américaine (bien que l'étude citée soit américaine, rappelons que les répondants considérés ici sont, eux, québécois) et dans 59 % des cas pour l'étude belge. Dans le cas de ceux qui augmentent leur kilométrage annuel, l'accroissement est de 2 000 km ou moins par année dans 73 % des cas selon l'étude américaine et dans 87 % des cas, selon l'étude belge.

Les sondages récents réalisés par Communauto dans le cadre du présent projet (2006) cherchaient également, mais sans tenter de la quantifier précisément, à connaître l'influence du service sur le kilométrage annuel effectué en auto par ses usagers. Contrairement au sondage du TRB, ces sondages ne comportaient pas de question sur le kilométrage effectué avant l'adhésion au service. Cependant, on a cherché à déterminer la proportion de ceux qui avaient augmenté, maintenu ou diminué leur kilométrage total après leur adhésion à Communauto. La taille de l'échantillon des répondants pour ce sondage est beaucoup plus importante que celle du TRB. On parle ici de plus de 300 répondants. En comparant les résultats de ces deux consultations, l'on constate que la répartition des répondants qui ont augmenté, maintenu ou diminué leur kilométrage annuel diffère sensiblement (tableau 4.5). Il est possible que le faible échantillon du sondage du TRB ait pu avoir pour effet d'entraîner une sous-estimation de la proportion des usagers qui affirmaient avoir maintenu un kilométrage annuel similaire avant et après leur adhésion au service. Or, cette répartition des différentes situations a une influence sur l'impact moyen qui découle de cette décision en termes de variation du kilométrage parcouru. La réduction moyenne pondérée serait ainsi de 2 900 km plutôt que de 3 600 km. Compte tenu de la base d'échantillon plus importante pour le sondage de Communauto 2006, cette dernière valeur a été retenue en tant que variation moyenne pour évaluer l'impact de l'adhésion à l'autopartage sur la distance parcourue en auto avant et après.

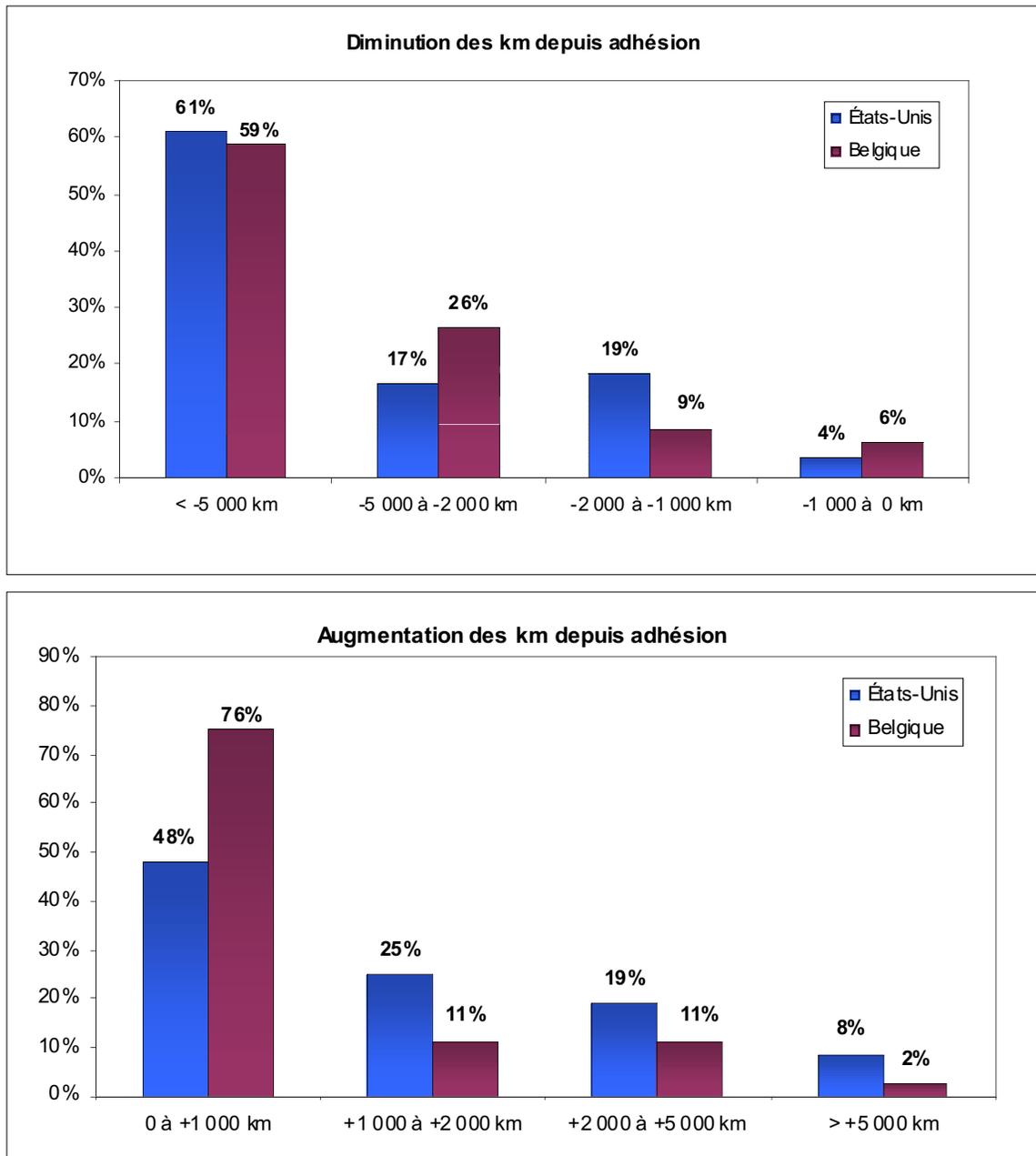
**Tableau 4.5**  
**Impact de l'adhésion à Communauto sur la mobilité (kilométrage annuel parcouru)**

Distance parcourue après adhésion à Communauto	Répondants TRB 2004	% TRB 2004	Répondants Communauto 2006	% Répondants Communauto 2006	Variation (km) TRB	Variation (km) Communauto
Augmentation	48	39 %	118	35 %	2 000	n.d.
Maintien	19	16 %	96	28 %	—	n.d.
Réduction	54	45 %	125	37 %	- 9 800	n.d.
<b>TOTAL</b>	<b>121</b>	<b>100 %</b>	<b>339</b>	<b>100 %</b>	<b>MOYENNE - 3 600</b>	<b>MOYENNE - 2 900 *</b>

\* Estimé basé sur les variations calculées à partir des données du sondage TRB 2004 et pondéré sur la base des données recueillies lors des sondages Communauto 2006 (augmentation, maintien et réduction).



**Figure 4.2**  
**Variation des distances parcourues annuellement suite à l'adhésion au service d'autopartage – États-Unis (Québec)<sup>30</sup> et Belgique**



Échantillon : États-Unis (Québec) : 121, Belgique : 130

Source : ÉTATS-UNIS : *TCRP Report 108, Car-Sharing : Where and How It Succeeds*, Transportation Research Board, 2005  
BELGIQUE: *Deux ans de voitures partagées en région Wallonne, Résultats et analyse de l'enquête clients* (avril 2004) dans le cadre du projet Européen Moses, ministère de l'Équipement et des Transports, Traitement par Espaces-Mobilités sprl, 2004.

30 Bien que l'étude ayant servi de référence soit américaine, seules les données correspondant à l'échantillon québécois composé des usagers de Communauto ont été ici présentées.



#### 4.4.2 GAZ À EFFET DE SERRE

Au Québec, le secteur du transport représentait 38 % des émissions de gaz à effet de serre (GES) en 2003, soit 35 000 kilotonnes d'équivalent CO<sub>2</sub>. Le transport de passagers en véhicules privés représente près de la moitié de ces émissions de GES. Le dioxyde de carbone (CO<sub>2</sub>) est la principale source des GES, représentant 94 % des GES émis par le transport au Canada en 2003. Les autres gaz à effet de serre dans le domaine du transport sont le méthane (CH<sub>4</sub>) et l'oxyde nitreux (N<sub>2</sub>O). Les émissions de GES sont directement reliées à la quantité de carburant consommé. Le facteur de conversion utilisé pour les émissions de CO<sub>2</sub> équivalent est 2,4 kilogrammes pour chaque litre d'essence. Ce facteur tient compte de la consommation moyenne des véhicules selon l'Office de l'efficacité énergétique. Ce facteur est le même pour tous les types de véhicules légers à essence, qu'il s'agisse de petites voitures ou de véhicules utilitaires sport. C'est plutôt la consommation d'essence qui varie selon le type de véhicule.

L'évaluation de la réduction des GES générée par le service d'autopartage requiert le calcul de la réduction de consommation d'essence qui résulte de la diminution de la distance effectuée en véhicule privé. Les paramètres de calcul sont les suivants : pour les usagers qui se départissent d'un véhicule ou qui renoncent à l'achat d'un véhicule, il s'agit d'une auto moyenne, consommant 10,4 litres par 100 km, selon les données de l'Office de l'efficacité énergétique. Quant aux véhicules de Communauto, il s'agit de Toyota Echo, consommant 7,1 litres par 100 km en ville et 5,5 litres/100 km sur l'autoroute<sup>31</sup>. Basée sur les motifs de déplacements, il est estimé que 60 % du kilométrage est effectué en milieu urbain et 40 % en milieu autoroutier. La consommation moyenne des véhicules de Communauto est donc de 6,5 litres par 100 km.

Le tableau 4.6 présente les résultats de l'impact de l'adhésion à l'autopartage en termes de réduction des émissions de CO<sub>2</sub>. La réduction moyenne calculée est de 1 200 kg ou 1,2 tonne de CO<sub>2</sub> par année par membre du service. Si l'on considère la situation avant et après l'adhésion au service, cela représente une diminution de l'ordre de 60 %. Celle-ci provient de deux sources : d'une part, en ne considérant que la diminution du kilométrage sans tenir compte de l'utilisation de voitures plus petites, la baisse de consommation énergétique résultante est de 38 %; d'autre part, l'utilisation de voitures en moyenne moins énergivores, ce qui est le cas chez Communauto, sans égard à la réduction du kilométrage, induit à elle seule une baisse de 36 % de la consommation énergétique.

Ainsi, basé sur cette évaluation, pour les 8 323 membres de Communauto présents au Québec en décembre 2005, l'économie ainsi générée par l'autopartage équivaldrait à 10 100 tonnes d'équivalent CO<sub>2</sub> annuellement, ce qui correspond à 0,06 % des GES émis par le transport routier de passagers au Québec en 2003.

31 Source : Ressources naturelles Canada,  
Voir <http://oe.e.nrcan.gc.ca/transports/outils/consommation-carburant/cotes-recherche.cfm?attr=8>



**Tableau 4.6**  
**Impact de l'adhésion à Communauto sur les émissions de CO<sub>2</sub> – Scénario central**

Distance parcourue après l'adhésion à Communauto	% usagers	Km annuel <sup>a</sup>		Consommation d'essence (litre/an/membre)		Kilo CO <sub>2</sub> /an/membre		Variation	
		AVANT adhésion	APRÈS adhésion	AVANT adhésion <sup>b</sup>	APRÈS adhésion <sup>c</sup>	AVANT adhésion <sup>d</sup>	APRÈS adhésion <sup>d</sup>	Kilo CO <sub>2</sub>	%
<b>Réduction</b>	37 %	15 000	5 200	1 560	338	3 744	811	- 2 933	- 78 %
<b>Maintien</b>	28 %	6 300	6 300	655	410	1 572	983	- 590	- 38 %
<b>Augmentation</b>	35 %	2200	4 200	229	273	549	655	106	19 %
<b>MOYENNE</b>	<b>100 %</b>	<b>8 084</b>	<b>5 158</b>	<b>841</b>	<b>335</b>	<b>2 018</b>	<b>805</b>	<b>- 1 213</b>	<b>- 60 %</b>

a Données basées sur les résultats des sondages TRB 2004 (variation du kilométrage annuel parcouru avant/après adhésion à Communauto) et Communauto 2006 (distance moyenne parcourue après adhésion à Communauto).

b Selon une consommation d'essence de 10,4 litres au 100 km.

c Selon une consommation d'essence de 6,5 litres au 100 km.

d Chaque litre d'essence émet 2,4 kg de CO<sub>2</sub> équivalent.

Suite à leur adhésion à Communauto, les abonnés vont généralement accroître leur utilisation du transport en commun. Toutefois, il a été estimé que le réseau de transport en commun en place possède une capacité résiduelle et que l'accroissement de l'utilisation du transport public en résultant n'accroît pas les émissions de GES.

Les résultats calculés ici sont plus élevés que ceux présentés dans d'autres études européennes sur le sujet. Une étude suédoise publiée en 2003<sup>32</sup> démontrait que chaque abonné d'une organisation d'autopartage contribuait à une réduction de 400 kg de CO<sub>2</sub> par année, selon un éventail variant de 170 à 700 kg. La réduction obtenue de - 60 % des GES est également plus élevée que celle proposée par une étude allemande (- 54 %) et une étude belge (- 39 %). La différence peut s'expliquer par les différences entre les réalités nord-américaine et européenne, compte tenu des plus grandes distances parcourues, la plus faible densité, l'offre plus restreinte en transport public interurbain et la consommation moyenne des voitures, plus élevée du côté nord-américain. Par ailleurs, en considérant uniquement la différence de kilométrage, l'estimation obtenue ici (- 38 %) se rapproche de la valeur calculée en Belgique (- 39 %).

#### 4.4.3 AUTRES GAZ POLLUANTS

D'autres gaz d'échappement nuisibles mais non associés aux GES sont également émis par les véhicules. Il s'agit des polluants conventionnels. Ils sont néfastes pour l'environnement et dangereux pour la santé<sup>33</sup>.

32 Vägverket, « Make Space for car-sharing! Car sharing in Sweden, its definition, potential and effects, IT-solutions for administering it, and strategies to further its development », Publication 2003 : 88E, Juillet 2003

33 Source : Transports Québec, voir <http://www.mtq.gouv.qc.ca/fr/ministere/environnement/climat/gaz.asp>.



- CO** Le monoxyde de carbone (CO), une substance complètement incolore et inodore, détruit les cellules nerveuses de façon irrémédiable.
- NOx** Les oxydes d'azote (NOx) constituent un mélange de gaz oxydant et très toxiques pour les poumons, et ils contribuent à la formation des pluies acides.
- SO<sub>2</sub>** Dans l'air, le dioxyde de soufre (SO<sub>2</sub>) se transforme en acide sulfurique, un constituant des pluies acides.
- COV** Les composés organiques volatils (COV), issus de la combustion sont pour la plupart cancérigènes ou extrêmement nocifs. Le benzène qu'on ajoute dans l'essence pour augmenter l'énergie dégagée par la combustion est l'un des principaux COV émis dans les gaz d'échappement. Dans la région de Montréal, le secteur des transports émet 43 % des COV.
- PMx** Les particules solides, présentes en suspension dans les gaz d'échappement peuvent pénétrer dans les poumons et entraîner après une exposition prolongée des maladies cardiovasculaires et des cancers. Elles contiennent notamment des métaux lourds tel que le manganèse.

Le ministère des Transports du Québec utilise un modèle d'évaluation des émissions polluantes et des gaz à effet de serre qui vise à quantifier les émissions associées à la circulation routière des autos, camions et camions lourds. Il repose sur le progiciel MOBILE-6 qu'il emploie afin de dériver des taux d'émissions qui sont ensuite appliqués, en traitement ultérieur, aux résultats des simulations routières produites pour chacun des modèles régionaux avec EMME/2.

L'évaluation des émissions polluantes reliées au transport est un processus complexe qui nécessite la connaissance de nombreuses variables, tels que le type de véhicule, le type de route, le kilométrage parcouru, l'heure de la journée, la vitesse pratiquée, les conditions météorologiques, etc. Nous avons donc procédé à de nombreuses simplifications pour évaluer l'impact de l'autopartage sur les émissions polluantes. En nous basant sur les motifs de déplacement des usagers de Communauto, nous avons pu faire des hypothèses concernant la vitesse pratiquée et le type de routes parcourues. Ces hypothèses sont présentées au tableau 4.7.

**Tableau 4.7**  
**Hypothèse sur les déplacements effectués en automobile par les usagers de Communauto**

Motif de déplacement	% déplacements		% effectué en milieu urbain	% effectué sur autoroute	Vitesse urbaine (km/h)	Vitesse autoroute (km/h)
	AVANT adhésion	APRÈS adhésion *				
Travail	20 %	15 %	100 %	0 %	25	—
Épicerie	20 %	10 %	100 %	0 %	35	—
Autres emplettes	25 %	25 %	75 %	25 %	40	80
Affaires personnelles	15 %	15 %	50 %	50 %	40	100
Loisir/vacances	20 %	35 %	25 %	75 %	40	100

\* Selon les résultats du sondage 2004 de Communauto (annexe A).



Les hypothèses concernant les habitudes de déplacements après l'adhésion à Communauto proviennent des résultats du sondage 2004 de Communauto dont les résultats sont présentés à la figure 2.19. Quant aux habitudes de déplacements avant l'adhésion, elles sont basées sur le fait que l'usager qui a accès à une voiture en tout temps l'utilisera plus fréquemment pour des déplacements courts, tel que pour se rendre au travail et faire l'épicerie. Afin de déterminer le kilométrage annuel parcouru avant et après l'adhésion au service de Communauto, les mêmes hypothèses ont été posées qu'à la section précédente (voir tableau 4.6).

Des taux d'émission des gaz polluants selon le type de route et la vitesse pratiquée pour deux types de véhicules ont été obtenus du ministère des Transports<sup>34</sup>. Le premier est un véhicule léger de promenade moyen, selon la distribution des types de véhicules au Québec telle que compilée par la SAAQ en 2004, comprenant les automobiles, les camionnettes et les VUS. Le second type de véhicule est une automobile à essence moyenne. Le premier type représente la situation avant de joindre le service de Communauto et le second après l'adhésion. Les taux d'émission calculés selon les diverses hypothèses sont indiqués au tableau 4.8.

**Tableau 4.8**  
**Impact de l'adhésion à Communauto sur les émissions de gaz polluants**

Gaz polluant	Taux d'émission en g/km <sup>a</sup>		Émissions annuelles en kilo/an/membre		
	AVANT adhésion	APRÈS adhésion	AVANT adhésion <sup>b</sup>	APRÈS adhésion <sup>c</sup>	Variation
CO	6,90	7,26	56	37	- 33 %
NOX	0,571	0,585	4,6	3,0	- 35 %
SO <sub>2</sub>	0,0040	0,0038	0,03	0,02	- 40 %
PM <sub>10</sub>	0,0165	0,0156	0,13	0,08	- 40 %
PM <sub>25</sub>	0,0079	0,0071	0,06	0,04	- 43 %
COV	0,360	0,317	2,9	1,6	- 44 %

a Taux applicables uniquement pour l'évaluation environnementale de Communauto, ne doivent pas être utilisés à d'autres fins.

b Selon une distance annuelle moyenne de 4455 km par an.

c Selon une distance annuelle moyenne de 1600 km par an.

Conclusion : l'adhésion à un service d'autopartage a un impact significatif sur les émissions de polluants, les réduisant de l'ordre de 33 à 44 % suivant le gaz polluant. Globalement, les émissions de polluants passent de 63 à 42 kg par usager après l'adhésion à l'autopartage. Pour l'ensemble des 8 323 membres de Communauto, cela représente une réduction totale de 177 tonnes de gaz polluants, principalement du CO (86 % des émissions).

34 Source : les taux d'émission de base des polluants proviennent des « Modèles d'émission de polluants, de GES et de consommation de carburant pour le MOTREM –Version 4 » du SMST/MTQ.



## 4.5 Synthèse

L'adhésion à un service d'autopartage tel que Communauto a des effets bénéfiques concrets sur la réduction du parc automobile, les coûts d'utilisation des automobiles et les émissions de polluants. Chaque véhicule de Communauto contribue à réduire le parc automobile de l'ordre de 8 véhicules, selon des hypothèses modérées (valeur se situant entre les valeurs minimum de 3,6 véhicules et maximum de 12,9 véhicules). Cette réduction du parc automobile procure des impacts positifs sur la pollution liée à la production et à la disposition des voitures et la demande de stationnement, notamment dans les quartiers où l'autopartage est présent et où le stationnement est rare. Par exemple, le coût évité en aménagement de stationnements est de l'ordre de 15 M\$. Bien que les impacts positifs soient actuellement relativement marginaux, compte tenu de la faible pénétration de Communauto, à plus grande échelle ces impacts peuvent devenir significatifs.

Les abonnés de l'autopartage réalisent de grandes économies par rapport à la possession automobile, en éliminant les coûts reliés à l'achat et au financement, à l'entretien, à la réparation et aux assurances. Avec une économie annuelle moyenne de 5 900 \$ par abonné, la réduction de dépenses d'automobile des ménages membres de l'autopartage au Québec s'élève à plus de 49 M\$ par année.

Si l'autopartage accroît la mobilité de certains usagers, la distance moyenne parcourue en auto par l'ensemble des membres diminue suite à leur adhésion au service. Cette réduction moyenne est estimée à 2 900 km par année. Celle-ci a un impact direct sur la quantité de polluants émis. Chaque membre de l'autopartage au Québec contribue ainsi à réduire, en moyenne, ses émissions de gaz à effet de serre de 1,2 tonne annuellement, soit une réduction de 60 % des CO<sub>2</sub> et une réduction de 33 % à 44 % des autres gaz polluants. Selon le scénario moyen, l'ensemble des 8 323 membres de Communauto contribue ainsi à une réduction de plus de 10 000 tonnes de CO<sub>2</sub> annuellement.



## 5. IMPACT POTENTIEL DE LA MOBILITÉ COMBINÉE INCLUANT L'AUTOPARTAGE

Ce chapitre présente un exercice de simulation des impacts potentiels, notamment environnementaux, qui pourraient résulter d'une pratique à grande échelle de l'autopartage. À partir du profil des usagers de Communauto, identifié au chapitre 2, le potentiel d'adhérent à l'autopartage a été estimé pour une grande ville canadienne (Montréal), une ville canadienne de taille intermédiaire (Québec) et pour l'ensemble du Québec. Par la suite, les impacts environnementaux liés à l'autopartage évalués au chapitre 4 ont été appliqués à ce nombre potentiel d'usagers pour évaluer les impacts du service qui pourraient découler d'une pratique à plus grande échelle.

L'estimation que nous faisons ici de l'impact potentiel de l'autopartage est uniquement basée sur les caractéristiques actuelles de sa clientèle. Il n'est cependant pas exclu que la définition des clientèles attirées par cette formule évoluera avec le temps ce qui lui permettra peut-être de gagner dans l'avenir des parts de marché autrement plus importantes que celles que nous sommes en mesure d'anticiper ici.

### 5.1 Rappel du profil des usagers de Communauto

Le tableau 5.1 présente la distribution des usagers de Communauto de Montréal et de Québec en fonction de leurs principales caractéristiques.

Les profils des usagers de Communauto à Montréal et à Québec sont assez similaires :

- Ils ont principalement entre 25 et 55 ans : 85 % à Montréal et 78 % à Québec;
- Ils sont très scolarisés (niveau universitaire) : 76 % à Montréal et 70 % à Québec;
- Ils sont principalement francophones : 92 % à Montréal et 98 % à Québec;
- Ils ont un revenu annuel moyen-élevé (entre 25 000 \$ et 70 000 \$), 67 % à Montréal et 62 % à Québec;
- Ils ne possèdent pas d'auto : 90 % à Montréal et 88 % à Québec;
- Ils utilisent le transport en commun ou les modes actifs (marche et vélo) pour se rendre au travail : 89 % à Montréal et 91 % à Québec.



**Tableau 5.1**  
**Principales caractéristiques des usagers de Communauto à Montréal et Québec**

Critère	Description	Ville de Montréal	Ville de Québec
Âge	15-24 ans	3 %	3 %
	<b>25-34 ans</b>	<b>35 %</b>	<b>25 %</b>
	<b>35-44 ans</b>	<b>31 %</b>	<b>23 %</b>
	<b>45-54 ans</b>	<b>20 %</b>	<b>29 %</b>
	55-64 ans	10 %	16 %
	65 et plus	2 %	3 %
	MOYENNE	40,1	43,4
Sexe	hommes	45 %	43 %
	femmes	55 %	57 %
Scolarité	Primaire	0 %	0 %
	Secondaire	5 %	9 %
	Collégial	19 %	20 %
	<b>Universitaire</b>	<b>76 %</b>	<b>70 %</b>
Langue	<b>Français</b>	<b>92 %</b>	<b>98 %</b>
	Anglais	8 %	2 %
	Autre	1 %	1 %
Revenu	Moins de 15 000 \$	5 %	9 %
	15 001 - 25 000 \$	12 %	17 %
	<b>25 001 - 45 000 \$</b>	<b>36 %</b>	<b>37 %</b>
	<b>45 001 - 70 000 \$</b>	<b>31 %</b>	<b>25 %</b>
	70 000 \$ et +	17 %	12 %
Type de ménage	<b>personne seule sans enfant</b>	<b>35 %</b>	<b>42 %</b>
	<b>2 adultes et plus sans enfants</b>	<b>43 %</b>	<b>36 %</b>
	personne seule avec enfant(s)	6 %	7 %
	2 adultes et plus avec enfant(s)	16 %	15 %
Possession automobile	<b>0</b>	<b>90 %</b>	<b>88 %</b>
	1	9 %	11 %
	2 et plus	1 %	1 %
Mode de transport pour les déplacements résidence-travail	Auto/moto	10 %	7 %
	<b>Transport public</b>	<b>63 %</b>	<b>49 %</b>
	Taxi	0 %	2 %
	<b>Vélo</b>	<b>15 %</b>	<b>10 %</b>
	<b>Marche</b>	<b>11 %</b>	<b>31 %</b>
	Autre	0 %	1 %

Source : Communauto, Sondage 2004, Traitement TecSult 2006.



## 5.2 Facteurs favorisant la pratique de l'autopartage

Les principales variables socioéconomiques caractérisant les usagers de Communauto ont été analysées afin d'évaluer le potentiel d'usagers de l'autopartage dans l'ensemble de la population. Certaines caractéristiques n'ont pas été retenues comme étant des facteurs favorisant la pratique de l'autopartage, soit parce qu'elles ne sont pas discriminantes ou soit parce qu'elles manquent de précision. Les caractéristiques rejetées sont les suivantes :

- **Âge** : puisque les usagers de Communauto ont principalement entre 25 et 55 ans; ces groupes d'âge touchent la majorité de la population active.
- **Sexe** : cette variable n'est pas discriminante.
- **Langue** : la langue parlée à la maison n'influence pas les probabilités d'adhérer à l'autopartage, en autant que l'information décrivant le service et la publicité soit offerte dans une langue maîtrisée par l'utilisateur.
- **Revenu annuel** : le résultat du sondage indique que le revenu moyen des usagers de Communauto se situe dans la moyenne provinciale. Puisque cette variable est peu discriminante et que, de plus, elle comporte quelques lacunes (les tranches de revenus utilisées dans le sondage diffèrent de celles employées par Statistique Canada), elle n'a pas été retenue.
- **Type de ménage** : cette variable n'est pas discriminante.

Les caractéristiques qui ont donc été retenues pour l'estimation de la clientèle potentielle de la mobilité combinée comprennent ainsi :

- **Scolarité** : la scolarité élevée (niveau universitaire ou collégial) est une caractéristique prédominante des membres de Communauto.
- **Mode de transport pour les déplacements résidence – travail** : l'utilisation du transport en commun ainsi que des modes actifs (marche et vélo) pour se rendre au travail caractérise les usagers de l'autopartage.
- **La possession automobile** : le nombre d'autos par ménage, dans un secteur donné, est inversement proportionnel à la probabilité de développer l'autopartage.

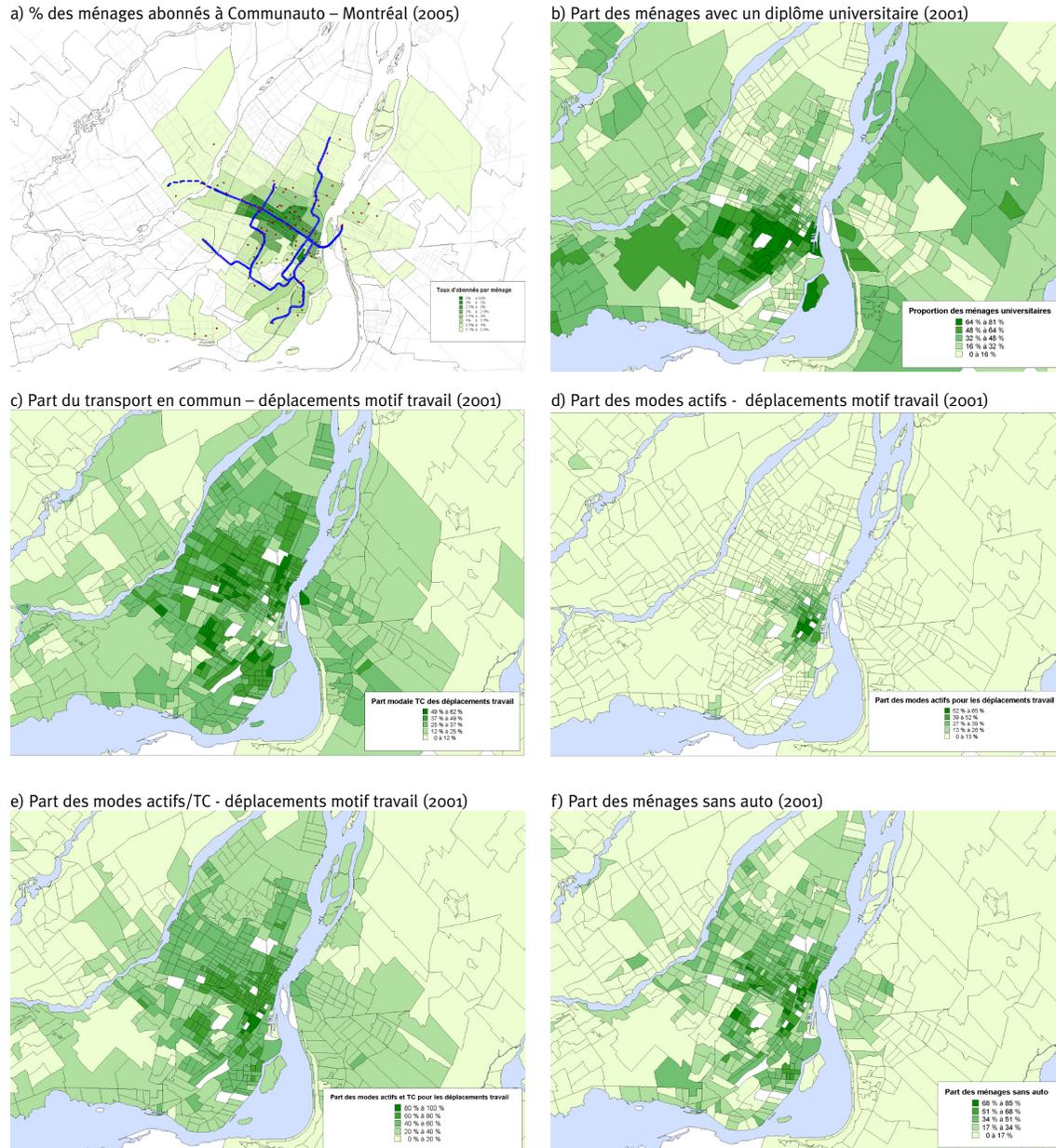
### 5.2.1 CONCENTRATION DES MÉNAGES SELON LES CARACTÉRISTIQUES RETENUES

La figure 5.1 illustre, à l'échelle montréalaise, la répartition des ménages abonnés à Communauto ainsi que la concentration des ménages correspondant à chacune des principales caractéristiques retenues.



Figure 5.1

Proportion des ménages abonnés à Communauto (2005) et proportion des ménages de la population générale avec des caractéristiques socioéconomiques favorisant la pratique de l'autopartage, région de Montréal (2001)



Sources : Communauto, 2006; Statistique Canada 2001 et AMT et al, Enquête O-D 2003.

Les secteurs où la proportion d'utilisateurs de Communauto est la plus élevée sont le centre-ville de Montréal, le Plateau Mont-Royal, Villeray, Rosemont et Outremont (figure 5.1(a)).



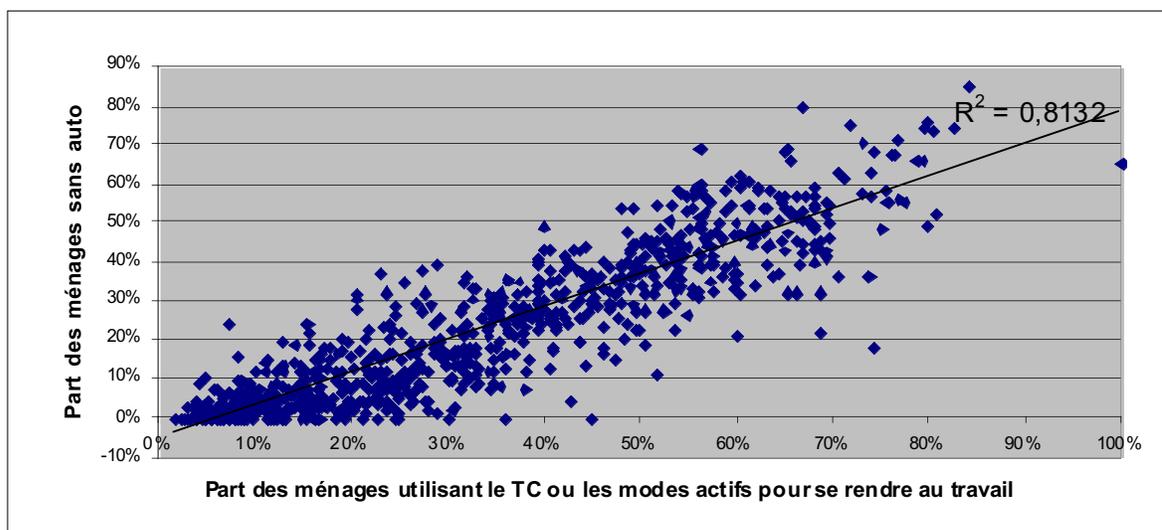
Les ménages plus scolarisés (universitaires et collégial) sont en plus forte concentration dans le cœur de Montréal (centre-ville et autour du mont Royal), dans l'ouest de l'île et dans certains secteurs de la Rive-Sud (b).

Les secteurs où le pourcentage de ménages utilisant le transport en commun pour se rendre au travail est élevé sont, quant à eux, principalement situés près d'une ligne de métro. On retrouve parmi ceux-ci le centre-ville, le Plateau Mont-Royal, Rosemont, le Sud-Est de Montréal, Villeray, Saint-Michel, Côte-des-Neiges et Verdun (c). Les secteurs avec une forte concentration de ménages qui se rendent au travail à pied ou à vélo (modes actifs) sont ceux situés au centre-ville ou à proximité (d). La somme de la proportion des ménages qui vont au travail en transport en commun, à pied ou à vélo a été calculée et est également représentée (e).

Enfin, la figure 5.1 (f) montre le pourcentage des ménages sans auto. Pour le centre de l'île et la Rive-Sud immédiate, la distribution des ménages sans auto est assez similaire à la distribution des ménages utilisant le transport en commun ou les modes actifs pour se rendre au travail. Cela peut ainsi suggérer que les usagers qui utilisent le transport en commun ou les modes actifs pour se rendre au travail ont généralement moins d'autos.

La droite de corrélation établie entre ces deux variables (figure 5.2) et le coefficient de corrélation de 0,81 pour la région de Montréal semble en effet indiquer une relation assez forte entre ces deux variables. Une différence significative dans l'Ouest de l'île et sur la Rive-Sud peut toutefois être notée; il s'agit vraisemblablement d'usagers possédant une auto mais utilisant le train pour se rendre au travail.

**Figure 5.2**  
**Relation entre l'utilisation des modes actifs et de transport collectif pour des déplacements travail et les ménages sans auto**



Sources : Communauto 2004 et AMT, Enquête O-D 2003; Traitement Tecsub, 2006.



### 5.2.2 MÉNAGES PRÉSENTANT UN POTENTIEL D'ADHÉSION À L'AUTOPARTAGE

Comme le profil des usagers de Communauto de Montréal et de Québec est assez similaire, les mêmes critères pour l'estimation de la clientèle potentielle de l'autopartage ont été utilisés dans les deux villes. Selon les trois variables retenues (scolarité, mode pour se rendre au travail et possession automobile), cinq groupes d'usagers différents présentant un potentiel d'adhésion à l'autopartage ont été établis et sont décrits au tableau 5.2.

**Tableau 5.2**  
**Définition des groupes de ménages potentiels d'adhésion à l'autopartage/mobilité combinée**

Groupe	Potentiel	Description
<b>Groupe 1</b>	Élevé	(Nombre de ménages) x (% utilisant les modes actifs) x (% universitaire et collégial)
<b>Groupe 2</b>	Élevé	(Nombre de ménages) x (% o auto) x (% universitaire et collégial) – (Groupe 1)
<b>Groupe 3</b>	Moyen	(Nombre de ménages) x (% 1 auto) x (% universitaire et collégial)
<b>Groupe 4</b>	Faible	(Nombre de ménages) x (% o auto) x (1 – % universitaire et collégial)
<b>Groupe 5</b>	Très faible	(Nombre de ménages) x (% 1 auto) x (1 – % universitaire et collégial)

Les données de Statistique Canada utilisées ne permettent pas de faire des analyses croisées, c'est-à-dire d'obtenir par exemple le nombre de ménages combinant à la fois un diplôme universitaire et ne possédant pas d'auto. Il aurait été ainsi possible de définir un bassin de population avec des caractéristiques bien précises. Afin de pallier à cette lacune, les parts des ménages avec des caractéristiques données (universitaire et sans auto, par exemple) ont été multipliées entre elles. Cette méthode constitue une approximation raisonnable du bassin de population désiré.

Les différents groupes de ménages définis pour l'estimation du potentiel d'usagers à l'autopartage ont été déterminés ainsi :

- Le **groupe 1** représente un potentiel d'adhésion élevé à l'autopartage. Pour chaque secteur de recensement, le pourcentage de la population occupée utilisant les modes actifs pour se rendre au travail a été multiplié par le pourcentage de la population avec un diplôme universitaire ou collégial. Une corrélation forte a été établie entre les secteurs où l'utilisation des modes actifs pour se rendre au travail est élevée et les lieux de résidence des membres de Communauto.
- Le **groupe 2** a été obtenu en multipliant le nombre de ménages par la proportion des ménages avec un diplôme universitaire ou collégial et par la proportion des ménages sans auto. Puisque les individus utilisant les modes actifs pour se rendre au travail sont généralement sans auto, le groupe 1 a été soustrait. Le groupe 2 présente également un potentiel d'adhésion élevé.
- Le nombre de ménages du **groupe 3** a été déterminé en multipliant la part des ménages possédant une auto à celle possédant un diplôme universitaire ou collégial. D'après le sondage de Communauto, 24 % des abonnés de Communauto se sont départis d'un véhicule suite à leur adhésion. Ils sont ainsi 29 % des abonnés qui possèdent actuellement une auto ou qui en possédaient une avant leur adhésion. Les ménages avec une auto sont donc également un marché important. Ils sont également 2 % des abonnés à avoir vendu leur deuxième auto suite à leur



adhésion à Communauto. Ce marché d'utilisateurs utilisant Communauto comme deuxième véhicule demeure toutefois marginal actuellement, même s'il est important aux États-Unis.

- Les **groupes 4 et 5** présentent un potentiel d'adhésion considéré plus faible. Il s'agit des ménages ne possédant pas de diplôme universitaire ou collégial. Dans le cas du groupe 4, ce nombre de ménage est factorisé par la proportion ne possédant pas d'auto et pour le groupe 5, par la proportion possédant une auto. La propension d'adhésion du groupe 4 est considérée faible et celle du groupe 5 très faible, mais ces deux groupes constituent des bassins de population importants. Il est important de souligner que ces groupes constituent un marché significatif pour l'autopartage aux États-Unis.

En plus du profil de l'utilisateur, le potentiel d'adhésion à l'autopartage dépend en grande partie des caractéristiques du milieu environnant, tel que mentionné au chapitre 2. Les probabilités de succès de l'autopartage sont plus élevées dans les quartiers où le stationnement est restreint, où l'offre en transport en commun est importante, où les déplacements à pied ou à vélo sont favorisés et où la densité est élevée. Ainsi, pour tenir compte de l'importance de la dimension spatiale dans l'évaluation du potentiel d'utilisateurs, chacune des deux villes étudiées a été divisée en 4 zones, qui se distinguent par leur densité et l'offre en transport en commun. La définition de ces zones pour Montréal et Québec est précisée aux sections suivantes.

### 5.3 Potentiel de l'autopartage à Montréal

La population de la région métropolitaine de Montréal était de 3,42 M selon le recensement 2001 et comptait 1,42 M de ménages. Le nombre d'abonnés à Communauto au début de 2006 dans la région métropolitaine était de 6 767, ce qui représente une pénétration du marché d'environ 0,5 % des ménages de la région métropolitaine. La section qui suit évaluera le potentiel d'utilisateurs de l'autopartage ou de la mobilité combinée dans la région de Montréal.

Tel que mentionné, le potentiel d'adhésion à l'autopartage/mobilité combinée dépend en grande partie des caractéristiques socioéconomiques des utilisateurs mais également du milieu urbain où ils vivent, notamment la densité du développement et la diversité des activités présentes. La région de Montréal a ainsi été divisée en quatre zones, de façon à refléter le mieux possible les potentiels différents d'adhésion à l'autopartage/mobilité combinée. Ainsi, les zones suivantes sont illustrées à la figure 5.3 :

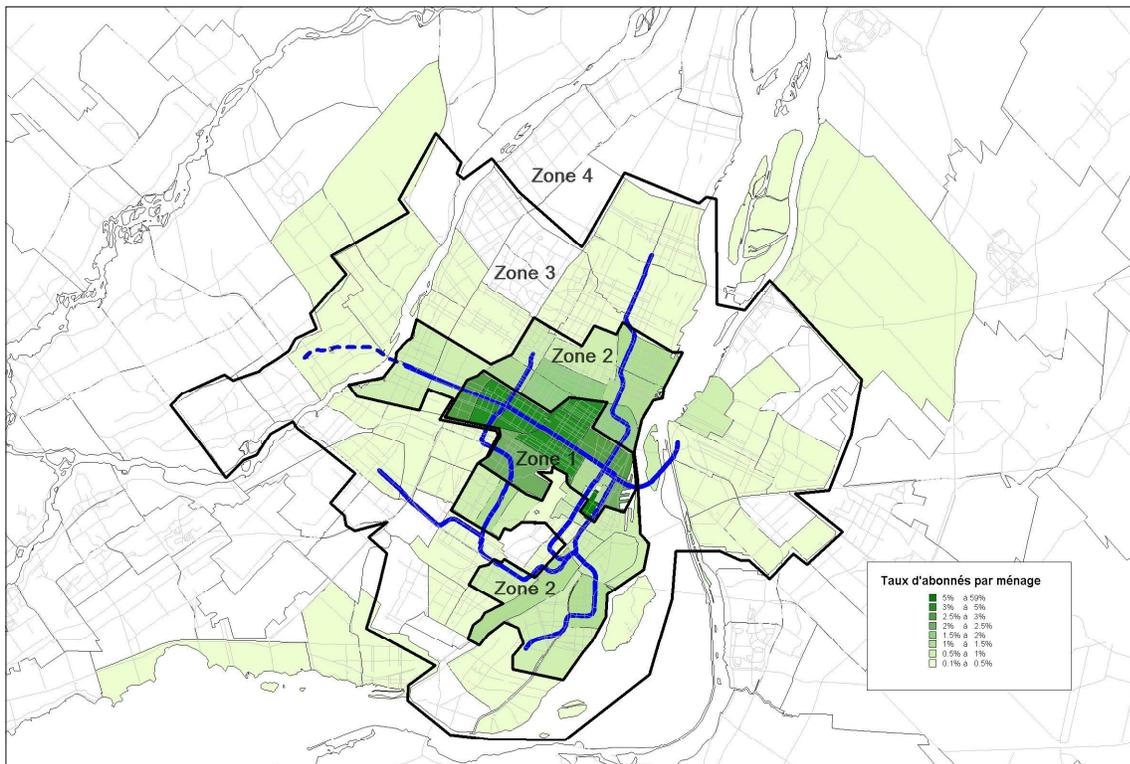
- La **zone 1** est celle où le potentiel est estimé le plus élevé, puisqu'il s'agit d'une zone où la densité est élevée et qui est bien desservie par le transport en commun. On y retrouve principalement les secteurs du centre-ville, du Plateau-Mont-Royal, de Villeray et d'Outremont.
- La **zone 2** est située en périphérie de la zone 1 et son potentiel d'adhésion est estimé similaire à celui de la zone 1. À l'instar de la zone 1, la densité du développement et l'offre en transport en commun sont relativement élevés. Cette zone comprend les secteurs de Montréal Sud-Est et Sud-Ouest, Verdun, Côte-des-Neiges, d'une partie d'Achilles, de Saint-Michel et de Rosemont.
- La **zone 3** comprend d'autres secteurs desservis par le métro, de même que le centre de l'île, le sud de Laval et des secteurs de Longueuil et de St-Lambert. La densité de population y est plus faible qu'en zone 2 et conséquemment, le potentiel d'adhésion y est estimé inférieur.
- La **zone 4** est celle dont le potentiel estimé est le plus faible. Elle comprend les extrémités est et



ouest de l'île de Montréal, une grande partie de Laval, la couronne Nord et la couronne Sud. Cette zone se caractérise par une faible densité de développement. Bien que de nombreux secteurs soient desservis par le train de banlieue, cette offre en transport en commun ne peut se comparer à celle du métro, en raison du nombre limité de destinations directement desservies et du service généralement conçu pour la desserte des déplacements en périodes de pointe.

Pour chacune des quatre zones de la région de Montréal, le nombre de ménages a été calculé en fonction des cinq groupes de ménages potentiels définis précédemment (voir 5.2.2). Les données du recensement 2001 de Statistique Canada ont été utilisées, ainsi que les résultats de l'enquête origine-destination 2003 afin d'obtenir la proportion des ménages avec une auto et sans auto.

**Figure 5.3**  
**Zones de potentiel de la région de Montréal**



Source : Communauto 2005; Traitement Tecsub 2006.

Le nombre de ménages potentiels par zone et par groupe est estimé au tableau 5.3 pour la région de Montréal. Un total de 946 206 ménages dans la région de Montréal répondant à l'un ou à l'autre des critères d'adhésion à l'autopartage/mobilité combinée établis, soit 67 % de la population, est ainsi obtenu. Ce total correspond au nombre maximal d'adhérents dans le cas où la pénétration du marché serait de 100 %.



**Tableau 5.3**  
**Bassin potentiel d'adhésion à l'autopartage/mobilité combinée – Montréal**

Zone	N O M B R E D E M É N A G E S P O T E N T I E L S						Nombre total de ménages	Proportion potentiel / population totale
	Groupe 1 Modes actifs et scolarisé	Groupe 2 Sans auto et scolarisé	Groupe 3 Une auto et scolarisé	Groupe 4 Sans auto et peu scolarisé	Groupe 5 Une auto et peu scolarisé	TOTAL		
<b>Zone 1</b>	18 125	17 507	30 052	18 545	15 570	<b>99 800</b>	108 760	92 %
<b>Zone 2</b>	17 472	35 279	56 569	48 256	52 716	<b>210 292</b>	239 835	88 %
<b>Zone 3</b>	13 267	34 675	103 160	62 088	125 596	<b>338 786</b>	449 975	75 %
<b>Zone 4</b>	11 895	8 746	112 371	25 382	138 934	<b>297 328</b>	617 200	48 %
<b>TOTAL</b>	<b>60 759</b>	<b>96 208</b>	<b>302 151</b>	<b>154 271</b>	<b>332 817</b>	<b>946 206</b>	<b>1 415 770</b>	<b>67 %</b>

Il n'est toutefois pas réaliste de croire que tous ces ménages vont adhérer à l'autopartage. La pénétration du marché devrait se situer bien en dessous des 100 %, particulièrement pour les groupes de ménages 4 et 5 ainsi que pour la zone 4. Le tableau 5.4 indique les hypothèses de taux de pénétration du marché qui ont été utilisées pour l'estimation du potentiel d'adhésion de ménages à l'autopartage/mobilité combinée.

**Tableau 5.4**  
**Scénario de pénétration du marché de l'autopartage/mobilité combinée utilisé · Montréal**

Zone	Groupe 1 Modes actifs et scolarisé	Groupe 2 Sans auto et scolarisé	Groupe 3 Une auto et scolarisé	Groupe 4 Sans auto et peu scolarisé	Groupe 5 Une auto et peu scolarisé	MOYENNE
<b>Zone 1</b>	50 %	50 %	25 %	15 %	10 %	30 %
<b>Zone 2</b>	50 %	50 %	25 %	15 %	10 %	25 %
<b>Zone 3</b>	20 %	20 %	10 %	5 %	3 %	8 %
<b>Zone 4</b>	4 %	4 %	2 %	2 %	0 %	1 %
<b>MOYENNE</b>	<b>34 %</b>	<b>35 %</b>	<b>11 %</b>	<b>9 %</b>	<b>3 %</b>	<b>12 %</b>

Ces taux ont notamment été établis en considérant les taux de pénétration actuels de Communauto (voir annexe G). Les taux estimés sont plus élevés pour les groupes de ménages 1 et 2, soit les ménages scolarisés (diplôme universitaire ou collégial) sans auto et utilisant les modes actifs pour se rendre au travail. Le taux est de 50 % pour ces deux groupes dans les zones 1 et 2. En s'éloignant du centre, les taux de pénétration des ménages utilisés diminuent; il est de 20 % pour la zone 3 et de 4 % pour la zone 4. Les ménages scolarisés possédant une auto (groupe 3) ont un taux de pénétration deux fois plus faible que les groupes 1 et 2; il est de 25 % pour les zones 1 et 2, de 10 % pour la zone 3 et de 2 % pour la zone 4. Les groupes 4 et 5, représentent les ménages peu scolarisés (niveau primaire ou secondaire), leur potentiel d'adhésion est donc estimé beaucoup plus faible. Le taux de pénétration utilisé dans ces derniers cas varie de 2 % à 15 % pour les ménages sans auto et de 0 % à 10 % pour les ménages avec une auto.



En appliquant ces taux de pénétration du marché (tableau 5.4) au nombre de ménages présenté précédemment (tableau 5.3), on obtient le nombre de ménages potentiels susceptibles d'adhérer à l'autopartage/mobilité combinée à Montréal. Les résultats sont présentés au tableau 5.5.

**Tableau 5.5**  
**Clientèle potentielle estimée à partir du scénario de pénétration**  
**Nombre de ménages potentiels d'adhésion à l'autopartage / mobilité combinée – Montréal**

Zone	N O M B R E D E M É N A G E S P O T E N T I E L S					TOTAL	Nombre total de ménages	% du nombre total de ménages
	Groupe 1 Modes actifs et scolarisé	Groupe 2 Sans auto et scolarisé	Groupe 3 Une auto et scolarisé	Groupe 4 Sans auto et peu scolarisé	Groupe 5 Une auto et peu scolarisé			
<b>Zone 1</b>	9 063	8 753	7 513	2 782	1 557	<b>29 668</b>	108 760	27 %
<b>Zone 2</b>	8 736	17 640	14 142	7 238	5 272	<b>53 028</b>	239 835	22 %
<b>Zone 3</b>	2 653	6 935	10 316	3 104	3 768	<b>26 777</b>	449 975	6 %
<b>Zone 4</b>	476	350	2 247	508	0	<b>3 581</b>	617 200	0,6 %
<b>TOTAL</b>	<b>20 928</b>	<b>33 678</b>	<b>34 219</b>	<b>13 632</b>	<b>10 597</b>	<b>113 053</b>	<b>1 415 770</b>	<b>8 %</b>

Au total, le potentiel d'adhérents au service de l'autopartage/mobilité combinée est de 113 053 ménages dans la région de Montréal. Par rapport à la population totale de la région, le taux de pénétration est de 8 %, variant entre 27 % dans la zone 1 et 0,6 % dans la zone 4.

## 5.4 Potentiel de l'autopartage à Québec

La population de la région métropolitaine de recensement (RMR) de Québec était de 680 000 en 2001, comprenant 295 000 ménages. Toutefois, le territoire utilisé pour cette étude est plutôt celui défini par l'enquête Origine-Destination de 2001, puisque les données concernant le nombre d'autos par logis proviennent de cette enquête. Le territoire de l'enquête OD comporte une population de 537 000 habitants et 238 000 ménages, soit environ 80 % du territoire de la RMR en termes de population. Au début de l'année 2006, on comptait 1 716 abonnés de Communauto dans la région de Québec, correspondant à un taux de pénétration des ménages de la région de l'ordre de 0,7 %.

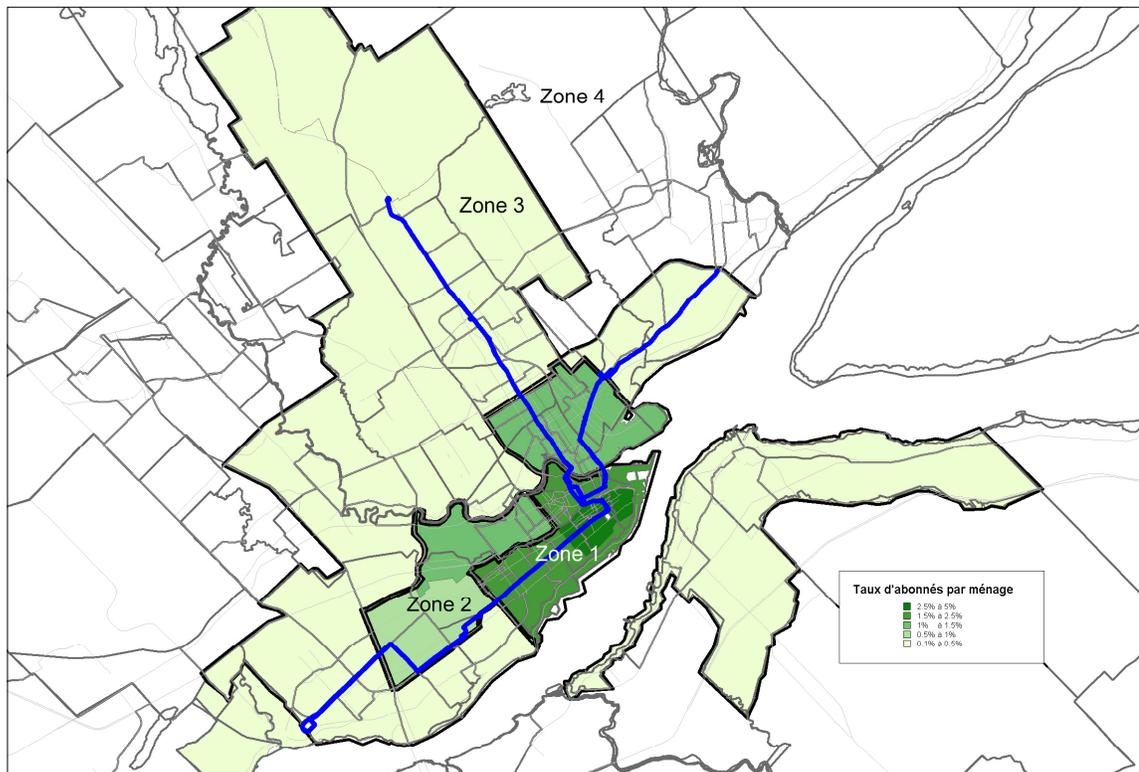
La même méthodologie que pour la région de Montréal a été employée pour estimer le nombre d'usagers potentiels à l'autopartage dans la région de Québec. La région a tout d'abord été subdivisée en quatre zones qui diffèrent selon leur potentiel d'adhésion à l'autopartage (voir figure 5.4). À l'instar de la région de Montréal, le potentiel d'usagers est estimé plus élevé dans la zone centrale de la région de Québec que dans sa partie périphérique, tel qu'explicité ci-après :

- La **zone 1** est celle où le potentiel est estimé le plus élevé, puisqu'il s'agit de la zone où la densité est la plus élevée et l'offre de transport en commun la plus importante. On y retrouve principalement les secteurs de la Haute-Ville, de Saint-Roch et de Saint-Sauveur.



- La **zone 2** est située immédiatement en périphérie de la zone 1. La densité et l'offre en transport en commun y sont relativement élevées. Le potentiel d'adhésion y est conséquemment considéré similaire à la zone 1. Cette zone comprend les secteurs de Limoilou, de Saint-Malo et le centre de Sainte-Foy.
- La **zone 3** comprend des secteurs qui sont desservis par le service d'autobus express Métrobus et les zones situées en périphérie du centre de l'agglomération, soit Charlesbourg, Beauport, Duberger – Les Saules et l'ouest de Sainte-Foy. La densité de population y est légèrement plus faible qu'en zone 2. Son potentiel d'adhésion y est donc estimé inférieur.
- La **zone 4** est celle dont le potentiel estimé est le plus faible. Elle comprend le reste de l'agglomération. Cette zone se caractérise par une faible densité et une offre de service de transport en commun insuffisante pour satisfaire pleinement les besoins de mobilité, notamment en périodes hors pointe.

**Figure 5.4**  
**Zones de potentiel de la région de Québec**



Source : Communauto 2005; Traitement Tecsult 2006.

Le nombre de ménages dans la région de Québec correspondant aux différents groupes potentiels a été calculé en fonction de leur localisation (zones) et est présenté au tableau 5.6. Sur les 238 000 ménages de la région de Québec, un total de 151 000 (64 %) a été estimé comme faisant partie du bassin de clientèle potentielle à l'autopartage.



**Tableau 5.6**  
Bassin potentiel d'adhésion à l'autopartage/mobilité combinée · Québec

Zone	N O M B R E D E M É N A G E S P O T E N T I E L S					TOTAL	Nombre total de ménages	Proportion potentiel / population totale
	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5			
	Modes actifs et scolarisé	Sans auto et scolarisé	Une auto et scolarisé	Sans auto et peu scolarisé	Une auto et peu scolarisé			
<b>Zone 1</b>	6 792	1 134	10 414	5 439	6 841	<b>30 620</b>	34 700	88 %
<b>Zone 2</b>	2 825	1 621	9 769	6 461	12 845	<b>33 521</b>	41 300	81 %
<b>Zone 3</b>	2 550	1 090	20 521	4 087	21 623	<b>49 872</b>	82 300	61 %
<b>Zone 4</b>	1 406	180	15 566	1 639	18 680	<b>37 471</b>	79 875	47 %
<b>TOTAL</b>	<b>13 573</b>	<b>4 025</b>	<b>56 270</b>	<b>17 627</b>	<b>59 989</b>	<b>151 484</b>	<b>238 175</b>	<b>64 %</b>

Comme à Montréal, seule une proportion de ces ménages peut être considérée comme clients potentiels de l'autopartage. Ce potentiel diminue à mesure que l'on s'éloigne du centre de Québec et selon que les ménages possèdent une auto ou non et qu'ils soient peu scolarisés plutôt que très scolarisés. Le tableau 5.7 montre le potentiel d'adhésion estimé pour chacun des groupes de la région de Québec. De fait, des taux identiques de pénétration à ceux de la région de Montréal ont été ici utilisés.

**Tableau 5.7**  
Scénario de pénétration du marché de l'autopartage/mobilité combinée utilisé · Québec

Zone	Groupe 1 Modes actifs et scolarisé	Groupe 2 Sans auto et scolarisé	Groupe 3 Une auto et scolarisé	Groupe 4 Sans auto et peu scolarisé	Groupe 5 Une auto et peu scolarisé	MOYENNE
<b>Zone 1</b>	50 %	50 %	25 %	15 %	10 %	30 %
<b>Zone 2</b>	50 %	50 %	25 %	15 %	10 %	25 %
<b>Zone 3</b>	20 %	20 %	10 %	5 %	3 %	8 %
<b>Zone 4</b>	4 %	4 %	2 %	2 %	0 %	1 %
<b>MOYENNE</b>	<b>34 %</b>	<b>35 %</b>	<b>11 %</b>	<b>9 %</b>	<b>3 %</b>	<b>12 %</b>

En multipliant les pourcentages estimés de taux de pénétration par le nombre de ménages, on obtient le nombre de ménages potentiels susceptibles d'adhérer à l'autopartage à Québec. Au total, le potentiel calculé est de 19 026 ménages (tableau 5.8). Par rapport à la population totale de la grande région de Québec, le taux de pénétration potentiel de celui-ci serait de 8 %, variant entre 23 % dans la zone 1 et 0,5 % dans la zone 4. Le taux moyen estimé pour les zones 1 à 3 est de 12 %.



**Tableau 5.8**  
**Clientèle potentielle estimée à partir du scénario de pénétration**  
**Nombre de ménages potentiels d'adhésion à l'autopartage/mobilité combinée · Québec**

Zone	N O M B R E D E M É N A G E S P O T E N T I E L S					TOTAL	Nombre total de ménages	% du nombre total de ménages
	Groupe 1 Modes actifs et scolarisé	Groupe 2 Sans auto et scolarisé	Groupe 3 Une auto et scolarisé	Groupe 4 Sans auto et peu scolarisé	Groupe 5 Une auto et peu scolarisé			
<b>Zone 1</b>	3 396	567	2 603	816	684	<b>8 066</b>	34 700	23 %
<b>Zone 2</b>	1 412	811	2 442	969	1 285	<b>6 919</b>	41 300	17 %
<b>Zone 3</b>	510	218	2 052	204	649	<b>3 633</b>	82 300	4 %
<b>Zone 4</b>	56	7	311	33	0	<b>408</b>	79 875	0,5 %
<b>TOTAL</b>	<b>5 375</b>	<b>1 603</b>	<b>7 409</b>	<b>2 022</b>	<b>2 617</b>	<b>19 026</b>	<b>238 175</b>	<b>8 %</b>

## 5.5 Impacts potentiels

Tel que décrit au chapitre 4, l'adhésion à l'autopartage a des effets bénéfiques sur la possession automobile et les émissions de polluants. Basés sur les résultats précédents, les impacts potentiels du service en termes de réduction du parc automobile et des émissions de polluants ont été estimés pour l'ensemble de la province de Québec.

### 5.5.1 PARC AUTOMOBILE

Il a été établi à la section 4.2 que chaque véhicule mis en service par Communauto se substitue en moyenne à entre 3,6 et 12,9 véhicules, à l'échelle de la province de Québec. Ces taux varient quelque peu selon la ville, comme le montre le tableau 5.9. Ce tableau indique également la réduction potentielle du parc automobile, selon le nombre d'usagers potentiels estimé à la section précédente pour Montréal et Québec. De plus, un nombre d'usagers potentiels dans la province de Québec a été estimé, en supposant une part de 5 % de la clientèle totale dans les autres villes du Québec. Cette part est actuellement de 2 % (voir 2.3.2), mais va vraisemblablement croître puisque le développement de ces marchés est très récent.

Les 113 000 ménages abonnés potentiels de Montréal, si ce marché se matérialise, contribueraient ainsi à réduire le parc automobile de 19 800 à 71 200 véhicules, ce qui constituerait une réduction considérable et pourrait avoir des impacts notables sur la congestion, la pollution de l'air et la demande en stationnement dans les quartiers où l'autopartage est présent. À Québec, cette réduction se situerait entre 3 900 et 13 000 véhicules. Pour l'ensemble du Québec, on parle d'une réduction pouvant aller jusqu'à 89 400 véhicules, soit 2,1 % du parc automobile (automobiles et camions légers)<sup>35</sup>.

35 Somme des automobiles et camions légers immatriculés dans la province de Québec en 2004, selon le Bilan de la SAAQ 2004.



**Tableau 5.9**  
**Impact potentiel de l'autopartage/mobilité combinée sur la réduction du parc automobile**

	Montréal	Québec	Province de Québec
Nombre de véhicules en moins pour chaque véhicule d'autopartage			
<b>Valeur minimale</b>	3,5	4,1	3,6
<b>Valeur moyenne</b>	8,0	8,9	8,3
<b>Valeur maximale</b>	12,6	13,7	12,9
Nombre d'abonnés potentiels	113 053	19 026	138 683
Nombre potentiel de véhicules de Communauto*	5 653	951	6 934
Nombre potentiel de véhicules en moins			
<b>Valeur minimale</b>	19 800	3 900	25 200
<b>Valeur moyenne</b>	45 500	8 500	57 300
<b>Valeur maximale</b>	71 200	13 000	89 400

\* Selon un ratio de 20 membres par auto

#### 5.5.2 ÉMISSION DE POLLUANTS

Il a été estimé que chaque abonné à Communauto réduisait ses émissions de gaz à effet de serre (GES) de 1,2 tonne par année. Si on applique cette réduction aux 138 700 ménages membres potentiels estimés pour la province de Québec, la réduction annuelle des GES qui en résulterait serait de 168 kilotonnes par année. D'après Ressources Naturelles Canada, les véhicules légers (automobiles et camions légers) ont produit 16 700 kilotonnes de CO<sub>2</sub> en 2003 dans la province de Québec. Les usagers de l'autopartage pourraient ainsi contribuer à réduire les émissions provinciales du secteur des véhicules légers de 1 %. Ceci correspond à 1,66 % de la cible du Plan vert québécois pour l'horizon 2012 (– 10 millions de tonnes).

En ce qui concerne les autres gaz polluants, le principal est le monoxyde de carbone (CO). La réduction potentielle annuelle à l'échelle du Québec serait de 2 500 tonnes. Le tableau 5.10 présente la réduction potentielle estimée pour les divers polluants.

Précisons que pour fin de simplification et afin de rester conservateurs, nous avons ici fait l'hypothèse qu'un seul des membres de ces ménages ne serait en moyenne abonné à l'autopartage. Dans la pratique, des abonnements de type « familial » sont également offerts par Communauto.



**Tableau 5.10**  
**Impacts environnementaux potentiels au Québec**

Gaz polluant	Réduction (kilo/membre/an)	Réduction potentielle totale (tonne/an)
CO <sub>2</sub> (GES)	1 213	168 239
CO	18	2 538
NO <sub>x</sub>	2	221
SO <sub>2</sub>	0	2
PM <sub>10</sub>	0	7
PM <sub>2,5</sub>	0	4
COV	1	178

## 5.6 Synthèse

À partir du profil de la clientèle actuelle des usagers de Communauto et des impacts estimés du service sur leur comportement en mobilité, une simulation a été réalisée pour une grande agglomération canadienne (Montréal) et une agglomération canadienne de taille intermédiaire (Québec) afin d'évaluer les impacts potentiels de cette formule dans le cas d'une pratique à plus grande échelle.

Selon les hypothèses retenues, le potentiel de pénétration de l'autopartage auprès des ménages est évalué à environ 8 %, ce qui donnerait 113 000 ménages abonnés dans la région de Montréal et 19 000 ménages abonnés dans la région de Québec. À l'échelle de la province, le potentiel de ménages abonnés est estimé à près de 139 000.

La matérialisation de ce marché pourrait contribuer à réduire le parc automobile de 19 800 à 71 200 véhicules à Montréal et de 3 900 à 13 000 à Québec. Pour l'ensemble du Québec, on parle d'une réduction se situant entre 57 300 et 89 400 véhicules (d'après les scénarios moyen et maximum); ceci correspondrait respectivement à 1,4 % et 2,1 % de la taille actuelle du parc automobile québécois (automobiles et camions légers). Cette réduction très significative du nombre de véhicules pourrait avoir des impacts sensibles sur la congestion, la pollution de l'air et la demande en stationnement dans les quartiers où l'autopartage est présente.

En termes de réduction de gaz à effet de serre (GES), les évaluations réalisées estiment cette retombée à 168 kilotonnes par année, ce qui pourrait contribuer à réduire les émissions provinciales des véhicules légers de 1 %. Quant aux autres gaz polluants, le principal est le monoxyde de carbone (CO). La réduction potentielle annuelle calculée à l'échelle du Québec est estimée à environ 2 500 tonnes.





## 6. CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

### 6.1 Rappel des objectifs

La combinaison de l'autopartage et du transport en commun, dans le contexte d'une offre formelle de mobilité combinée, est un moyen de plus en plus utilisé, dans le monde, pour offrir à la population une véritable solution de rechange à l'automobile privée et pour maximiser l'attrait de ces deux services. Ce concept de mobilité a déjà été introduit dans plusieurs villes européennes, notamment en Allemagne et en Suisse, dans le cadre de partenariats entre des compagnies d'autopartage, des sociétés de transport en commun et des sociétés de chemin de fer.

Le présent projet de recherche portait sur la réalisation et l'évaluation, par Communauto et ses partenaires (RTC, STO, STL, Vrtucar), d'expériences de mobilité combinée intégrant selon différentes formules de partenariat des services de transport en commun et d'autopartage dans quatre villes canadiennes. Ce projet a été réalisé dans le cadre du programme « Initiatives de planification des transports et d'intégration modale » de Transports Canada. Il avait pour objectifs :

- d'évaluer les impacts actuels et potentiels de la mobilité combinée incluant l'autopartage sur le parc automobile, les coûts d'utilisation de l'auto, les déplacements, la consommation énergétique et l'environnement;
- d'élaborer, d'expérimenter et de promouvoir des partenariats entre des organismes d'autopartage et des sociétés de transport en commun et d'en étudier les retombées;
- de formuler des recommandations dans le but de favoriser l'élargissement de ces ententes et de permettre leur réplique dans d'autres villes canadiennes.

Une analyse des données antérieures disponibles, de même que la réalisation de sondages ont en outre été utilisés dans le but de pouvoir procéder aux évaluations requises pour répondre à ces objectifs. Des comparaisons avec les résultats d'études réalisées à l'étranger ont aussi été faites lorsque possible.

### 6.2 Profil des usagers de l'autopartage

Les données analysées auprès des usagers de Vrtucar et de Communauto ont fait ressortir les constats suivants :

- Ils ont principalement entre 25 et 55 ans : 85 % à Montréal, 78 % à Québec et 93 % à Ottawa (25 à 59 ans); l'âge moyen est d'environ 40 ans;
- les femmes sont légèrement surreprésentées;
- Ils sont très scolarisés (niveau universitaire) : 76 % à Montréal, 70 % à Québec et 91 % à Ottawa;



- Ils ont un revenu annuel moyen-élevé (entre 25 000 \$ et 70 000 \$) : 67 % à Montréal, 62 % à Québec et 56 % à Ottawa;
- au Québec, la clientèle semble se recruter plus difficilement chez les ménages à faible revenu et chez les ménages à haut revenu; la première remarque s'applique à Ottawa alors que les ménages à haut revenu y sont, par contre, surreprésentés (> 70 000 \$ = 41 %);
- les ménages avec enfants constitués d'un couple se retrouvent parmi les utilisateurs de Communauto dans des proportions presque similaires (légèrement inférieures) à celles de l'ensemble de la population (14 % contre 17 % à Montréal et 10 % contre 11 % à Québec) alors que les familles monoparentales y sont sous-représentées; à Ottawa, ce sont les familles monoparentales qui sont surreprésentées (23 % contre 16 %) alors que les couples avec enfants sont sous-représentés.

En ce qui concerne le comportement en déplacement des usagers de l'autopartage de même que l'influence de l'autopartage sur celui-ci, on constate :

- que les usagers de l'autopartage font, par rapport à la population en général, un usage beaucoup plus intensif du transport en commun et des modes de déplacements actifs;
- qu'ils utilisent le transport en commun ou les modes actifs (marche et vélo) pour se rendre au travail : 89 % à Montréal, 91 % à Québec et 81 % à Ottawa;
- que l'adhésion à l'autopartage a contribué à accentuer cette pratique;
- qu'ils ne possèdent pas d'automobile dans 89 % des cas au Québec et dans 88 % des cas en Ontario;
- que l'autopartage compte pour beaucoup dans ce dernier constat dans la mesure où plus des trois-quarts des usagers affirment avoir soit renoncé à l'achat d'un véhicule ou s'être départi d'un véhicule déjà en possession comme conséquence de leur adhésion au service.

Ces résultats confirment l'existence de l'établissement d'une forme informelle de mobilité combinée dès lors qu'un service d'autopartage devient disponible et ce, en dépit de l'absence d'entente de partenariat formelle entre ces entreprises et des sociétés de transport public.

### **6.3 Expériences de partenariat autopartage et transport en commun**

Malgré la période relativement courte couverte par le projet (18 mois) :

- trois nouvelles ententes de partenariat ont finalement été conclues avec succès entre Communauto et des sociétés de transport, à Québec, à Gatineau et à Laval;



- deux sociétés de transport de même qu'une agence de transport non pressenties initialement se sont jointes à l'initiative en cours de route, soit la STL et l'Agence métropolitaine de transport (AMT), de même que la Société de transport de Lévis (ST Lévis), qui s'est associée au projet impliquant Communauto et le RTC;
- le partenariat déjà conclu entre Vrtucar et OC Transpo a été maintenu et ses effets documentés.

Ce sont des formules d'abonnement annuel au transport en commun qui ont surtout servi d'assise pour la conclusion de ces ententes. Divers types de contrats ont été utilisés pour sceller les partenariats : des conventions de type « programme employeur » à Québec et à Ottawa, un contrat de consignation à Laval et une simple entente de principe, à Gatineau, où les deux partenaires ont convenu de gérer indépendamment leurs abonnements respectifs.

Les différentes offres de mobilité combinées proposées au public ont été adoptées, globalement, par environ 12 % des usagers de l'autopartage de l'ensemble des villes considérées; ce pourcentage variant de 10 % à Québec, et atteignant jusqu'à 55 % à Laval. Au total quelque 300 personnes s'en s'ont prévaluées. Les constats suivants ont pu être faits :

- la conversion en faveur de l'abonnement annuel au transport en commun de ces quelques 300 usagers de l'autopartage s'est traduite par une augmentation des ventes de titres de transports mensuels chez ceux-ci. Cette augmentation est de + 14 % à Laval, de + 19 % à Gatineau, de + 31 % à Québec et de + 76 % à Ottawa;
- entre 10 et 21 % des nouveaux adhérents à *L'abonne BUS*, à Québec (selon que l'on considère ou non les « indécis »), ne se seraient pas abonnés au transport en commun seul, c'est-à-dire sans le volet autopartage. À Gatineau une très grande majorité des adhérents à l'offre de mobilité combinée se sont inscrits au transport en commun en même temps qu'ils se sont inscrits à l'autopartage. À Laval, c'est la totalité;
- dans le contexte des offres qui ont été développées, l'autopartage s'est avérée constituer un bon élément déclencheur pour stimuler l'adhésion à l'abonnement au transport en commun;
- en échange, 70 % des membres de Communauto ayant adhéré à l'offre combinée à Québec estiment que cette possibilité « augmente l'intérêt d'être inscrit à Communauto ». De plus, 44 % de ces personnes affirment que cette opportunité pourrait éventuellement « retarder leur décision de quitter le service d'autopartage »;
- les responsables de Communauto estiment avoir nettement bénéficié de la visibilité liée à la promotion de ces offres auprès du grand public pour accroître globalement leur clientèle, que ce soit à l'intérieur ou à l'extérieur des offres d'abonnement combinées aux deux services.

Il ressort de ces analyses que toutes les ententes expérimentées ont donné des résultats positifs pour les deux partenaires, que ce soit en termes d'accroissement du nombre d'usagers pour l'autopartage, ou en termes d'accroissement du nombre d'abonnés inscrits annuellement et en termes



d'accroissement des ventes de titres de transport mensuels pour les sociétés de transport. De plus :

- ces partenariats se sont avérés peu coûteux à organiser et à administrer;
- les entreprises d'autopartage devant traditionnellement investir davantage, toute proportion gardée, que les sociétés de transport en commun pour promouvoir leurs services, ce type de partenariat, qui implique une forme de promotion croisée, constitue une véritable aubaine pour les sociétés de transport dont les budgets promotionnels sont souvent limités. Celles-ci peuvent donc profiter de ces partenariats pour accroître de façon importante leur visibilité dans le milieu et le faire sous un jour des plus favorables.

Le potentiel des membres actuels de Communauto intéressés à s'abonner éventuellement au transport en commun ne semble pas encore être épuisé : 14 % des abonnés de Communauto, à Québec, et 8 % de ceux de Gatineau qui ne se sont pas encore abonnés au transport en commun pensent en effet se prévaloir de cette offre dans l'avenir.

À Montréal, où il n'existe encore aucune entente de la sorte avec la Société de transport de Montréal (STM), 57 % des membres de Communauto se sont néanmoins déclarés être intéressés à un abonnement annuel au transport en commun si jamais la STM leur offrait un rabais de 8 % sur l'achat de 12 laissez-passer mensuels (l'équivalent d'un titre de transport mensuel sur 12 accordé gratuitement en échange d'un engagement à s'abonner annuellement au service).

De plus, parmi les abonnés du programme FIDÉLITÉ interrogés à Gatineau, 13 % ont affirmé, sur une échelle de probabilité sur 10 qu'ils adhéreront probablement (9 ou 10 sur 10) ou presque certainement (7 ou 8 sur 10) à l'autopartage dans les prochains 24 mois.

Ainsi, basé sur l'expérience acquise et les résultats obtenus, les participants au projet considèrent que les expériences réalisées ont démontré le bien-fondé et l'opportunité de partenariats entre des compagnies d'autopartage et des sociétés de transport en commun au Canada dans le but de rendre leur offre plus attrayante que s'ils agissaient seuls.

#### **6.4 Impact actuel de l'autopartage**

D'après les données analysées sur le comportement en déplacement des usagers, l'adhésion à un service d'autopartage a des effets bénéfiques concrets sur le taux de motorisation, sur les coûts d'utilisation de l'automobile, sur la mobilité et sur l'environnement :

- au Canada, chaque véhicule en partage se substitue, en moyenne, à environ 8 véhicules (scénario moyen); ce résultat, qui tient compte d'une pondération entre les usagers qui se sont départis d'un véhicule et ceux qui ont renoncé à un achat, se compare avantageusement avec les résultats d'analyses comparables effectuées en Europe et aux États-Unis;
- ceci entraîne une réduction des besoins en espaces de stationnement et une diminution significative de la pression sur la demande de ces espaces dans les secteurs desservis;



- la réduction globale du nombre de véhicules entraînée par l'autopartage est présentement estimée à – 3 530 voitures pour l'ensemble du Québec;
- l'économie moyenne induite par ce service, pour ses usagers, par rapport à la propriété d'un véhicule est de l'ordre de 5 900 \$ par année par abonné; ceci revient à diviser par près de 5 le coût qu'ils auraient dû assumer s'ils avaient parcouru annuellement la même distance avec un véhicule possédé en propre;
- l'autopartage entraîne une diminution moyenne du nombre de kilomètres parcourus en auto de l'ordre de 2 900 km par année;
- ce constat, combiné à l'utilisation de véhicules moins énergivores que ceux qui sont utilisés par la population en général, représente une diminution de leur consommation énergétique de 38 % et une réduction moyenne, par adhérent, de leurs émissions de gaz à effet de serre, de 1,2 tonne annuellement, soit une réduction de 60 % par année et par personne des émissions de CO<sub>2</sub>;
- la réduction globale annuelle de CO<sub>2</sub> équivalent entraîné par l'autopartage au Québec, à ce jour (pour l'ensemble des 8 323 adhérents de Communauto recensés en date du 31 décembre 2005), est évaluée à plus de 10 000 tonnes, annuellement;
- pour ce qui est des autres polluants (CO, NO<sub>x</sub>, SO<sub>2</sub>, COV, PM<sub>x</sub>), l'impact de l'autopartage au Québec se traduit par une diminution des émissions associées au transport variant de 33 % à 44 % selon le gaz concerné; cela représente une réduction totale de 177 tonnes de gaz polluants, principalement du CO (86 % des émissions).

Cette évaluation des impacts actuels de l'autopartage ne tient pas compte du fait que la seule réduction de la taille du parc automobile entraîne lui aussi des diminutions secondaires de la consommation d'énergie et des émissions de polluants liées à la fabrication et à la disposition des voitures. Ces retombées secondaires sont importantes mais n'ont pas fait ici l'objet d'une évaluation spécifique.

## 6.5 Potentiel de la mobilité combinée incluant l'autopartage

L'évaluation du marché potentiel de l'autopartage et des impacts qui résulterait de la matérialisation de ce potentiel de marché sur les émissions des principaux gaz nuisibles pour l'environnement ont révélé que ce service pourrait avoir des impacts importants et significatifs sur la réduction du nombre de véhicules en circulation, sur l'achalandage du transport en commun, sur la réduction des émissions de gaz à effet de serre et des autres émissions polluantes. En effet :

- le potentiel de pénétration de l'autopartage auprès des ménages est évalué à environ 8 %, ce qui donne un potentiel théorique de 113 000 ménages abonnés dans la région de Montréal et de 19 000 ménages abonnés dans la région de Québec. À l'échelle du Québec, le potentiel de ménages abonnés est estimé à près de 139 000 adhérents;



- la matérialisation de ce marché pourrait entraîner plus de 20 000 inscriptions à des abonnements annuels au transport en commun (dans l'éventualité d'un taux d'adhésion moyen de l'ordre de 15 %) et contribuer à éliminer entre 57 300 et 89 400 véhicules de la circulation (d'après les scénarios moyen et maximum); ceci correspondrait respectivement à 1,4 % et 2,1 % de la taille actuelle du parc automobile québécois (automobiles et camions légers);
- la réduction dans les émissions des gaz à effet de serre (GES) qui en résulterait serait de l'ordre de 168 kilotonnes par année, ce qui correspond à 1 % des émissions actuelles totales des véhicules légers au Québec et à 1,66 % de la cible du Plan vert québécois pour l'horizon 2012 (– 10 millions de tonnes);
- la réduction potentielle annuelle à l'échelle du Québec pour les autres gaz polluants (dont le principal est le monoxyde de carbone) serait de l'ordre de 2 500 tonnes.

Au chapitre de la réduction des GES, ces résultats peuvent sembler modestes en proportion de la cible globale à atteindre dans le cadre du Plan vert québécois mais ils sont en réalité considérables si on les compare aux diverses actions prévues et ce, non seulement en valeur absolue mais aussi en termes de rapport coût-bénéfice. À titre d'exemple, une réduction de 168 kilotonnes de GES représente 5,6 fois la cible prévue dans le Plan d'action québécois pour l'horizon 2012 grâce au développement et à l'utilisation de modes de transport alternatifs (30 kilotonnes). Or, le Gouvernement québécois est disposé à investir 60 millions \$ pour supporter cette action (voir l'annexe du *Plan d'action 2006 – 2012*). En comparaison, la mesure autopartage ne nécessiterait aucun investissement public. Cette dernière mesure est pourtant malgré tout absente de la version du Plan vert québécois rendu publique en juin 2006 bien que son intérêt soit d'autant plus grand à la lumière des présentes :

- que l'impact potentiel estimé de l'autopartage est basé ici uniquement sur une extrapolation des caractéristiques actuelles de la clientèle du service. Il n'est pas exclu que la définition des clientèles attirées par cette formule évoluera avec le temps, ce qui lui permettra potentiellement de gagner dans l'avenir des parts de marché autrement plus importantes que celles qu'il est possible d'anticiper ici;
- qu'il n'est pas non plus possible, à ce stade, de prévoir les effets que pourraient entraîner une détermination plus grande des gouvernements à encourager l'adoption de ce service par des mesures visant à accroître l'avantage comparatif d'utiliser un véhicule en partage plutôt qu'un véhicule possédé en propre (par exemple, des privilèges sur le stationnement ou des privilèges d'ordres fiscaux...), voire d'adopter des moyen coercitifs visant à décourager l'achat d'un véhicule. L'adoption de telles actions pourrait d'ailleurs être facilité grâce à l'autopartage dans la mesure où ce service pourrait alors permettre aux gouvernements qui feraient ce choix de proposer une solution de rechange à la population;
- que l'autopartage, loin d'être vu comme la solution unique aux problèmes de transport, se doit d'être vu comme un moyen additionnel pour tenter de les solutionner; ce service possède dans ce contexte de nombreux atouts pour jouer un rôle de catalyseur permettant de maximiser les



retombées des différentes actions prises pour supporter à la fois le transport en commun et les modes de déplacement actifs.

Ceci sans compter les impacts urbanistiques de la formule qui, bien utilisée, pourrait contribuer, pour la première fois, à faire de l'automobile un outil de concentration plutôt qu'un facteur d'étalement urbain. Mentionnons, de plus, que les diminutions moyennes des émissions des futurs adhérents à l'autopartage pourraient vraisemblablement être encore supérieures à ce qui a été mesuré ici si le service, avec l'expansion attendue, parvient à augmenter la proportion des propriétaires de véhicules chez les nouveaux adhérents.

Peu importe sous quel angle on l'analyse, l'autopartage constitue une solution de type « gagnant-gagnant ». À ce titre, bien peu d'autres mesures n'entraînent de changements aussi significatifs dans les comportements en déplacement. Il importe donc de ne pas en minimiser l'intérêt en tant qu'outil d'intervention. Ceci d'autant plus que ce service, contrairement à la majorité des mesures qui pourraient être supportées par les gouvernements pour atteindre les mêmes objectifs, ne nécessite aucun investissement public et qu'il peut même s'avérer rentable pour les gouvernements, compte tenu de l'activité économique générée et des frais qui doivent être versés pour la location des espaces de stationnements pouvant être mis à la disposition des entreprises d'autopartage par les municipalités<sup>36</sup>.

Il y a quelques années à peine, le Gouvernement hollandais comptait sur l'autopartage pour atteindre jusqu'à 12 % de sa cible de réduction des GES en transport sur un horizon de 10 ans<sup>37</sup>. Entre cet optimisme qui s'est avéré anticipé et le désintéressement actuel des différents paliers de gouvernements qui ont jusqu'ici été confrontés à l'innovation que représente l'autopartage au Canada, il importe, à la lumière des données qui précèdent, de trouver un juste milieu qui permettra de reconnaître à ce service tout le mérite qui lui est dû dans le contexte d'une amélioration du bilan environnemental du secteur du transport des personnes. Ceci, tout en tenant compte de la nécessité, pour l'État, de donner accès à la population à une offre de transport davantage concurrentielle face à la propriété d'un véhicule, ce que permettent d'offrir, individuellement, les services offerts par les entreprises d'autopartage et de transport en commun mais que permettent également de maximiser les formules de mobilité combinée plus formelles évaluées ici.

## 6.6 Constats et recommandations

Les différentes expériences de partenariat de mobilité combinée réalisées et les évaluations effectuées dans le cadre du présent projet ont permis la formulation des constats et des recommandations qui suivent.

<sup>36</sup> Pour plus de détails sur cette question, voir COMMUNAUTO, 2004. *Plan d'action visant à augmenter l'attrait de la voiture libre-service en tant qu'alternative à la propriété d'un véhicule à Montréal* (à la page 6). Ce document est disponible en ligne à cette adresse : <http://www.communauto.com/biblio.html>

<sup>37</sup> COMMUNAUTO, 2005. *Opter pour un nouveau style de ville !* Mémoire présenté dans le cadre de la consultation du Gouvernement sur le projet de Plan de développement durable pour le Québec, le 15 février 2005. 26 p. Ce document est disponible en ligne à cette adresse : <http://www.communauto.com/biblio.html>



### 6.6.1 AUX ÉLUS ET AUX ADMINISTRATIONS PUBLIQUES

Bien que ce sujet n'ait pas été abordé ici, la disponibilité en espaces de stationnement constitue le principal problème auquel se heurtent présentement les entreprises d'autopartage pour planifier leur croissance au Canada. Or, les municipalités pourraient jouer un important rôle de facilitateur à cet égard, rôle qu'elles ont généralement refusé d'assumer jusqu'ici. Ceci a nuit à la capacité de ces entreprises d'ajuster leur offre à la demande des différents quartiers desservis.

Si le succès des partenariats conclus entre des entreprises d'autopartage et des sociétés de transport se traduit, tel qu'il est raisonnable de l'anticiper, par une augmentation plus rapide des adhésions à l'autopartage, il deviendra encore plus urgent que les municipalités concernées modifient leurs politiques à cet égard.

En ce qui concerne les gouvernements provinciaux, ceux-ci pourraient s'inspirer de la démarche du Gouvernement français (voir 2.1.2) mais aussi, notamment, de celles des gouvernements italiens, belges ou britanniques qui ont entrepris à différents degrés de définir légalement l'autopartage dans le but de légitimer le travail de ces entreprises et de faciliter l'adoption par les municipalités des mesures d'aide jugées nécessaires pour garantir l'accessibilité du service de même que sa qualité.

Les gouvernements provinciaux et fédéraux pourraient en outre favoriser le déploiement de ces services et des partenariats qui en découlent en tenant compte de leur existence lors de l'élaboration des futures politiques fiscales et des différents programmes qu'ils mettent régulièrement de l'avant.

À cet égard, une nouvelle opportunité semble se dessiner avec l'instauration au Canada des bourses du carbone. Les gouvernements concernés pourraient aider les entreprises d'autopartage à améliorer leur capacité d'autofinancement, lorsque viendra le temps de fixer le cadre de ces échanges, en rendant celles-ci éligibles à la vente des crédits de carbone qui pourront être transigés sur ces nouveaux marchés.

Pour ce faire, l'établissement d'un dialogue entre les gestionnaires des services d'autopartage et divers représentants de l'État serait certes souhaitable, voire nécessaire. Malheureusement, il semble que toutes les tentatives entreprises par les représentants de ces organisations pour tenter d'établir des contacts officiels aient jusqu'ici échoué. Cette situation constitue d'ailleurs un réel paradoxe lorsque l'on compare le degré de développement atteint par les services d'autopartage présentement disponibles au Canada (surtout au Québec) à côté de ceux qui en sont souvent à leurs premiers balbutiements en Europe mais où les États se montrent néanmoins beaucoup plus proactifs.

### 6.6.2 AUX SOCIÉTÉS DE TRANSPORT EN COMMUN

Loin de constituer une menace comme d'aucuns pouvait le penser il y a encore quelques années, l'association entre le transport en commun et l'autopartage génère des retombés intéressantes en termes d'accroissement et de fidélisation de la clientèle.

En ce qui concerne la formes de ces offres et les moyens de les supporter, il semblerait souhaitable :



- de prévoir des avantages à la fois pour les abonnés « membres » et les abonnés « non membres » de l'autopartage. L'entente conclue avec le RTC et la ST Lévis constitue en ce sens un excellent modèle à suivre;
- de proposer une formule de tarification intégrée permettant de présenter le prix des titres de transport sous une forme qui inclut l'abonnement à l'autopartage par l'affichage d'un seul prix (idéalement inférieur au prix régulier du titre correspondant n'incluant pas l'autopartage) plutôt que par l'addition de deux entités (soit une mensualité pour l'autopartage + le coût du titre de transport). Cette approche renforce le caractère unitaire du nouveau « produit » ainsi proposé et en facilite la compréhension par le public cible. L'entente conclue avec la STL constitue en ce sens un excellent modèle à suivre;
- de tenter de proposer des formules d'abonnement susceptibles de plaire aux usagers du transport en commun qui ne sont pas nécessairement prêts à s'abonner annuellement à ce mode mais qui l'utilisent néanmoins d'une manière intensive une partie de l'année;
- de plus, la visibilité de ces initiatives étant un facteur clé de leur succès et les budgets des sociétés de transport et des organismes d'autopartage, à ce chapitre, étant limités, on devrait utiliser davantage les supports promotionnels déjà à portée tels que, les plans réseau, les horaires, les abribus, les titres de transport, les autobus et autres types de véhicules, etc. Ceci permettrait, à peu de frais, de maximiser la visibilité de ces offres, de contribuer à démystifier le nouveau « produit » que constitue l'autopartage et de mieux contrebalancer la publicité omniprésente des compagnies automobiles.

La promotion de l'association de ces deux services (transport en commun et autopartage) constitue l'un des leviers les plus importants pour stimuler le développement de l'autopartage en raison de la visibilité et de la notoriété qui lui est procurée par son association avec une société de transport en commun. Il importe de profiter de cet atout pour accélérer le développement de l'autopartage et profiter plus rapidement de la synergie que peut entraîner une association avec ce service pour rendre l'offre de transport en commun plus attrayante à une portion de la clientèle de ces services.

L'impact de cette promotion est nettement augmenté si l'entente promue est basée sur des avantages tarifaires pour les abonnés à l'autopartage. Les pertes potentielles des revenus pour la société de transport en commun, liées à des réductions tarifaires, sont alors récupérées par la hausse des ventes de titres d'abonnement. Cela dit, la nature et l'importance des avantages concédés par les sociétés de transport en commun se doivent d'être calibrés non seulement en fonction de l'augmentation du nombre d'abonnement vendus, mais aussi en tenant compte de la réduction des ventes des autres titres de transport (billets simples et livrets de billets) remplacés par des abonnement annuels qui peuvent en découler.

Un engagement direct dans le développement de l'autopartage par les sociétés de transport en commun est également envisageable là où ce service n'est pas encore développé. Les avantages que ces sociétés pourraient en retirer à moyen et à long terme compenseraient les ressources relativement limitées nécessaires à ces initiatives.



### 6.6.3 AUX COMPAGNIES D'AUTOPARTAGE

L'élimination des obstacles perçus pour l'adhésion à l'autopartage, tels que le droit d'adhésion de 500 \$ traditionnellement exigé, dans le passé, constitue une façon efficace de supporter une initiative de promotion de l'association entre l'autopartage et le transport en commun. De fait, cette mesure constitue l'un des principaux leviers qui sont susceptibles de stimuler la croissance des abonnements à l'autopartage.

L'élimination du droit d'adhésion peut certes constituer un risque en termes de besoin de financement de substitution et en termes de risques de mauvaises créances. Cependant, l'élimination du droit d'adhésion pour les seuls abonnés annuels au transport en commun comporte les avantages :

- de limiter le risque de fragilisation de la base financière de l'organisation à un groupe relativement limité ou bien ciblé de personnes;
- de constituer un excellent moyen d'intéresser les sociétés de transport en commun à conclure des partenariats;
- de constituer un incitatif fort dans le cadre d'une stratégie de promotion efficace;
- de permettre, potentiellement, d'augmenter le ratio moyen du nombre d'abonnés par véhicule, ce qui pourrait éventuellement minimiser les risques objectifs associés à cette décision.

### 6.6.4 CONDITIONS PLUS GÉNÉRALES DE RÉUSSITE POUR LA CONCLUSION DE PARTENARIATS

À la lumière de l'évaluation qui a été faite des expériences menées jusqu'ici, il a été déterminé que les éléments suivants devraient également être pris en considération dans le but de bonifier les partenariats existants où d'en implanter de nouveaux :

- la collaboration entre le transport en commun et l'autopartage doit préférablement s'inscrire dans un contexte institutionnel, juridique et opérationnel existant. Au préalable, la société de transport en commun doit être intéressée à promouvoir la fidélisation de sa clientèle grâce à des avantages offerts à certaines catégories d'usagers. Les programmes d'abonnement annuels qui prévoient des rabais à l'achat d'un nombre déterminé de titres mensuels constituent à cet égard une excellente base sur laquelle peuvent être bâtis les partenariats. Dans ce cadre, l'organisation d'autopartage peut agir à titre de consignataire des titres vendus ou à titre d'organisation participant à un « programme employeur » de la société de transport en commun;
- la possibilité pour une compagnie d'autopartage d'offrir un service étendu à une portion significative du territoire desservi par une société de transport semble constituer, pour ces dernières, une condition importante d'intéressement pour la conclusion de telles ententes. De même, la capacité d'une organisation d'autopartage de supporter une campagne de promotion d'une offre combinée d'une certaine envergure ajoute, pour les sociétés de transport, de l'intérêt pour un éventuel partenariat. Cela dit, l'intérêt précoce des sociétés de transport pour



l'autopartage, plutôt que l'adoption d'une attitude attentiste, pourrait, à l'échelle nationale, accélérer très significativement le développement de ce service;

- l'établissement d'une collaboration réussie ne peut, dans l'état actuel de développement de l'industrie de l'autopartage, que se faire progressivement. En effet, établir des partenariats entre des joueurs qui sont pour le moment de tailles très inégales et compte tenu du degré d'expérience relativement limité sur la question au sein de ces organisations au Canada, l'établissement de telles offres nécessite un certain doigté de la part des personnes qui en font la promotion et ce, autant à l'intérieur des sociétés de transport publiques qu'à l'extérieur. Dans ce contexte, une approche prudente et par petits pas, qui permet de rallier graduellement les différents intervenants, est probablement la meilleure attitude à adopter.

Quoiqu'il en soit, la volonté des partenaires d'offrir des avantages destinés à leurs clientèles respectives et, surtout, leur volonté d'adapter leur offre de manière à répondre le mieux possible à l'ensemble des besoins en déplacement de la population qu'ils souhaitent desservir constituent des bases essentielles pour entreprendre des négociations sur un éventuel partenariat. Un minimum de flexibilité de part et d'autre, lors des discussions, est également nécessaire pour parvenir à développer une offre intéressante pour le public cible et pour réussir à mettre en œuvre une promotion efficace de l'association de ces services.





---

## ANNEXES

---

- Annexe A  
Documents d'information
- Annexe B  
Sondages
- Annexe C  
Contrats des ententes conclues avec les sociétés de transport
- Annexe D  
Dépliants promotionnels
- Annexe E  
Contrats d'abonnement combinés
- Annexe F  
Autres études
- Annexe G  
Calcul des taux de pénétration du marché des membres de Communauto





## Annexe A

### DOCUMENTS D'INFORMATION

- Brochure explicative (8 pages) :
  - version française
  - version anglaise
  
- Exemples de prix comparés pour différents trajets, en anglais et en français :
  - Québec
  - Montréal
  - Sherbrooke
  - Gatineau



P R É S E N T E

# *l'automobile sans tracas*



TELLEMENT SIMPLE, PRESQUE UN JEU D'ENFANT



## Qui sommes-nous?

Fondée en 1994, *Communauto* (prononcer « comme une auto ») est une entreprise à vocation sociale et environnementale dont le premier objectif est de contribuer, dans une optique de conservation des ressources, à une rationalisation de l'usage de l'automobile. Comment ? Tout simplement en offrant à ses abonnés une alternative pratique et économique à l'achat d'un véhicule.

Plus de  
11 000 Québécois  
ont déjà adhéré  
au service

## Comment ça fonctionne?

*Communauto* met ses véhicules à la disposition exclusive de ses abonnés. En vous abonnant à *Communauto*, vous accédez à un parc d'automobiles qui se louent à petit prix pour **une heure, et même à la demi-heure**, une journée ou plus longtemps, selon vos besoins. Garées **en plein cœur de votre quartier**, ces voitures sont disponibles **sans délai**, jour et nuit.

C'est tout simple...

- Vous adhérez d'abord à *Communauto* par un contrat (minimum un an).
- Après quoi, un simple clic (si vous réservez par internet) ou un simple coup de téléphone suffit pour réserver une voiture, 24 heures par jour.
- Vous allez chercher la voiture désignée et la rapportez au même endroit à l'heure convenue.
- Chaque abonné a accès à tous les véhicules et ce, directement, sans la présence d'un préposé.
- Les kilomètres parcourus pendant votre trajet sont indiqués sur un coupon de bord. À la fin du mois, une facture détaillée vous est postée à domicile.
- L'essence étant comprise dans les tarifs, vos achats d'essence pour les véhicules de *Communauto* vous sont crédités sur votre facture mensuelle.

*Communauto* assume tous les frais liés au fonctionnement normal du service : l'administration, l'achat et le financement des véhicules, l'immatriculation, les assurances, l'entretien routinier, les réparations... et même l'essence ! Finies les factures surprises du garagiste ! *Communauto* s'occupe de tout !



## Combien ça coûte?

Pour avoir accès au service, vous devez défrayer :



un **droit d'adhésion de 500\$**, payable une seule fois (à vie), lors de la signature du contrat; c'est votre participation au financement des véhicules; ce montant est **entièrement remboursable**, après un an, si vous quittez le service (la durée minimale de l'adhésion est d'un an, après quoi vous pouvez quitter le service en tout temps au moyen d'un préavis écrit de trois mois);



un **dépôt de 10\$** pour la clé donnant accès aux véhicules, **remboursable**;



une **cotisation annuelle**, non remboursable, dont le montant varie selon le forfait choisi (A, B ou C);



**50¢ par réservation téléphonique** (1\$ en soirée), applicable pour chaque appel lié à la réservation d'un véhicule ou à la modification d'une réservation. Ces frais sont éliminés lorsque vous logez vous-même une réservation par internet, à l'aide de *Réservauto* ou par l'intermédiaire de *Félix*, notre système de traitement automatique des réservations par téléphone;



un **tarif par kilomètre**, dont le montant varie selon le forfait choisi (A, B ou C);



un **tarif à l'heure ou à la journée** qui est le même pour tous les abonnés, quel que soit le forfait choisi :  
 – MARDI À JEUDI (période « hors pointe ») : 1,50 \$ / h ou 18 \$ / jour  
 – VENDREDI À LUNDI (période « de pointe ») : 2,00 \$ / h ou 24 \$ / jour.



## Les forfaits A, B et C

L'adhésion à un forfait est obligatoire. La cotisation annuelle (taxe en sus) doit être payée chaque année pour avoir droit au service. Une fois versé, ce montant est non remboursable.

- A** Le **forfait A** est prévu pour les personnes ayant fréquemment besoin d'un véhicule et roulant plus de 3 500 km par année, *au tarif de base de communauto*<sup>†</sup>.
- La cotisation annuelle est de **350 \$** par année.
  - Le tarif kilométrique est de **16 ¢** en tout temps.
  - Seuls les abonnés du forfait A peuvent bénéficier du *tarif « travail »* (voir page 6).

- B** Le **forfait B** est plus avantageux pour ceux qui prévoient rouler entre 1 500 et 3 500 km, *au tarif de base de communauto*<sup>†</sup>.
- La cotisation annuelle est de **140 \$** par année.
  - Le tarif kilométrique est de **23 ¢** pour les premiers 100 km d'un trajet, et de **16 ¢** pour les km additionnels.

- C** Le **forfait C** s'adresse aux utilisateurs occasionnels, prévoyant rouler moins de 1 500 km annuellement, *au tarif de base de communauto*<sup>†</sup>.
- La cotisation annuelle est de **35 \$** par année.
  - Le tarif kilométrique est de **29 ¢** pour les premiers 100 km d'un trajet, et de **19 ¢** pour les km additionnels.

Il est possible de modifier son forfait à la hausse en cours d'année.

### LE TARIF DE BASE

L'assurance et l'essence sont incluses dans ces tarifs. Les taxes sont en sus.

	Forfait <b>A</b>	Forfait <b>B</b>	Forfait <b>C</b>
Cotisation annuelle	<b>350 \$</b>	<b>140 \$</b>	<b>35 \$</b>
Tarif kilométrique	<b>16 ¢</b>	<b>23 ¢ (16 ¢)*</b>	<b>29 ¢ (19 ¢)*</b>
<b>Mardi à jeudi</b> (période « hors pointe »)	<b>1,50 \$/h ou 18 \$/jour</b> (peu importe le forfait)		
<b>Vendredi à lundi</b> (période de « pointe »)	<b>2,00 \$/h ou 24 \$/jour</b> (peu importe le forfait)		

\* Pour les forfaits B et C, le coût kilométrique diminue après 100 km. Le coût pour chaque kilomètre additionnel est respectivement de 16 cents et de 19 cents pour les forfaits B et C.

<sup>†</sup> Il est question ici du *tarif de base de Communauto*, qui s'applique pour les courts trajets, par opposition aux tarifs *Inter-réseau* qui sont plus économiques pour les trajets longue distance. Pour mieux comprendre cette distinction (importante pour choisir le forfait le plus approprié à vos besoins), voir « Tarif de base vs Inter-réseau » à la page suivante.



## Les tarifs Inter-réseau

Pour les trajets longue distance, *Communauto* offre à ses usagers des tarifs forfaitaires à la journée. C'est ce que nous appelons les tarifs Inter-réseau. Selon la disponibilité, ces tarifs vous sont offerts avec les véhicules de *Communauto* ou vous permettent de louer (par notre intermédiaire) un véhicule équivalent chez un locateur participant. C'est donc à un réseau d'entreprises que cette formule vous donne accès, d'où son appellation.

Parmi les avantages de l'*Inter-réseau*, soulignons une meilleure disponibilité des véhicules et un accès, à prix réduit, à une gamme plus vaste de modèles que celle qui vous serait offerte sans le concours de ces ententes.

Sauf le tarif «Week-end» (367 km/jour) qui est disponible uniquement chez certains locateurs participants, il est possible d'obtenir ces tarifs avec les véhicules de *Communauto*; ce privilège dépend cependant de la disponibilité des véhicules.

### LES TARIFS INTER-RÉSEAU

*Communauto* se réserve le droit de modifier ces tarifs en tout temps et ce, sans préavis.

	PRIX	KM INCLUS	KM ADDITIONNEL	AUTRES FRAIS*
<b>Tous les jours</b>	<b>35,50\$ /jour **</b>	<b>300 km/jour</b>	<b>12¢/km</b>	<b>9¢/km</b>
<b>Week-end</b> (locateurs participants)	<b>35,50\$ /jour **</b>	<b>367 km/jour</b>	<b>11¢/km</b>	<b>essence</b>
<b>Semaine</b> (7 jours)	<b>222,00\$ /sem **</b>	<b>2100 km/sem.</b>	<b>12¢/km</b>	<b>9¢/km</b>
<b>Tarif km illimité</b> (max. 5 jours)	<b>40,00\$ /jour</b>	<b>illimité</b>	<b>—</b>	<b>9¢/km</b>

\* Essence ou «équivalent prix de l'essence» facturé par *Communauto* pour l'usage de ses véhicules.

\*\* En haute saison (juillet et août) ces prix passent respectivement à 39,95\$/jour et à 242\$/sem. Chez les locateurs participants la haute saison inclut notamment la période des Fêtes et débute aux alentours du 24 juin. Les autres conditions restent inchangées.

## Tarifs de base vs Inter-réseau

Pour connaître le prix d'un trajet effectué avec un véhicule de *Communauto*, il suffit de comparer le prix calculé au moyen de la grille tarifaire de base du forfait choisi (A, B ou C) avec le prix du même trajet calculé au tarif *Inter-réseau*. C'est le prix le plus bas obtenu qui vous indiquera le coût de ce trajet.

Comme les tarifs *Inter-réseau* sont accessibles à tous les abonnés, peu importe leur forfait, il importe d'en tenir compte dans le choix du forfait le plus avantageux.

- **N'hésitez pas à communiquer avec nous pour que nous vous aidions à évaluer le forfait le plus approprié à vos besoins.**



## Le tarif «travail»

Le tarif «travail» est réservé exclusivement à nos abonnés du **forfait A**. Cette option vous permet d'utiliser un véhicule, en semaine (du lundi au vendredi), pour un montant forfaitaire de **12,80\$ par jour** (maximum dix heures consécutives, 40 km inclus) ou à raison de 32¢/km, si vous roulez plus de 40 km (dans ce dernier cas aucun taux horaire ne vous est facturé). Le tarif «travail» vise, notamment, à rendre notre service accessible aux personnes qui ont occasionnellement besoin d'un véhicule pour travailler ou pour se rendre à leur travail. Les trajets locaux plus longs que 10 heures ou qui restent plus économiques au tarif régulier du forfait A sont facturés à raison de 16¢/km, plus le coût pour le temps en vigueur au moment du déplacement.



## Les abonnements familiaux

Autrefois connue sous l'appellation « d'abonnés-conjoints » et limitée à deux personnes, la nouvelle formule des « abonnements familiaux » permet maintenant à tous les membres d'un ménage qui habitent à la même adresse de s'inscrire ensemble, sous un même compte.

Dans ce cas, le droit d'adhésion à verser est de 750 \$, pour l'ensemble des co-abonnés (par exemple, deux adultes, conjoints légaux ou non, de même que l'un ou plusieurs de leurs enfants ou parents qui habitent sous le même toit).

La cotisation annuelle additionnelle qui doit être versée, pour chacun des co-abonnés et ce, peu importe le forfait choisi par la famille, est de 35 \$ seulement. C'est dire que si une famille comptant 3 membres choisit d'adhérer au forfait A, leur facture annuelle totale s'élèvera à 410 \$, plus taxes (350 \$ + 35 \$ + 35 \$) et non pas à 350 \$ x 3. La formule des *abonnements familiaux* permet donc aux familles de jouir de tarifs kilométriques avantageux à moindre coût.

Une facture commune parvient aux co-abonnés à la fin du mois.

## Un service accessible 24 h sur 24, 365 jours/année

Chez *Communauto*, tous les moyens sont bons pour accéder rapidement à un véhicule ! Il y a bien sûr nos préposés qui se feront un plaisir de vous répondre en tout temps, mais il y a aussi...

### RÉSERVauto

*Réservauto*, le module de réservation par internet de *Communauto*. Pratique et facile d'emploi, même pour les néophytes, celui-ci est accessible en ligne, 24 h sur 24.

### Félix

*Félix*, notre système de traitement automatique des réservations par téléphone.

Ces deux moyens sont entièrement sécurisés et idéaux pour économiser sur vos frais d'appel puisque leur utilisation n'entraîne aucun frais, contrairement aux réservations logées par téléphone auprès d'un préposé.



## Comment s'inscrire

Le service offert par *Communauto* vous intéresse ? Alors rassemblez les documents suivants :

- ▶ **deux photocopies de votre permis de conduire**  
(une pour nous, une pour le Registre des sinistres, ci-après)
- ▶ **un rapport récent (maximum 3 mois) de votre dossier de sinistres automobiles**  
pour l'obtenir, imprimez le formulaire disponible en ligne à cette adresse : [www.infoassurance.ca/fr/documents/FCSA\\_demande.pdf](http://www.infoassurance.ca/fr/documents/FCSA_demande.pdf) et postez-le à l'adresse indiquée. Il est important de bien suivre les instructions. Notamment, le formulaire doit porter votre signature originale et être accompagné d'une photocopie de votre permis de conduire (gratuit / délai de 10 jours).

Pour plus d'information ou pour obtenir par la poste votre copie du formulaire, vous pouvez composer le :

<b>MONTRÉAL</b>	514.288.4321
<b>AILLEURS AU QUÉBEC</b>	1.877.288.4321
<b>SITE WEB</b>	<a href="http://www.infoassurance.ca">www.infoassurance.ca</a>

- ▶ **un rapport récent (maximum 3 mois) de votre dossier de conduite :**  
téléphonnez à la Société de l'Assurance-automobile du Québec - SAAQ (gratuit / délai de 5 jours) :

<b>QUÉBEC</b>	418.643.7620
<b>MONTRÉAL</b>	514.873.7620
<b>AILLEURS AU QUÉBEC</b>	1.800.361.7620

ou bien allez sur le site internet de la SAAQ à :

<http://www.saaq.gouv.qc.ca/saaqclit/grandpublic/etatdossier/index.html>

ou encore, pour l'obtenir sans aucun délai, allez en personne au :

<b>QUÉBEC</b>	333, boul. Jean-Lesage (en face de la Gare du Palais)
<b>MONTRÉAL</b>	855, boul. Henri-Bourassa Ouest, Montréal 7335, boul. Langelier, C-14, Saint-Léonard 2350, Boul. Hymus, Dorval
<b>SHERBROOKE</b>	2885, boul. de Portland
<b>GATINEAU</b>	975, boul. St-Joseph, Hull

- ▶ **deux photos de 3 x 3,5 cm** (les photos de cabines automatiques suffisent)
- ▶ **votre chéquier** (les paiements en argent ne sont pas acceptés lors de l'inscription).

**Lorsque vous aurez tout cela en main, prenez rendez-vous avec nous.**

**Veillez noter** qu'au moment de prendre rendez-vous, nous vous demanderons l'autorisation de faire une vérification de crédit. À cet effet, nous vous demanderons votre adresse et votre date de naissance. Cette démarche est obligatoire pour pouvoir s'abonner.

**Veillez noter également** que pour être admissible au service vous devez être âgé d'au moins 21 ans et détenir un permis de conduire québécois de classe 5 minimum, valide, ou si vous avez moins de 21 ans, détenir un permis de conduire de classe 5 minimum, valide, depuis au moins quatre (4) ans.



## L'automobile « libre-service »

### UNE APPROCHE NOVATRICE AU PROBLÈME DES TRANSPORTS

*Communauto* offre, à ses abonnés, un accès privilégié à des véhicules disponibles en « libre-service ». On parle aussi « d'autopartage » pour désigner la formule: plutôt que d'acquérir un véhicule, vous payez pour les services que peut vous rendre une automobile. *Communauto* s'occupe du reste! De nombreux avantages tant individuels que pour la collectivité sont rattachés à cette formule :

#### Des avantages pour l'utilisateur

- ▶ Économie de l'argent nécessaire à l'achat et au financement d'un véhicule personnel.
- ▶ Accès en tout temps à des véhicules en bon état de fonctionnement.
- ▶ Dégagement de la responsabilité d'avoir à entretenir une voiture.

#### Des avantages pour la collectivité

- ▶ Réduction du nombre de véhicules en circulation.
- ▶ Réduction de l'usage de l'automobile.
- ▶ Diminution des nuisances et des émissions polluantes associées à l'automobile.

Ce service contribue, de plus, à réduire les besoins en espaces de stationnement. Il est donc particulièrement adapté aux secteurs fortement urbanisés où le manque d'espace aggrave les problèmes associés à la prolifération de l'automobile.

Ses nombreux avantages le démontrent et sa notoriété grandissante le souligne, la voiture « libre-service » est un concept de mobilité avancé qui ne fait que des gagnants.

## Pour en savoir davantage...

Visitez notre site internet : [www.communauto.com](http://www.communauto.com).  
Vous y trouverez, entre autres, la toute dernière version de ce document, en format PDF.

*Info also available in English*



© COMMUNAUTO INC. · C.P. 54004, QUÉBEC (QUÉBEC) G1N 4T1 · [INFO@COMMUNAUTO.COM](mailto:INFO@COMMUNAUTO.COM)

**québec**  
(418) 523-1788

**montréal**  
(514) 842-4545

**sherbrooke**  
(819) 563-9191

**gatineau**  
(819) 595-5181





I N T R O D U C E S

# *the care-free automobile*



SO SIMPLE. IT'S ALMOST CHILD'S PLAY



## Who are we?

Founded in 1994, *Communauto* (pronounced «commune-auto») is a business with a social and environmental mission. Its primary goal is to help conserve resources by rationalizing the use of the automobile. How? By offering its members a practical and economical alternative to the purchase of a car.

Some  
11 000 Quebecers  
have already  
joined

## How does it work?

*Communauto's* vehicles are for the exclusive use of its members. By becoming a member of *Communauto*, you gain access to a fleet of vehicles which may be rented **by the hour –even by the half-hour–** by the day or for longer periods, as needed. Just call to reserve a car. Vehicles are conveniently located near members, right in their neighbourhoods, and are available without delay, day or night.

It's quite simple...

- ▶ Members join *Communauto* by contract (minimum of one year).
- ▶ To reserve a car, members access our web site or call our telephone operators, ready to serve you 24 hours a day.
- ▶ Members pick up the designated car and drop it off at the same location at the agreed upon time.
- ▶ Each member has direct access to the entire fleet of cars at all times; no need for parking attendants.
- ▶ Members fill out a trip coupon recording the distance traveled during their trip. At the end of the month, an itemized bill is mailed to their home.
- ▶ Since gas is included in our prices, all fuel purchases made by members during their trips are credited on their monthly bill.

*Communauto* assumes all the normal operating costs: administration, vehicle purchase and financing, licensing, insurance, routine maintenance, repairs —and gasoline! No more surprise repair bills! *Communauto* takes care of everything!

COMMUNAUTO INTRODUCES THE CARE-FREE AUTOMOBILE

2



## How much does it cost?

To join our service, members pay the following costs:



a **\$500 membership fee**, a one-time charge valid for life, payable when signing the contract; this fee goes towards the financing of vehicles and is **fully refundable** after one year if a member wishes to leave (the minimum membership period is one year, after which a member may leave at any time by giving three months' written notice);



a **\$10 key deposit**, also **refundable**;



**annual membership dues**, non refundable, which vary according to the package chosen by the member (A, B or C);



**50 ¢ per call** (\$1 evenings) applied for each call related to the reservation of a vehicle or the modification of a reservation. These fees are eliminated when a member makes a reservation online, by using *Réservauto*, or with the help of *Félix*, our automated telephone reservation service;



a **rate per kilometer**, which varies according to the package chosen by the member (A, B or C);



an **hourly or daily rate**, which is the same for all, regardless of the member's package:  
 – FROM TUESDAY TO THURSDAY (off peak): \$1.50 / hr. or \$18 / day  
 – FROM FRIDAY TO MONDAY (peak): \$2 / hr. or \$24 / day



## Packages A, B and C

Subscription to a package is required. The annual dues (plus tax) must be paid in order to have access to the service. These dues, once paid, are non-refundable.

**A** **Package A** is best suited to frequent users of cars who typically drive more than 3500 km in one year, at *Communauto's Basic Rate*<sup>†</sup>.

- Annual dues are **\$350** per yr.
- The rate per kilometer is **16¢** at all times.
- Only subscribers to Package A have access to the **"Workweek" rate** (see page 6).

**B** **Package B** is more advantageous for people who expect to drive between 1500 and 3500 km a year, at *Communauto's Basic Rate*<sup>†</sup>.

- Annual dues are **\$140** per yr.
- The rate per kilometer is **23¢** for the first 100 km of a trip, and **16¢** thereafter.

**C** **Package C** is for occasional car users who drive less than 1500 km a year, at *Communauto's Basic Rate*<sup>†</sup>.

- Annual dues are **\$35** per yr.
- The rate per kilometer is **29¢** for the first 100 km of a trip, and **19¢** thereafter.

It is possible to upgrade at any time.

### BASIC RATE

Insurance and gas are included in these rates. Taxes are extra.

	PLAN <b>A</b>	PLAN <b>B</b>	PLAN <b>C</b>
Annual dues	<b>\$350</b>	<b>\$140</b>	<b>\$35</b>
Rate per kilometer	<b>16¢</b>	<b>23¢ (16¢)*</b>	<b>29¢ (19¢)*</b>
Tues., Wed., Thurs. ("off-peak")	<b>\$1.50 /hr. or \$18/day</b> (for all plans)		
Friday to Monday ("peak")	<b>\$2.00 /hr. or \$24/day</b> (for all plans)		

\* For packages B and C, the cost per kilometre is lower than the initial rate after 100 km. The costs for each additional kilometre are respectively 16 cents and 19 cents for packages B and C.

<sup>†</sup> rates are *Communauto's Basic Rates* applied to short trips, versus **"Network"** rates which are more economical for long distance trips. For complete details on this distinction (important when deciding which Package best suits your individual needs), see **Basic rate vs. "Network" rate**, on the following page.



## “Network” rates (Les tarifs Inter-réseau)

For long-distance journeys, *Communauto* offers its members daily rates. We call these “Network” rates (tarifs « Inter-réseau »). Depending on availability, these rates are offered on *Communauto*'s vehicles or allow you to rent (through our intermediary) a similar vehicle from a participating rental service. In short, this arrangement gives you access to a network (réseau) of rental companies, hence its name.

Among the advantages of the “Network”, is the greater availability of vehicles and access, at reduced prices, to a larger range of models than those that could otherwise be offered.

Except for the “week-end” rate (367 km inclusive/day) which is only available through participating rentals, it is possible to have these rates with *Communauto* vehicles; however this privilege depends on the availability of vehicles.

### “NETWORK” RATES

These rates are subject to change at any time, without prior notice.

	PRICE	KM INCLUDED	ADDITIONAL KM	OTHER COSTS *
<b>Every day</b>	\$35.50 /day **	300 km/day	12 ¢/km	9 ¢/km
<b>Weekend</b> (participating rental companies)	\$35.50 /day **	367 km/day	11 ¢/km	gas
<b>Week</b> (7 days)	\$222.00 /wk. **	2100 km/wk.	12 ¢/km	9 ¢/km
<b>Unlimited km</b> (max. 5 days)	\$40.00 /day	unlimited	—	9 ¢/km

\* Gas or “equivalent price of gas” billed by *Communauto* for the use of its vehicles.

\*\* During high season (July and August), prices increase to \$39.95/day and \$242/week. At our participating rental companies, high season includes the Christmas holiday and starts on June 24, or thereabouts. Other conditions remain the same.

## Basic rate vs. “Network” rate

To determine the price of a trip taken with a *Communauto* vehicle, just compare the price of your trip calculated according to the *Basic Rate* to the price of the same trip calculated according to the *Network Rate*. Whichever price is lower will be the cost of that trip.

As the “Network” rates are available to all members, regardless of the chosen package (A, B or C), it is important to take that into consideration when evaluating which package is the most advantageous.

- ▶ **Don't hesitate to call us if you need any help in deciding which package is best suited to your particular needs.**



## “Workweek” rate

The “Workweek” rate applies exclusively to subscribers of **Package A**. This option enables you to use a vehicle during the week (from Monday to Friday) for a flat rate of **\$12.80 per day** (maximum of ten consecutive hours, 40 km included) or for 32¢/km, if you travel more than 40 km, in which case you will not be charged an hourly rate. The “Workweek” rate makes our service more accessible to people who occasionally need a car for work or to get to work. Local trips that are longer than 10 hours or that are more economical at the regular Package A rate will be charged at 16¢/km, plus the hourly or daily rate.



## Family membership

Formerly known as “Joint-memberships” and limited to two persons, this new Family membership formula will allow all members of a household, living under the same roof, to register together using a single account.

In this case the fee to join Communauto is \$750 for all subscribers (e.g. two adults, legally married or not, along with one or more children or parents who share the same address).

The annual subscription fee for each co-subscriber, whatever package is chosen, will be of only \$35. Thus, if a family of three wishes to join with package A, the annual fee will be \$410, plus taxes (\$350 + \$35 + \$35) instead of \$350 x 3. The family membership will then allow all co-subscribers the advantage of kilometric rates at the most economical cost. If they choose package B, the annual fee will be \$210, plus taxes (\$140 + \$35 + \$35). If they choose package C, the annual fee will be \$105, plus taxes (\$35 + \$35 + \$35).

A single bill will be sent to the co-subscribers at the end of the month.

## Total access 24/7, 365 days/yr.

There are many ways to quickly access a car. You may at any time talk to one of our representatives, who are always on call, 24 hours a day. You may also use...

### RÉSERVauto

*Réservauto*, our internet-based reservation module. Practical and easy to use, even for newbies, it is available online 24 hours a day.

### Félix

*Félix*, our automated phone reservation system.

These tools are totally secure and an ideal way to avoid paying the fee normally incurred when talking to a representative as they are totally free.



## How to join

Interested in joining *Communauto*?  
You must then prepare the following documents:

- ▶ **Two photocopies of your driver's licence**  
(one for us, one for the Registre des sinistres —see below)
- ▶ **A recent update of your accident record (max. 3 months)**  
To obtain it, fill out the form available at [www.infoassurance.ca/en/documents/FCSA\\_request.pdf](http://www.infoassurance.ca/en/documents/FCSA_request.pdf) and mail it to the address mentioned on the form. It is important to carefully follow the instructions. In particular, the form must bear your original signature and be accompanied by a photocopy of your driver's license (free / expect a delay of about 10 days).

For more information, or to receive the form by regular mail, you may call them at:

<b>MONTREAL</b>	514.288.4321
<b>ELSEWHERE IN QUEBEC</b>	1.877.288.4321
<b>WEB SITE</b>	<a href="http://www.infoassurance.ca">www.infoassurance.ca</a>

- ▶ **A recent update of your driving record (max. 3 months)**  
Phone the Société de l'Assurance-automobile du Québec · SAAQ (free – allow 5 days) at:

<b>QUEBEC CITY</b>	418.643.7620
<b>MONTREAL</b>	514.873.7620
<b>ELSEWHERE IN QUEBEC</b>	1.800.361.7620

you may also obtain it by visiting the SAAQ's web site at:

[www.saaq.gouv.qc.ca/saaqcllc/en/public/drivingrecord/index.html](http://www.saaq.gouv.qc.ca/saaqcllc/en/public/drivingrecord/index.html)

or obtain it without delay by going in person to:

<b>QUEBEC CITY</b>	333, boul. Jean-Lesage (in front of la Gare du Palais)
<b>MONTRÉAL</b>	855, boul. Henri-Bourassa Ouest, Montréal 7335, boul. Langelier, C-14, Saint-Léonard 2350, Boul. Hymus, Dorval
<b>SHERBROOKE</b>	2885, boul. de Portland
<b>GATINEAU</b>	975, boul. St-Joseph, Hull

- ▶ **Two 3 x 3.5 cm photographs** (automatic photo booth pictures are acceptable).
- ▶ **Your chequebook** (cash payments not accepted when joining).

**Once you have all of these documents in hand, give us a call to make an appointment with us.**

**Please note** that when you make an appointment, we will ask for your authorization to do a credit check. We will need your address and your date of birth. This step is mandatory to become a member.

**Please note as well** that to be eligible to join, you must be at least 21 years of age and hold a valid Quebec driver's licence (minimum class 5). If you are less than 21 years of age, you must have held a valid Quebec driver's licence (minimum class 5) for at least four (4) years.



## The “self-service” automobile

### AN INNOVATIVE APPROACH TO THE PROBLEM OF TRANSPORTATION

*Communauto* provides members exclusive, “self-serve” access to its fleet of vehicles. This concept is also referred to as “Car-sharing” : rather than purchasing a vehicle outright, you simply pay for the advantages of being able to use an automobile. *Communauto* takes care of the rest! Many advantages are linked to this concept, both for the user as well as the community.

#### Advantages for members

- ▶ Saving on the capital costs and financing necessary for the purchase of a car.
- ▶ Access, at any time, to vehicles maintained in good working condition.
- ▶ Freedom from the responsibilities associated with car maintenance.

#### Advantages for the community

- ▶ Reduction in the overall number of vehicles on the road.
- ▶ Reduction in the use of the automobile in general.
- ▶ Decreased pollution from car emissions, and other harmful effects associated with the automobile.

In addition, this service contributes to a net reduction in the number of parking spaces required. For these reasons, it is particularly suited to densely populated urban centres where limited space only makes problems associated with the proliferation of the automobile worse. Advantages such as these, as well as its growing popularity demonstrate and underscore the fact that the “self-serve” car is a concept in transportation which has the future in mind, one which enjoys more and more enthusiasts all the time. Why not take advantage *today*, of the ideal in transportation for *tomorrow*?

## To learn more...

Visit our web site: [www.communauto.com](http://www.communauto.com), where you will find, among other things, the latest version of this brochure, in PDF format.

*Cette brochure est disponible en français.*



© COMMUNAUTO INC. · C.P. 54004, QUEBEC (QC) G1N 4T1 · INFO@COMMUNAUTO.COM

**quebec city**  
(418) 523-1788

**montreal**  
(514) 842-4545

**sherbrooke**  
(819) 563-9191

**gatineau**  
(819) 595-5181



# quebec city

UPDATED MAY 15, 2006

## EXAMPLES OF

## price comparisons for various trips

### RETURN TRIPS, ORIGINATING FROM DOWNTOWN

outside of peak periods, taxes (GST, PST), insurance and fuel included

	PLAN <b>A</b>	PLAN <b>B</b>	PLAN <b>C</b>	TRADITIONAL CAR RENTAL*	BUS	TAXI
<b>Zoo</b> (20 km – 2 hr)	\$7.06	\$8.66	\$10.03	\$58.05	2 x \$2.10	\$31.50
<b>Ski Le Relais</b> (50 km – 4 hr)	\$15.95	\$19.94	\$23.36	\$60.75	—	\$70.50
<b>La Malbaie</b> (300 km – 2 days)	\$95.72	\$103.69	\$111.67 Network**	\$139.49	\$44.46/pers.	—
<b>Chicoutimi</b> (450 km – 1 day)	\$91.73 Network** (unlimited km)	\$91.73 Network** (unlimited km)	\$91.73 Network** (unlimited km)	\$131.25	\$63.95/pers.	—

\* Based on a major car rental company's regular, weekly rates: \$28.95 per day (200 km incl., additional kilometers at 12¢/km) + \$19.95 (insurance) + taxes. Fuel charges based on 9¢/km.

\*\* Equivalent *Communauto* "Network" rates: \$35.50/day (300 km included) or \$40/day (unlimited km). Charges shown above include 9¢/km for fuel and applicable taxes (GST, PST). Additional weekend savings are available on these sample trips (see "Network" rates, page 5).

NOTE: These examples are based on the new rates which will be in effect on June 1st, 2006, and take into account the fact that the GST will have been reduced from 7% to 6% on July 1st, 2006.



Informations spécifiques à  
**québec**  
DOCUMENT MIS À JOUR LE 15 MAI 2006

**EXEMPLES DE***prix comparés pour différents trajets***TRAJETS ALLER-RETOUR, AU DÉPART DU CENTRE-VILLE**  
en période hors pointe, taxes (TPS, TVQ), assurance et essence incluses

	FORFAIT <b>A</b>	FORFAIT <b>B</b>	FORFAIT <b>C</b>	LOCATEUR CONVENTIONNEL *	AUTOBUS	TAXI
<b>Jardin zoologique</b> (20 km – 2 h)	7,06\$	8,66\$	10,03\$	58,05\$	2 x 2,10\$	31,50\$
<b>Ski Le Relais</b> (50 km – 4 h)	15,95\$	19,94\$	23,36\$	60,75\$	—	70,50\$
<b>La Malbaie</b> (300 km – 2 jours)	95,72\$	103,69\$	111,67\$ Inter-réseau **	139,49\$	44,46\$/pers.	—
<b>Chicoutimi</b> (450 km – 1 jour)	91,73\$ Inter-réseau ** (km illimité)	91,73\$ Inter-réseau ** (km illimité)	91,73\$ Inter-réseau ** (km illimité)	131,25\$	63,95\$/pers.	—

\* Tarifs réguliers tirés de la grille tarifaire d'une grande chaîne de location, en semaine: 28,95\$ par jour (200 km inclus, 12¢ par km additionnel) + 19,95\$ (assurances) + taxes. Le prix de l'essence est calculé à raison de 9¢ par km.

\*\* Équivalent prix *Inter-réseau Communauto*: 35,50\$/jour (300 km inclus) ou 40\$/jour (km illimité). Le montant inscrit dans le tableau a été calculé en ajoutant à ces prix 9¢/km pour l'essence, plus les taxes applicables (TPS, TVQ). Des économies additionnelles peuvent être réalisées sur ces trajets les fins de semaine (voir «Les tarifs *Inter-réseau*» à la page 5 de notre *feuillelet explicatif*).

N.B. : Ces exemples sont basés sur les nouveaux tarifs en vigueur à compter du 1er juin 2006 et tiennent compte du fait que le taux de la TPS aura passé à 6 % le 1er juillet 2006.



montreal  
and vicinity

UPDATED MAY 8, 2006

EXAMPLES OF

*price comparisons for various trips*

**RETURN TRIPS, ORIGINATING FROM DOWNTOWN**

outside of peak periods, taxes (GST, PST), insurance and fuel included

	PLAN <b>A</b>	PLAN <b>B</b>	PLAN <b>C</b>	TRADITIONAL CAR RENTAL*	BUS	TAXI
<b>IKEA</b> (20 km – 2 hr)	\$7.06	\$8.66	\$10.03	\$59.20	2 x \$1.88	\$31.50
<b>Mont St-Bruno</b> (50 km – 4 hr)	\$15.95	\$19.94	\$23.36	\$61.90	\$8.38/pers. + taxi or 30 min. walk	\$70.50
<b>Mt-Tremblant</b> (350 km – 2 days)	\$104.83	\$112.81	\$116.80 Network**	\$146.29	\$55.51/pers.	—
<b>Quebec city</b> (550 km – 1 day)	\$101.99 Network** (unlimited km)	\$101.99 Network** (unlimited km)	\$101.99 Network** (unlimited km)	\$155.21	\$67.86/pers.	—

\* Based on a major car rental company's regular, weekly rates: \$28.95 per day (200 km incl., additional kilometers at 12¢/km) + \$19.95 (insurance) + taxes. Fuel charges based on 9¢/km.

\*\* Equivalent *Communauto* "Network" rates: \$35.50/day (300 km included) or \$40/day (unlimited km). Charges shown above include 9¢/km for fuel and applicable taxes (GST, PST). Additional weekend savings are available on these sample trips (See "Network" rates, page 5).

NOTE: These examples are based on the new rates which will be in effect on June 1st, 2006, and take into account the fact that the GST will have been reduced from 7% to 6% on July 1st, 2006.



Informations spécifiques à  
**montréal**

DOCUMENT MIS À JOUR LE 8 MAI 2006

**EXEMPLES DE***prix comparés pour différents trajets***TRAJETS ALLER-RETOUR, AU DÉPART DU CENTRE-VILLE**  
en période hors pointe, taxes (TPS, TVQ), assurance et essence incluses

	FORFAIT <b>A</b>	FORFAIT <b>B</b>	FORFAIT <b>C</b>	LOCATEUR CONVENTIONNEL *	AUTOBUS	TAXI
<b>IKEA</b> (20 km – 2 h)	7,06 \$	8,66 \$	10,03 \$	59,20 \$	2 x 1,88 \$	31,50 \$
<b>Mont St-Bruno</b> (50 km – 4 h)	15,95 \$	19,94 \$	23,36 \$	61,90 \$	8,38 \$/pers. + taxi ou 30 min. de marche	70,50 \$
<b>Mt-Tremblant</b> (350 km – 2 jours)	104,83 \$	112,81 \$	116,80 \$ Inter-réseau **	146,29 \$	55,51 \$/pers.	—
<b>Québec</b> (550 km – 1 jour)	101,99 \$ Inter-réseau ** (km illimité)	101,99 \$ Inter-réseau ** (km illimité)	101,99 \$ Inter-réseau ** (km illimité)	155,21 \$	67,86 \$/pers.	—

\* Tarifs réguliers tirés de la grille tarifaire d'une grande chaîne de location, en semaine : 28,95 \$ par jour (200 km inclus, 12¢ par km additionnel) + 19,95 \$ (assurances) + taxes. Le prix de l'essence est calculé à raison de 9¢ par km.

\*\* Équivalent prix *Inter-réseau Communauto* : 35,50 \$/jour (300 km inclus) ou 40 \$/jour (km illimité). Le montant inscrit dans le tableau a été calculé en ajoutant à ces prix 9¢/km pour l'essence, plus les taxes applicables (TPS, TVQ). Des économies additionnelles peuvent être réalisées sur ces trajets les fins de semaine (voir « Les tarifs *Inter-réseau* » à la page 5 de notre *feuillelet explicatif*).

N.B. : Ces exemples sont basés sur les nouveaux tarifs en vigueur à compter du 1er juin 2006 et tiennent compte du fait que le taux de la TPS aura passé à 6 % le 1er juillet 2006.



# sherbrooke

UPDATED MAY 6, 2005

## EXAMPLES OF

## *price comparisons for various trips*

### RETURN TRIPS, ORIGINATING FROM DOWNTOWN

outside of peak periods, taxes (GST, PST), insurance and fuel included

	PLAN <b>A</b>	PLAN <b>B</b>	PLAN <b>C</b>	TRADITIONAL CAR RENTAL*	BUS	TAXI
<b>Rona</b> (10 km – 2 hr)	\$5.24	\$6.04	\$6.72	\$67.50	2 x \$2.75	\$18.50
<b>Magog</b> (65km – 4 hr)	\$18.69	\$23.87	\$28.32	\$72.45	\$17.75/pers.	\$90.00
<b>Montreal</b> (300 km – 2 days)	\$95.72	\$103.69	\$111.67 Network**	\$160.20	\$52.75/pers.	—
<b>Quebec city</b> (450 km – 1 day)	\$91.73 Network** (unlimited km)	\$91.73 Network** (unlimited km)	\$91.73 Network** (unlimited km)	\$127.80	\$72.99/pers.	—

\* Based on a major car rental company's regular, weekly rates: \$28.95 per day (200 km incl., additional kilometers at 12¢/km) + \$19.95 (insurance) + taxes. Fuel charges based on 9¢/km.

\*\* Equivalent *Communauto* "Network" rates: \$35.50/day (300 km included) or \$40/day (unlimited km). Charges shown above include 9¢/km for fuel and applicable taxes (GST, PST). Additional weekend savings are available on these sample trips (see "Network" rates, page 5).

NOTE: These examples are based on the new rates which will be in effect on June 1st, 2006, and take into account the fact that the GST will have been reduced from 7% to 6% on July 1st, 2006.



Informations spécifiques à

sherbrooke

DOCUMENT MIS À JOUR LE 8 MAI 2006

## EXEMPLES DE

*prix comparés pour différents trajets***TRAJETS ALLER-RETOUR, AU DÉPART DU CENTRE-VILLE**  
en période hors pointe, taxes (TPS, TVQ), assurance et essence incluses

	FORFAIT <b>A</b>	FORFAIT <b>B</b>	FORFAIT <b>C</b>	LOCATEUR CONVENTIONNEL *	AUTOBUS	TAXI
<b>Rona</b> (10 km - 2 h)	5,24 <sup>\$</sup>	6,04 <sup>\$</sup>	6,72 <sup>\$</sup>	67,50 <sup>\$</sup>	2 x 2,75 <sup>\$</sup>	18,50 <sup>\$</sup>
<b>Magog</b> (65 km - 4 h)	18,69 <sup>\$</sup>	23,87 <sup>\$</sup>	28,32 <sup>\$</sup>	72,45 <sup>\$</sup>	17,75 <sup>\$</sup> /pers.	90,00 <sup>\$</sup>
<b>Montréal</b> (300 km - 2 jours)	95,72 <sup>\$</sup>	103,69 <sup>\$</sup>	111,67 <sup>\$</sup> Inter-réseau **	160,20 <sup>\$</sup>	52,75 <sup>\$</sup> /pers.	—
<b>Québec</b> (450 km - 1 jour)	91,73 <sup>\$</sup> Inter-réseau ** (km illimité)	91,73 <sup>\$</sup> Inter-réseau ** (km illimité)	91,73 <sup>\$</sup> Inter-réseau ** (km illimité)	127,80 <sup>\$</sup>	72,99 <sup>\$</sup> /pers.	—

\* Tarifs réguliers tirés de la grille tarifaire d'une grande chaîne de location, en semaine: 28,95<sup>\$</sup> par jour (200 km inclus, 12<sup>\$</sup> par km additionnel) + 19,95<sup>\$</sup> (assurances) + taxes. Le prix de l'essence est calculé à raison de 9<sup>\$</sup> par km.

\*\* Équivalent prix *Inter-réseau Communauto*: 35,50<sup>\$</sup>/jour (300 km inclus) ou 40<sup>\$</sup>/jour (km illimité). Le montant inscrit dans le tableau a été calculé en ajoutant à ces prix 9<sup>\$</sup>/km pour l'essence, plus les taxes applicables (TPS, TVQ). Des économies additionnelles peuvent être réalisées sur ces trajets les fins de semaine (voir « Les tarifs *Inter-réseau* » à la page 5 de notre *feuillelet explicatif*).

N.B. : Ces exemples sont basés sur les nouveaux tarifs en vigueur à compter du 1er juin 2006 et tiennent compte du fait que le taux de la TPS aura passé à 6 % le 1er juillet 2006.



# gatineau

UPDATED MAY 8, 2006

## EXAMPLES OF

# price comparisons for various trips

### RETURN TRIPS, ORIGINATING FROM DOWNTOWN

outside of peak periods, taxes (GST, PST), insurance and fuel included

	PLAN <b>A</b>	PLAN <b>B</b>	PLAN <b>C</b>	TRADITIONAL CAR RENTAL*	BUS	TAXI
<b>IKEA</b> (20 km – 2 hr)	\$7.06	\$8.66	\$10.03	\$61.50	\$4.60	\$31.50
<b>Parc de la Gatineau</b> (65km – 4 hr)	\$18.69	\$23.87	\$28.32	\$66.55	—	\$90.00
<b>Mt-Tremblant</b> (300 km – 2 days)	\$95.72	\$103.69	\$111.67 Network**	\$140.34	\$61.56/pers.	—
<b>Montreal</b> (450 km – 1 day)	\$91.73 Network** (unlimited km)	\$91.73 Network** (unlimited km)	\$91.73 Network** (unlimited km)	\$143.33	\$57.98 /pers.	—

\* Based on a major car rental company's regular, weekly rates: \$28.95 per day (200 km incl., additional kilometers at 12¢/km) + \$19.95 (insurance) + taxes. Fuel charges based on 9¢/km.

\*\* Equivalent *Communauto* "Network" rates: \$35.50/day (300 km included) or \$40/day (unlimited km). Charges shown above include 9¢/km for fuel and applicable taxes (GST, PST). Additional weekend savings are available on these sample trips (see "Network" rates, page 5).

NOTE: These examples are based on the new rates which will be in effect on June 1st, 2006, and take into account the fact that the GST will have been reduced from 7% to 6% on July 1st, 2006.



Informations spécifiques à

gatineau

DOCUMENT MIS À JOUR LE 8 MAI 2006

## EXEMPLES DE

*prix comparés pour différents trajets*

## TRAJETS ALLER-RETOUR, AU DÉPART DU CENTRE-VILLE

en période hors pointe, taxes (TPS, TVQ), assurance et essence incluses

	FORFAIT <b>A</b>	FORFAIT <b>B</b>	FORFAIT <b>C</b>	LOCATEUR CONVENTIONNEL *	AUTOBUS	TAXI
<b>IKEA</b> (20 km – 2 h)	7,06 \$	8,66 \$	10,03 \$	61,50 \$	4,60 \$	31,50 \$
<b>Parc de la Gatineau</b> (65 km – 4 h)	18,69 \$	23,87 \$	28,32 \$	66,55 \$	—	90,00 \$
<b>Mt-Tremblant</b> (300 km – 2 jours)	95,72 \$	103,69 \$	111,67 \$ Inter-réseau **	140,34 \$	61,56 \$/pers.	—
<b>Montréal</b> (450 km – 1 jour)	91,73 \$ Inter-réseau ** (km illimité)	91,73 \$ Inter-réseau ** (km illimité)	91,73 \$ Inter-réseau ** (km illimité)	143,33 \$	57,98 \$/pers.	—

\* Tarifs réguliers tirés de la grille tarifaire d'une grande chaîne de location, en semaine : 28,95 \$ par jour (200 km inclus, 12¢ par km additionnel) + 19,95 \$ (assurances) + taxes. Le prix de l'essence est calculé à raison de 9¢ par km.

\*\* Équivalent prix *Inter-réseau Communauto* : 35,50 \$/jour (300 km inclus) ou 40 \$/jour (km illimité). Le montant inscrit dans le tableau a été calculé en ajoutant à ces prix 9¢/km pour l'essence, plus les taxes applicables (TPS, TVQ). Des économies additionnelles peuvent être réalisées sur ces trajets les fins de semaine (voir « Les tarifs *Inter-réseau* » à la page 5 de notre *feuillelet explicatif*).

N.B. : Ces exemples sont basés sur les nouveaux tarifs en vigueur à compter du 1er juin 2006 et tiennent compte du fait que le taux de la TPS aura passé à 6 % le 1er juillet 2006.





---

## Annexe B

### SONDAGES

- Consultation téléphonique auprès des abonnés du programme FIDÉLITÉ de la STO à Gatineau (Questionnaire Q1)
- Questions de la consultation de 2004 de Communauto, en français et en anglais
- Version de la consultation de 2006 s'adressant aux usagers de Communauto inscrits dans le cadre d'une offre d'abonnement combiné (Questionnaire Q4)
- Version générale de la consultation de 2006 s'adressant aux usagers de Communauto non inscrits dans le cadre d'une offre d'abonnement combiné (Questionnaire Q5), en français et en anglais





Consultation téléphonique auprès des abonnés du programme FIDÉLITÉ de la STO à Gatineau  
(Questionnaire Q1)

## Sondage

### [DONNÉES REPERÉES AVEC AUTRES SOURCES]

- a) Code postal
- b) Distance de la résidence du stationnement Communauto
- c) Date du premier abonnement à FIDÉLITÉ
- d) Type de abonnement FIDÉLITÉ

Sélectionner seulement des abonnés dans les quartiers déjà desservis par l'autopartage

Exclure les abonnés à l'autopartage (autre questionnaire)]

### TABLE RESUMÉ DES OBJECTIFS

Objectif 1 – Questions sur FIDÉLITÉ

- leur profil Fidélité
- leur satisfaction pour Fidélité
- leur intérêt pour un e-letter

Objectif 2 – Vérifier s'ils ont entendu parler (comment), lu et compris DUO Auto+Bus Bus et/ou s'ils connaissent la formule de l'autopartage

- pénétration de l'information
- moyens plus efficaces
- compréhension
- augmentation de la connaissance de l'autopartage grâce à la combinaison avec le TC

Objectif 3 – « Etude de marché », intérêt pour l'autopartage et pour l'offre DUO Auto+Bus

- Disponibilité base à adhérer à un système d'autopartage
- Intérêt pour la combinaison de 2 services
- Adéquation de l'offre DUO
- Intérêt à considérer l'autopartage à + long terme

Objectif 4 – Profil de mobilité

- Profil x comparaison avec ceux qui ont adhéré à l'offre

Objectif 5 – Profil socio démographique

Temps estimé 10 min...

---



# du répondant dans la base de données \_\_\_\_\_

Bonjour. Mon nom est \_\_\_\_\_. Je vous appelle au nom de Société de transport de l'Outaouais. Serait-il possible de parler à la personne qui est abonné au programme FIDÉLITÉ de la STO (l'abonnement annuel par prélèvement bancaire) ? Nous réalisons un court sondage sur l'Abonnement Fidélité de la STO et sur l'offre Duo Auto + Bus (**RÉPÉTER AU BESOIN**) à propos duquel la STO vous a envoyé récemment un avis. Nous aimerions vous poser quelques questions sur ces sujets. Le sondage dure de 8 à 10 minutes. Les renseignements que nous en tirerons serviront à améliorer le service. Accepteriez-vous d'y participer? **DANS L’AFFIRMATIVE** : Très bien; avant de commencer, j'aimerais vous informer que vous pouvez refuser de répondre à toute question à laquelle vous ne désirez pas répondre.

### Objectif 1 – Questions sur FIDÉLITÉ

#### 01 Question sur Fidélité

À propos de votre satisfaction.

Diriez-vous que vous êtes « peu » « assez » ou « très » satisfait de votre abonnement au programme FIDÉLITÉ, abonnement annuel par prélèvements bancaires.

En date d'aujourd'hui, êtes-vous encore abonné au programme FIDÉLITÉ ?

- Oui  
 Non (Si non remercier et terminer l'entrevue)

#### 02 Question sur Fidélité

Depuis combien de temps êtes-vous abonné au Programme FIDÉLITÉ ?

- Moins d'un an  
 Un an et plus

Où avez-vous entendu parler du forfait FIDÉLITÉ ?

- Guide de l'utilisateur STO
- Mon employeur
- Un(e) ami(e)
- Autre, préciser :.....

Avez-vous hésité avant de vous abonner au programme FIDÉLITÉ?

- oui  non

Si « OUI », pourquoi ?

- Raison économique (10% d'escompte insuffisant)
- N'aimait pas l'idée de prélèvements au compte bancaire
- Durée de l'engagement (un an)
- Instabilité au niveau de l'emploi
- Autre, préciser :.....



Avez-vous déjà profité des avantages PLUS offerts aux abonnés du programme FIDÉLITÉ ?

oui  non

Accepteriez-vous de recevoir des offres promotionnelles, tels des coupons de cinéma ou de théâtre, à votre domicile ?

oui  non

Avec-vous accès à internet, soit de votre domicile ou de votre lieu de travail ou d'étude ?

oui  non

Avez-vous en permis de conduire valide ?

oui  non (si NON remercier et interrompre l'entrevue)

---

**Objectif 2 – Vérifier s'ils ont entendu parler (comment), lu et compris l'offre DUO Auto+Bus et/ou s'ils connaissent la formule de l'autopartage**

**03 A** Avant aujourd'hui, aviez-vous déjà entendu parler de l'offre d'abonnement DUO auto+bus?

oui  non

**B Si « oui »,** en aviez-vous entendu parler avant de recevoir le dépliant joint à la lettre qui annonçait la tenue de ce sondage ?

oui  non

**C Si oui à « B », comment ? Ne pas énumérer les réponses possibles. Cocher toutes celles mentionnées.**

- Dépliant ou prospectus reçu à la maison
- Dépliant dans les autobus
- Centre d'information de la STO
- Site web de la STO
- Site web de Communauto
- Publicité sur une auto de Communauto
- Journaux, radio
- Bouche à oreille
- Autre (spécifier : .....

**04** Connaissez-vous Communauto ou la formule de l'autopartage ?

oui  non

**Si « non » passer à la question 07**

**05** Est-ce que vous connaissiez déjà ce service avant d'avoir entendu parler de l'offre d'abonnement DUO auto+bus ?

oui  non  je n'ai jamais entendu parler de l'offre DUO auto+bus (**réponses à combiner avec « oui » lors de la codification des résultats**)



**06 A** Avez-vous déjà consulté le site internet de Communauto ou téléphoné chez Communauto pour obtenir des informations sur l'autopartage ?

oui  non

**B Si oui**, était-ce :

avant d'avoir entendu parler de l'offre DUO auto+bus

après

les deux

je n'ai jamais entendu parler de l'offre DUO auto+bus (**réponses à combiner**

**avec « avant » lors de la codification des résultats)**

**07** Pensez-vous avoir bien compris la nature de l'offre DUO Auto+Bus ?

Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

---

**Objectif 3 – « Etude de marché », intérêt pour l'autopartage et pour l'offre DUO Auto+Bus**

**Tout ce qui suit doit être lu lentement et distinctement en incluant le contenu des parenthèses.**

**Avant de poser les questions suivantes, je dois m'assurer que vous avez une connaissance minimale des principales caractéristiques de l'autopartage qui distinguent cette formule des services de location de voitures conventionnels. Je vais donc vous énumérer quelques-unes des caractéristiques propres à ce service.**

**AU CHOIX :**

**Comme vous ne connaissez pas ce service, (...)**

**Comme vous avez une connaissance très vague de ce service, (...)**

**Même si vous semblez relativement bien connaître ce service**

**(...) je vais vous demander toute votre attention. N'hésitez pas à me demander de répéter au besoin. Donc l'autopartage est :**

- **Un service offert uniquement sur abonnement**
- **Ce service nécessite habituellement le versement d'un dépôt REMBOURSABLE de 500 \$ et d'un frais annuels à partir de 35\$. Les deux sont remplacés par un frais mensuels de 8\$ dans le cadre de l'offre DUO Auto+Bus**
- **Les véhicules sont accessibles 24h/24, 7 jours sur 7**
- **On peut réserver un véhicule à l'heure et même à la demie-heure ou pour des périodes plus longues**
- **Ce service est facturé en fonction du temps d'utilisation et du nombre de km parcourus ; on parle d'un prix à l'heure allant de 1,50 à 2\$/h + 15 à 28¢/km (des tarifs spéciaux sont aussi offerts pour les trajets longues distances)**
- **En tout temps ces montants incluent l'essence et les assurances.**



**On peut ajouter à ces informations que les automobiles « partagées » (aussi appelées « libre-service ») sont toujours localisés au cœur des quartiers desservis, donc près de chez vous, qu'ils sont accessibles directement, c'est à dire sans l'intermédiaire d'un préposé (une clé passe-partout donnant accès à tous les véhicules est remise aux abonnés au moment de leur inscription), et que ce service est facturé mensuellement, un peu comme un compte de téléphone ou d'électricité.**

**En résumé, l'autopartage est un service qui vise à rendre l'automobile accessible sans qu'il ne soit nécessaire d'en posséder une. Ce service peut, selon les personnes, se substituer à la deuxième voiture des ménages mais aussi, très souvent, les amener à renoncer à en posséder une.**

**Pensez-vous avoir bien compris de quelle genre de service il s'agit ? QUESTION INFORMELLE À UTILISER PAR LES INTERVIEWERS POUR FACILITER LA TRANSITION AVEC LA SUITE DES QUESTIONS OU VÉRIFIER SI CERTAINES CARACTÉRISTIQUES DU SERVICE SE DOIVENT D'ÊTRE RÉPÉTÉES.**

**08** À votre avis, existe-t-il un besoin pour ce type de service dans votre quartier ?  
 Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

**09** Est-ce que vous pensez que l'existence de ce service pourrait avoir, à long terme, un impact positif sur la fréquentation du transport en commun ; en fidélisant un certain nombre d'usagers qui auraient pu, sans l'alternative que représente l'autopartage, être davantage tenté par l'achat d'une auto?

Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

**10** Sur une échelle de probabilité de 0 (très peu probable) à 10 (presque certain), à combien évaluez-vous vos chances d'adhérer à un service d'autopartage au cours des 24 prochains mois ?

Presque certain	-----	(10 chances sur 10)	_____
		(9 chances sur 10)	_____
Presque certain	-----	(8 chances sur 10)	_____
		(7 chances sur 10)	_____
Une certaine possibilité	-----	(6 chances sur 10)	_____
		(5 chances sur 10)	_____
		(4 chances sur 10)	_____
Peu probable	-----	(3 chances sur 10)	_____
		(2 chances sur 10)	_____
Très peu probable	-----	(1 chances sur 10)	_____
		( 0 )	_____



11 Si vous n'êtes pas certain d'adhérer à ce service qu'est ce qui vous fait hésiter ?

**Ne pas suggérer les réponses. Cocher toutes les réponses mentionnées (si quelque chose s'en rapproche suffisamment), sinon écrire la ou les réponses en utilisant les lignes « autre ».**

- Je n'ai pas de voiture et n'en ai pas besoin
- J'ai trop besoin d'une auto à moi pour pouvoir m'en passer
- Mon ménage a absolument besoins de plus d'un véhicule
- Je ne vois pas l'utilité de ce service
- Je le trouve trop coûteux
- Je ne crois pas que ce service pourrait répondre efficacement à mes besoins
- Je suis sceptique quant à la fiabilité d'un tel service
- L'utilisation de ce service me semble compliquée
- Autre (spécifier .....)

12 A Est-ce que vos chances d'adhérer à un service d'autopartage augmenteraient à plus long terme ?

- Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

**B Si « oui » ou « plutôt oui », pourquoi ?**

- raison 1 (spécifier .....)
- raison 2 (spécifier .....)
- raison 3 (spécifier .....)

13 Combien de véhicules automobiles achetés ou loués à long terme y a-t-il à votre domicile (exclure les motos) ? \_\_\_\_\_

**Si le répondant appartient à un ménage non motorisé, passer à la question 15**

14 Est-ce que l'existence de ce service dans votre quartier pourrait un jour inciter votre ménage à se départir (de son véhicule) d'un véhicule, cad diminuer le nombre de véhicules qu'il possède ? (ADAPTER LA QUESTION S'IL S'AGIT D'UN MÉNAGE À 1 OU PLUSIEURS VÉH.)

- Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

15 Si jamais votre ménage songeait à ajouter (ACHETER) un véhicule à celui (ou ceux) qu'il(s) possède(nt) déjà (S'IL Y A LIEU), est-ce que l'existence de ce service, dans votre quartier, pourrait (...) (ADAPTER LA QUESTION S'IL S'AGIT D'UN MÉNAGE NON MOTORISÉ OU À 1 OU PLUSIEURS VÉH.)

**A (...)** inciter votre ménage à renoncer à l'achat d'un véhicule (additionnel) ?

- Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui  Ne s'applique pas (par ex. : je ne pense pas que nous pourrions être intéressés à acheter un véh. additionnel...)



**B (...)** inciter votre ménage à retarder l'achat d'un véhicule (**additionnel**) ?  
 Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui  Ne s'applique pas (**par ex. : je ne pense pas que nous pourrions être intéressés à acheter un véh. additionnel...**)

**16 A** Habituellement l'inscription au service d'autopartage offert par Communauto nécessite le versement d'un droit d'adhésion remboursable de 500\$, plus 35\$ de cotisation annuelle. L'offre DUO Auto+Bus permet aux abonnés FIDÉLITÉS de remplacer le droit d'adhésion remboursable et la cotisation annuelle par un frais mensuel de 8\$. Voyez-vous cette possibilité comme un avantage significatif et incitatif ?

Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

**B Si « non » ou « plutôt non », pourquoi ?**

raison 1 (spécifier .....)  
 raison 2 (spécifier .....)

**17** À votre avis, est-ce que d'offrir aux abonnés FIDÉLITÉ, à la place, une période d'essai de l'autopartage de 4 mois sans avoir à verser le droit d'adhésion de 500\$ ni de frais mensuels constituerait une proposition PLUS intéressante ?

Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

**A si OUI ou PLÛTOT OUI, pourquoi ?**

raison 1 (spécifier .....)  
 raison 2 (spécifier .....)

**18** Est-ce que le fait d'éliminer le versement d'un droit d'adhésion remboursable de 500\$ de même que les frais annuels de 35\$ sans avoir, en échange, à payer un frais mensuel de 8\$ (il n'y aurait donc pas de frais mensuels à verser) augmenterait vos chances d'adhérer à un service d'autopartage ?

Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

**19 A** Avez-vous en tête une idée ou une suggestion pour un autre type d'incitatif qui pourrait, selon-vous, rendre encore plus attrayant le fait d'adhérer à un service d'autopartage ?

oui  non

**B Si « oui », laquelle ?**

suggestion 1 (spécifier.....)  
 suggestion 2 (spécifier.....)

---



#### Objectif 4 – Profil de mobilité

**20** En moyenne, à quelle fréquence utilisez-vous les moyens de transport suivants ?

PRESQUE TOUS LES JOURS / 1 À 3 JOURS PAR  
SEMAINE / 1 À 3 JOUR PAR MOIS / MOINS D'UN JOUR PAR  
MOIS / JAMAIS

- A** Auto
- B** Transport public
- C** Vélo (durant la belle saison)
- D** Moto

**21** Quel moyen de transport utilisez-vous principalement pour aller au travail / école ?  
(une réponse)

Transport en commun, Auto, Marche, Velo, je travail principalement à la maison, Autre  
(specifier)

**22** Combien de temps en moyenne vous est nécessaire pour vous rendre de la maison  
au lieu de travail/étude ? Min \_\_\_\_\_

**23** Utilisez-vous le transport en commun pour ?

- A** faire l'épicerie  oui  non
- B** d'autres emplettes  oui  non
- C** les déplacements de loisir  oui  non
- D** les vacances  oui  non
- E** autre  oui (spécifier : \_\_\_\_\_)  non

**24** Combien de km, environ, avez-vous parcouru en auto au cours de la dernière année  
(pas seulement ou nécessairement la vôtre)

Chiffre : \_\_\_\_\_  NSP

#### Objectif 5 – Profil socio démographique

**25** Sexe (**NE PAS POSER LA QUESTION**) ? homme ? Femme

**26** Langue de l'entrevue (**NE PAS POSER LA QUESTION**)

- français  anglais



27 Quel-est votre âge ? \_\_\_\_\_ ans

28 **A** En vous excluant, combien de membres de votre famille résident avec vous ? \_\_\_\_

**B** Combien sont âgés de

- (A) 4 ans ou moins \_\_\_\_\_
- (B) Entre 5 et 11 ans \_\_\_\_\_
- (C) Entre 12 et 17 ans \_\_\_\_\_
- (D) 18 ans ou plus \_\_\_\_\_

29 Lequel des énoncés qui suivent correspond le mieux à votre situation?

Vous... (**un seul choix possible**)

- (A)  travaillez à temps plein
- (B)  travaillez à temps partiel
- (C)  êtes à la retraite
- (D)  ne travaillez pas à l'extérieur du foyer
- (E)  êtes temporairement sans emploi
- (F)  êtes étudiant
- (G)  autre (spécifier : \_\_\_\_\_)

30 Quel est le dernier niveau de scolarité que vous avez complété, c'est-à dire pour lequel vous avez obtenu un diplôme de fins d'études?

- (A) primaire  (B) secondaire  (C) collégial  (D) universitaire
- (E) autre (spécifier) : \_\_\_\_\_

31 Dans quelle catégorie, parmi les suivantes, se situe votre revenu familial total avant impôt (**FACULTATIF**) ? **Veillez me demander d'arrêter lorsque je serai rendu à votre catégorie.**

- (A) Moins de 20 000 \$
- (B) entre 20 000 et 39 999 \$
- (C) entre 40 000 et 59 999 \$
- (D) entre 60 000 et 79 999 \$
- (E) 80 000 \$ et +



Quel est votre niveau de satisfaction ?  
 Que pouvons-nous faire pour nous améliorer ?  
 Qui sont nos usagers ?



**Sondage**  
 MIS À JOUR LE 20 MAI 2004

**V**oilà autant de questions que nous aimerions vous poser afin de mieux cerner vos attentes et vos besoins. Il y a beaucoup de nouveau, cette année, dans la forme de notre consultation périodique. Mais un fait demeure, c'est que votre participation à ce sondage est toujours aussi importante pour nous assurer de la représentativité des résultats. Comme dans le passé, vous n'avez pas obligatoirement à vous identifier sur le formulaire. Cependant, si vous acceptez de le faire (ce qui serait utile pour nous permettre de croiser vos réponses avec votre profil d'utilisation du service), sachez que toutes les informations recueillies seront traitées de façon confidentielle. Bien sûr, vos commentaires sont toujours les bienvenus...

- 01 Depuis combien de temps êtes-vous inscrit à *Communauto* ?  
 \_\_\_\_ AN(S) et/ou \_\_\_\_ MOIS
- 02 Quel est votre numéro d'usager (FACULTATIF) ? \_\_\_\_\_
- 03 Quels sont les 3 premiers caractères de votre code postal ? \_\_\_\_\_
- 04 Quel est votre type d'abonnement ?  
 Individuel  Conjoint (à deux)  Corporatif
- 05 Quel est votre forfait ?  
 A (350\$/année)  B (140\$/année)  C (35\$/année)  
 Mon forfait est expiré  Je ne sais pas
- 06 Quel est votre niveau de satisfaction à l'égard des caractéristiques suivantes du service?

	TRÈS INSATISFAIT	INSA- TISFAIT	NEUTRE	SATIS- FAIT	TRÈS SATISFAIT
A) les prix	<input type="radio"/>				
B) choix de véhicules (marques/modèles)	<input type="radio"/>				
C) la propreté des véhicules	<input type="radio"/>				
D) leur condition (âge, km, mécanique...)	<input type="radio"/>				
E) la disponibilité des véhicules	<input type="radio"/>				
F) leur localisation	<input type="radio"/>				
G) service de réserv. de nuit (sous-traitant)	<input type="radio"/>				
H) service de réserv. de jour (nos préposés)	<input type="radio"/>				
I) facilité à nous rejoindre par téléphone (disponibilité des lignes, délai d'attente)	<input type="radio"/>				
J) globalement, quelle est votre évaluation du service en général	<input type="radio"/>				

- 07 Recommandez-vous notre service à des gens de votre entourage ?  
 oui  non
- 08 Disposez-vous d'un accès internet à la maison ?  oui  non  
 ...au travail ?  oui  non
- 09 (A) Utilisez-vous *Réservauto*, notre service de réservations par internet ?  
 oui  non  
 (B) Si oui, quel est votre niveau de satisfaction à l'égard de cet outil ?  
 Très insatisfait  Insatisfait  Neutre  Satisfait  Très satisfait
- 10 (A) Faites-vous usage des sièges pour bébé mis à votre disposition dans certains véhicules ?  oui  non  
 (B) Si oui, veuillez nous indiquer les deux stations les plus pratiques pour ce faire : 1<sup>er</sup> choix : \_\_\_\_\_  
 2<sup>e</sup> choix : \_\_\_\_\_

- 11 De manière générale, si on vous offrait le choix entre les trois options suivantes, laquelle préféreriez-vous ?  
 Payer **MOINS CHER** en échange de véhicules conservés plus longtemps (8 ans et 240 000 km max. mais propres et en excellente condition mécanique)  
 Le **STATU QUO**. La situation actuelle me convient (véhicules remplacés au bout de 6 ans et 180 000 km maximum)  
 Payer **PLUS CHER** en échange de véhicules en moyenne plus récents (remplacés au bout de 4 ans et 120 000 km maximum).
- 12 (A) Disposez-vous présentement de la carte « budget/compte » La Capitale ?  oui  non  
 (B) Connaissez-vous ce produit ?  oui  non
- 13 Combien de fois avez-vous acheté un laissez-passer mensuel de votre Société de transport (RTC, STM, STS, STO) au cours des 12 derniers mois ?  
 \_\_\_\_\_ /12
- 14 S'il y a lieu, quel(s) numéro(s) de parcours d'autobus et/ou de métro (inscrire le numéro ou la couleur de la ligne) utilisez-vous régulièrement ? Les identifier par ordre d'importance, en commençant par le plus important :  
 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_  
 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_  
 Ne s'applique pas
- 15 Si *Communauto* vous en donnait la chance, seriez-vous intéressé à vous abonner **annuellement** au transport en commun, en échange d'une réduction de 10% sur le coût de vos 12 laissez-passer mensuels ? Ces laissez-passer vous seraient envoyés directement à domicile, par la poste, et leur prix vous serait facturé mensuellement par *Communauto*.  
 Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui
- 16 Si nous étions en mesure d'obtenir des rabais chez certains commerçants sur présentation de votre carte d'abonné de *Communauto*, quels types de produits ou services, s'il y a lieu, seraient le plus susceptibles de vous intéresser ?  
 (identifiez vos choix par ordre de préférence à l'aide de numéros : 1, 2, 3...)  
 Cinéma  Train  
 Restaurant  Autocar interurbain  
 Théâtre  Centre de ski  
 Auberge  
 Abonnement à des revues, magazines ou journaux  
 Autre (spécifier) : \_\_\_\_\_
- 17 (A) Accepteriez-vous, au besoin, de nous aider à promouvoir vos droits auprès des autorités locales dans nos efforts pour protéger nos points de service existants ou afin de les sensibiliser à la nécessité de nous attribuer de nouveaux espaces de stationnement que ce soit sur rue ou hors-rue ?  Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui  
 (B) S'il y a lieu, auxquelles des actions qui suivent accepteriez-vous de participer dans le cadre d'une campagne organisée ?  
 (identifiez vos choix par ordre de préférence à l'aide de numéros : 1, 2, 3...)  
 Signer une pétition  
 Appeler un élu ou un fonctionnaire  
 Participer à une soirée de consultation publique  
 Vous présenter à l'hôtel de ville pour la période des questions  
 Autre (spécifier) : \_\_\_\_\_
- 18 Combien de véhicules automobiles achetés ou loués à long terme y a-t-il à votre domicile (exclure les motos) ? \_\_\_\_\_



19 (A) AVANT votre inscription à *Communauto*, auriez-vous été intéressé par les offres suivantes?

**Offre #1 PÉRIODE D'ESSAI :** Pouvoir vous inscrire à *Communauto* pour une période d'essai de 4 mois durant laquelle vous n'auriez pas eu à verser le droit d'adhésion remboursable de 500\$. Seul des frais d'inscription de 20\$ (non remboursables mais créditable lors d'une éventuelle inscription) vous auraient été facturés, vous permettant de profiter de tous les privilèges associés au forfait C.  
 Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

**Offre #2 PAIEMENT PAR VERSEMENTS DU DROIT D'ADHÉSION :** Pouvoir vous inscrire en payant le droit d'adhésion remboursable de 500\$ en 24 versements de 24\$ plutôt qu'en un seul. Total pour 2 ans: 576\$ au lieu de 500\$ (dont 76\$ de frais d'intérêt non remboursables).  
 Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

**Offre #3 REMPLACEMENT DU DROIT D'ADHÉSION ET DU PRIX DU FORFAIT C PAR UN MONTANT FIXE MENSUEL (forfaits A et B ici non accessibles) :** Ces deux montants auraient été remplacés par des frais mensuels de 9\$ (108\$ par année) permanents et non remboursables.  
 Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

**Offre #4 ÉLIMINATION DU RENDEZ-VOUS LORS DE L'INSCRIPTION :** Pouvoir vous inscrire à *Communauto* (par la poste, par internet...) sans avoir l'obligation de vous présenter à nos bureaux.  
 Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

(B) Laquelle ou lesquelles des propositions qui précèdent vous auraient semblé les plus intéressantes (inscrire le numéro de l'offre)?  
 1<sup>er</sup> choix : \_\_\_ 2<sup>e</sup> choix : \_\_\_ 3<sup>e</sup> choix : \_\_\_ 4<sup>e</sup> choix : \_\_\_ Aucune :

(C) Maintenant que vous êtes inscrit à *Communauto*, si vous aviez la possibilité de vous faire rembourser les 500\$ de votre droit d'adhésion, quitte à payer 9\$ par mois (108\$ par année, non remboursable) au lieu de 35\$/année pour le forfait «C», seriez-vous intéressé à vous prévaloir de cette offre (l'équivalent de l'offre # 3)?  
 Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

20 (A) En moyenne, à quelle fréquence utilisez-vous les moyens de transport suivants?

	TOUTS LES JOURS OU PRESQUE	1 À 3 JOURS PAR SEMAINE	1 À 3 JOURS PAR MOIS	MOINS D'UN JOUR PAR MOIS	JAMAIS
Auto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transport public	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taxi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vélo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autre (spécifier):	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(B) Combien de jours par mois (ou par année), en moyenne, utilisez-vous les véhicules de *Communauto* (soit les nôtres ou ceux obtenus par notre intermédiaire auprès d'un locateur associé)?  
 \_\_\_ jours/MOIS ou \_\_\_ jours/ANNÉE

21 Quel moyen de transport utilisez-vous généralement pour...  
*Inscrire une seule réponse pour chaque motif de déplacement*

	MOTIFS DE DÉPLACEMENT				
	TRAVAIL/ÉTUDES	FAIRE L'ÉPICERIE	AUTRES EMPLETTES	LOISIRS/VACANCES	AUTRES * DÉPLACEMENTS
(A) Véhicules de <i>Communauto</i> ou obtenus par notre intermédiaire	<input type="radio"/>				
Autres véhicules automobiles	<input type="radio"/>				
Transport public	<input type="radio"/>				
Taxi	<input type="radio"/>				
Vélo	<input type="radio"/>				
Marche	<input type="radio"/>				
Autre (spécifier):	<input type="radio"/>				
Je ne me déplace pas pour ce motif	<input type="radio"/>				

(B) Quel était le principal motif de votre dernier trajet effectué avec un véhicule de *Communauto* (ou obtenu par notre intermédiaire)?

<input type="radio"/>				
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

\* «Autres déplacements» Si vous cochez ce choix, veuillez spécifier le motif à côté.

22 Comment jugez-vous les affirmations suivantes au sujet des conséquences de votre choix de vous inscrire à *Communauto*?

	FORTEMENT EN DÉSACCORD	EN DÉSACCORD	INDÉCIS	EN ACCORD	FORTEMENT EN ACCORD
Moi ou mon ménage...					
...avons pu renoncer à l'achat d'un véhicule	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...avons pu nous départir d'un véhicule déjà en notre possession	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...avons pu retarder l'achat d'un véhicule	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23 Si vous déménagez dans l'avenir, est-ce que l'existence du service offert par *Communauto* pourrait avoir une influence sur le choix de l'endroit où vous irez vous établir?  
 Non  Plutôt non  Indécis  Plutôt oui  Oui

24 (A) Comptez-vous quitter le service au cours de la prochaine année?  
 oui  non (B) Si oui, pourquoi? \_\_\_\_\_

25 (A) Quel est votre âge? \_\_\_ ans  
 (B) ...votre sexe  homme  femme  
 (C) ...la langue parlée que vous utilisez le plus souvent à la maison?  
 français  anglais  autre (préciser): \_\_\_\_\_

26 En vous excluant, combien de personnes dans votre demeure sont âgées de...  
 (A) 4 ans ou - : \_\_\_ (B) 5 à 11 ans : \_\_\_ (C) 12 à 17 ans : \_\_\_ (D) 18 ans ou + : \_\_\_

27 Quel est le dernier niveau de scolarité que vous avez complété, c'est-à-dire pour lequel vous avez obtenu un diplôme de fins d'études?  
 (A) primaire  (B) secondaire  (C) collégial  (D) universitaire  
 (E) autre (spécifier): \_\_\_\_\_

28 Lequel des énoncés qui suivent correspond le mieux à votre situation? Vous...  
 (A) travaillez à temps plein  (E) êtes temporairement sans emploi  
 (B) travaillez à temps partiel  (F) êtes étudiant  
 (C) êtes à la retraite  (G) autre (spécifier): \_\_\_\_\_  
 (D) ne travaillez pas à l'extérieur du foyer

29 S'il y a lieu, quels sont les 3 premiers caractères du code postal de votre lieu de travail/d'étude? \_\_\_\_\_

30 Dans quelle catégorie parmi les suivantes se situe votre revenu familial total avant impôt (FACULTATIF)?  
 (A) moins de 15 000\$  (D) entre 45 001\$ et 70 000\$  
 (B) entre 15 001\$ et 25 000\$  (E) plus de 70 000\$  
 (C) entre 25 001\$ et 45 000\$

**COMMENTAIRES.** Si vous avez des commentaires ou des suggestions à nous formuler veuillez les inscrire ici (par exemple, quel serait la (les) chose(s) la (les) plus importante(s) que nous devrions faire dans le but d'augmenter votre satisfaction à l'égard du service?).

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Veuillez s.v.p. nous retourner le questionnaire complété dans l'enveloppe pré-affranchie ci-jointe le plus rapidement possible.

Merci de votre collaboration !

English version available upon request or at [www.communauto.com/survey.html](http://www.communauto.com/survey.html)



*You – Satisfied with our service?  
Us – How can we improve?  
Our members – Who are they exactly?*



**Survey**  
UPDATED MAY 19, 2004

**T**hose are but a few of the many questions on our mind that we'd like to ask you with an aim to better uncover your wants and needs. We've included a lot of new ones this year as a part of our periodic consultation with you. However, one thing hasn't changed – your participation in our survey is very important to us, as it helps ensure that the findings are truly representative of all our members. As in past surveys, it's entirely your choice whether to identify yourself on the form, or not. However, if you choose to let us know who you are (this lets us combine your answers to our survey with information about how you use our service), you can be assured that your answers and any other information about you will remain strictly confidential. And of course, we welcome your comments at any time.

**01** How long have you been a member of *Communauto* ?  
\_\_\_\_\_ YEAR(S) and/or \_\_\_\_\_ MONTHS

**02** What is your membership number (OPTIONAL)? \_\_\_\_\_

**03** What are the first three digits of your postal code? \_\_\_\_\_

**04** What type of membership do you have?  
 INDIVIDUAL  JOINT (TWO MEMBERS)  CORPORATE

**05** Which Plan do you have?  
 "A" (\$350/yr)  "B" (\$140/yr)  "C" (\$35/yr)  
 MY PLAN HAS EXPIRED  I DON'T RECALL

**06** How satisfied are you with each of the following elements of our service?

		VERY DISSATISFIED	DISSATISFIED	NEUTRAL	SATISFIED	VERY SATISFIED
<b>A) the prices</b>	<input type="radio"/>					
<b>B) choice of vehicles (makes/models)</b>	<input type="radio"/>					
<b>C) cleanliness of the vehicles</b>	<input type="radio"/>					
<b>D) general condition of vehicles (age, kms)</b>	<input type="radio"/>					
<b>E) availability of vehicles</b>	<input type="radio"/>					
<b>F) location of vehicle stations</b>	<input type="radio"/>					
<b>G) after-hours reservations (contractor)</b>	<input type="radio"/>					
<b>H) daytime reservations (our agents)</b>	<input type="radio"/>					
<b>I) ease of contacting us by telephone (availability of lines, wait time)</b>	<input type="radio"/>					
<b>J) overall, how would you rate our service</b>	<input type="radio"/>					

**07** Would you recommend our service to people you know?  YES  NO

**08** Do you have access to the Internet at home?  YES  NO  
... at work?  YES  NO

**09 (A)** Do you use *Réservauto*, our Internet reservation service?  YES  NO

**(B)** If yes, how satisfied are you with this service?  
 VERY DISSATISFIED  DISSATISFIED  NEUTRAL  SATISFIED  VERY SATISFIED

**10 (A)** Do you ever use the baby seats that are made available in certain vehicles?  YES  NO

**(B)** If yes, in what 2 stations would you most like to find vehicles equipped with baby seats?  
1<sup>st</sup> CHOICE: \_\_\_\_\_  
2<sup>nd</sup> CHOICE: \_\_\_\_\_

**11** In general, if we offered you the following three options, which one would you prefer most?

- LOWER PRICES** in exchange for vehicles that are kept for a longer period of time (8 years and maximum 240,000 km, but clean and in excellent mechanical condition)
- The **STATUS QUO**. The current programme meets my needs (vehicles replaced at the end of 6 years and maximum 180,000 km)
- INCREASE IN PRICES** in exchange for newer vehicles on average (replaced after 4 years and maximum 120,000 km).

**12 (A)** Do you currently have a "budget/escompte" La Capitale card?  YES  NO

**(B)** If no, are you aware of the existence of this card?  YES  NO

**13** During the last 12 months, how many times have you purchased a monthly pass from your Public Transit Authority? (RTC, STM, STS, STO)? \_\_\_\_\_ /12

**14** If it applies to you, which bus(es) or Metro line(s) (indicate the number or the colour of the line) do you regularly use? Please state by order of importance, starting with the most important:

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_  
3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

DOES NOT APPLY TO ME

**15** Would you be interested in an *annual* pass to public transit if *Communauto* offered you a 10% reduction on the cost of your 12 monthly passes? The monthly passes would be delivered by mail directly to your residence, and *Communauto* would bill you monthly?  
 DEFINITELY NOT  RATHER NOT  HARD TO SAY  RATHER YES  DEFINITELY YES

**16** If we were able to obtain discounts at certain businesses whenever you present your *Communauto* Membership Card, what types of products or services would interest you most?

(Please rank your preferences using numbers: 1, 2, 3 up to 9)

- [ ] Movies [ ] Travel by train
- [ ] Restaurant [ ] Inter-city bus travel
- [ ] Theatres [ ] Ski resorts
- [ ] Inns/hotels
- [ ] Magazine or newspaper subscriptions
- [ ] Other (Please specify): \_\_\_\_\_

**17 (A)** As required, would you be willing to help us promote your rights to local authorities as part of our efforts to maintain our existing stations and to highlight the need for new parking spaces both on and off the street?  
 DEFINITELY NOT  RATHER NOT  HARD TO SAY  RATHER YES  DEFINITELY YES

**(B)** If applicable, which of the following activities would you be willing to participate in as part of an organized campaign?

(Please rank your preferences using numbers: 1, 2, 3, 4, 5)

- [ ] Sign a petition
- [ ] Speak with an elected official or civil servant
- [ ] Participate in an evening of public consultation
- [ ] Attend "Question Period" at City Hall
- [ ] Other (Please specify): \_\_\_\_\_

**18** How many motor vehicles in total, either owned or leased, are there in your household? (do not include motorcycles)? \_\_\_\_\_



19 (A) BEFORE becoming a member of *Communauto*, would you have been interested in the following offers?

**Offer #1 TRIAL PERIOD:** The option of joining *Communauto* for a trial period of 4 months during which you would not have to pay the refundable membership fee of \$500. You would pay a \$20 inscription fee (non refundable, but which would be credited toward your membership fee) that would allow you to take full advantage of all the privileges associated with Plan "C".  
 DEFINITELY NOT  RATHER NOT  HARD TO SAY  RATHER YES  DEFINITELY YES

**Offer #2 PAYMENT OF THE MEMBERSHIP FEE IN INSTALLMENTS:** The option of joining by paying the refundable membership fee of \$500 in 24 equal payments of \$24 rather than in one payment. Total for 2 years: \$576 rather than \$500 (non-refundable interest charges would be \$76).  
 DEFINITELY NOT  RATHER NOT  HARD TO SAY  RATHER YES  DEFINITELY YES

**Offer #3 REPLACEMENT OF THE MEMBERSHIP FEE AND COST OF PLAN "C" BY A MONTHLY FIXED FEE (Plans "A" and "B" not covered by this):** These two fees would be replaced by an on going fixed non-refundable monthly charge of \$9 (\$108 per year).  
 DEFINITELY NOT  RATHER NOT  HARD TO SAY  RATHER YES  DEFINITELY YES

**Offer #4 ELIMINATION OF THE REQUIREMENT TO APPLY IN PERSON:** The option to apply for membership in *Communauto* (by mail, by Internet...) without the requirement of applying in person in our offices.  
 DEFINITELY NOT  RATHER NOT  HARD TO SAY  RATHER YES  DEFINITELY YES

(B) Which of the offer or offers above would appeal to you most [write in the number(s) of the offer(s)]?  
 1<sup>st</sup> CHOICE: \_\_\_ 2<sup>nd</sup> CHOICE: \_\_\_ 3<sup>rd</sup> CHOICE: \_\_\_ 4<sup>th</sup> CHOICE: \_\_\_ NONE:

(C) Given that you are already a *Communauto* member, if you had the option of recovering your \$500 refundable membership fee, and pay \$9 per month (\$108 per year, non-refundable) in place of the \$35/year fee for Plan "C", would you be interested in taking advantage of the offer (equivalent to Offer #3)?  
 DEFINITELY NOT  RATHER NOT  HARD TO SAY  RATHER YES  DEFINITELY YES

20 (A) On average, how often do you use the following modes of transportation?

	EVERY DAY OR ALMOST EVERY DAY	1 TO 3 DAYS PER WEEK	1 TO 3 DAYS PER MONTH	LESS THAN ONCE PER MONTH	NEVER
Car	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Public Transit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taxi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bicycle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Other (specify):	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(B) On average, how many days per month (or per year) do you use a *Communauto* vehicle (include our vehicles, and those obtained through one of our participating car rental companies)?  
 \_\_\_ DAYS/MONTH or \_\_\_ DAYS/YEAR

21 What means of transportation do you usually use for...  
 Indicate one response only for each type of trip

	T Y P E S O F T R I P S				
	WORK/SCHOOL	GROCERIES	OTHER SHOPPING	RECREATION/VACATION	OTHER * TRIPS
(A) <i>Communauto</i> vehicles, or those obtained through our partners	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Other automobiles/vehicles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Public Transit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taxi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bicycle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
On foot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Other (specify):	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I don't make these kinds of trips	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(B) What was the main reason for your last trip made in a *Communauto* vehicle (or obtained through one of our participating partners)?

<input type="radio"/>				
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

\* "Other trips": If you indicated this choice, please specify beside the reason for the trip.

22 Please indicate the degree to which you agree or disagree with the following statements as they relate to your decision to become a member of *Communauto*?

	STRONGLY DISAGREE	DISAGREE	HARD TO SAY	AGREE	STRONGLY AGREE
I, or my household...					
...was able to forgo the purchase of a vehicle	<input type="radio"/>				
...was able to dispose of a vehicle already in my (our) possession	<input type="radio"/>				
...was able to delay the purchase of a vehicle	<input type="radio"/>				

23 In future if you were to move, would you say that the existence of *Communauto*'s car-sharing service would influence your choice of where to relocate your residence?  
 DEFINITELY NOT  RATHER NOT  HARD TO SAY  RATHER YES  DEFINITELY YES

24 (A) Are you planning to cancel your membership over the next year?  
 YES  NO (B) If yes, why? \_\_\_\_\_

25 (A) What is your age? \_\_\_ YEARS  
 (B) ...your sex?  MALE  FEMALE  
 (C) ...the language spoken most often in your household?  
 FRENCH  ENGLISH  OTHER (PLEASE SPECIFY): \_\_\_\_\_

26 Other than yourself, how many persons in your household are aged:  
 (A) 4 YRS OR - : \_\_\_ (B) 5 TO 11 YRS: \_\_\_ (C) 12 TO 17 YRS: \_\_\_ (D) 18 YRS OR +: \_\_\_

27 What is the highest level of education you completed, i.e. for which you received a diploma?  
 (A) PRIMARY SCHOOL  (B) HIGH SCHOOL  (C) COLLEGE  (D) UNIVERSITY  
 (E) OTHER (PLEASE SPECIFY): \_\_\_\_\_

28 Which of the following best describes your situation?  
 (A) WORK FULL-TIME  (E) TEMPORARILY UNEMPLOYED  
 (B) WORK PART-TIME  (F) STUDENT  
 (C) RETIRED  (G) OTHER (SPECIFY): \_\_\_\_\_  
 (D) DON'T WORK OUTSIDE THE HOME

29 If applicable, what are the first 3 digits of the postal code where you work/study? \_\_\_\_\_

30 In which of the following categories does your total annual household income, before taxes fall (OPTIONAL)  
 (A) LESS THAN \$15,000  (D) \$45,001 TO \$70,000  
 (B) \$15,001 TO \$25,000  (E) MORE THAN \$70,000  
 (C) \$25,001 TO \$45,000

**COMMENTS.** If you have any comments or suggestions for us, please use the space below (e.g. what is the most important thing(s) that we should do to increase your level of satisfaction with our service?)

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Kindly return your completed questionnaire in the postage paid envelope provided, as promptly as possible.

Thank you for your cooperation!

Pour télécharger ce questionnaire dans sa version française, aller à [www.communauto.com/sondage.html](http://www.communauto.com/sondage.html)



Quelle est votre niveau de satisfaction ?  
Que pouvons-nous faire pour nous améliorer ?  
Qui sont nos usagers ?



## Sondage

MIS À JOUR LE 20 MARS 2006

Version Q4 destinée aux usagers inscrits à L'abonne BUS

**V**oilà autant de questions que nous aimerions vous poser afin de mieux cerner vos attentes et vos besoins. Notre dernière consultation remonte déjà au printemps 2004. Pour plusieurs d'entre vous ce sondage constituera une première. Plusieurs questions sont inédites. Que vous y ayez déjà participé ou non, un fait demeure, c'est que votre participation est toujours aussi importante pour nous assurer de la représentativité des résultats. Cette version du sondage s'adresse à nos usagers qui ont adhéré à L'abonne BUS (l'abonnement annuel au RTC). Pour

pour nous permettre de croiser vos réponses avec votre profil d'utilisation du service, il est important que vous nous fournissiez votre numéro d'usager à la question 12 du formulaire. Sachez cependant que toutes les informations recueillies seront traitées de façon confidentielle.

Une version électronique de ce questionnaire est disponible à cette adresse : [www.communauto.com/sondage06Q4.html](http://www.communauto.com/sondage06Q4.html). Vous nous permettez de réduire énormément les frais de cette consultation si vous utilisez cette façon d'y répondre. Bien sûr, vos commentaires sont toujours les bienvenus...

- 01** Depuis combien de temps êtes-vous inscrit à L'abonne BUS (l'abonnement annuel au RTC) ? \_\_\_ AN(S) et/ou \_\_\_ MOIS
- 02** À propos de votre satisfaction, diriez-vous que vous êtes « peu » « assez » ou « très » satisfait de votre abonnement à L'abonne BUS :  
 PEU  ASSEZ  TRÈS
- 03** Où avez-vous entendu parler de L'abonne BUS ?  
 Guide de l'usager du RTC  
 Mon employeur  
 Un(e) ami(e)  
 Chez Communauto  
 Autre, précisez : \_\_\_\_\_
- 04 a)** Avez-vous hésité avant de vous abonner à L'abonne BUS ?  OUI  NON
- b)** Si « OUI », pourquoi ? (ne cocher qu'une seule réponse)  
 Raison économique (10 % d'escompte insuffisant)  
 Durée de l'engagement (un an)  
 Instabilité au niveau de l'emploi  
 Autre (préciser) : \_\_\_\_\_
- 05 a)** Disposez-vous d'un accès internet à la maison ?  OUI  NON
- b)** Disposez-vous d'un accès internet au travail/études ?  OUI  NON
- 06** Pensez-vous que vous auriez quand même adhéré à Communauto si vous n'aviez pas eu la possibilité de profiter de L'abonne BUS ?  
 NON  PLUTÔT NON  INDÉCIS  PLUTÔT OUI  OUI
- 07** À l'inverse, auriez-vous quand même adhéré à L'abonne BUS si vous en aviez eu la possibilité sans être abonné de Communauto ?  
 NON  PLUTÔT NON  INDÉCIS  PLUTÔT OUI  OUI
- 08** Croyez-vous que le fait d'associer l'autopartage et le transport en commun dans des offres d'abonnement communes pourrait avoir, à long terme, un impact positif sur la fréquentation du transport en commun, en fidélisant un certain nombre d'usagers qui auraient pu, sans l'alternative que représente l'autopartage, être davantage tentés par l'achat d'une auto ?  
 NON  PLUTÔT NON  INDÉCIS  PLUTÔT OUI  OUI
- 09 a)** Est-ce que le privilège offert par le RTC aux usagers de Communauto, en leur rendant L'abonne BUS accessible, augmente pour vous l'intérêt d'être inscrit chez Communauto ?  
 NON  PLUTÔT NON  INDÉCIS  PLUTÔT OUI  OUI
- b)** Advenant le cas où vous songeriez à vous désabonner de Communauto, est-ce que cette opportunité pourrait vous inciter à retarder le moment de votre désistement ?  
 NON  PLUTÔT NON  INDÉCIS  PLUTÔT OUI  OUI
- c)** Mettriez-vous fin à votre abonnement chez Communauto si ce privilège vous était retiré ?  
 NON  PLUTÔT NON  INDÉCIS  PLUTÔT OUI  OUI
- 10** Combien de véhicules automobiles achetés ou loués à long terme y a-t-il à votre domicile (exclure les motos) ? \_\_\_\_\_
- 11** Depuis combien de temps êtes-vous inscrit à Communauto ? \_\_\_ AN(S) et/ou \_\_\_ MOIS
- 12** Quel est votre numéro d'usager (IMPORTANT) ? \_\_\_\_\_
- 13** Quel est votre code postal ? \_\_\_\_\_

- 14** Quel est votre forfait ?  
 \*A\* (350 \$/année)  
 \*B\* (140 \$/année)  
 \*C\* (35 \$/année)  
 Mon forfait est expiré  
 Je ne sais pas

- 15** Quelle distance devez-vous parcourir pour vous rendre à la station de Communauto la plus près ? \_\_\_\_\_ MÈTRES

- 16** Quel est votre niveau de satisfaction à l'égard des caractéristiques suivantes du service de Communauto ?



- |   | TRÈS INSATISFAIT      | INSATISFAIT           | NEUTRE                | SATISFAIT             | TRÈS SATISFAIT        |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>a)</b> les prix  | <input type="radio"/> |
| <b>b)</b> choix de véhicules (marques/modèles)  | <input type="radio"/> |
| <b>c)</b> la propreté des véhicules   | <input type="radio"/> |
| <b>d)</b> leur condition (âge, km, mécanique...)  | <input type="radio"/> |
| <b>e)</b> la disponibilité des véhicules  | <input type="radio"/> |
| <b>f)</b> leur localisation   | <input type="radio"/> |
| <b>g)</b> service de réserv. de nuit (sous-traitant)  | <input type="radio"/> |
| <b>h)</b> service de réserv. de jour (nos préposés)   | <input type="radio"/> |
| <b>i)</b> facilité à nous rejoindre par téléphone (disponibilité des lignes, délai d'attente) | <input type="radio"/> |
| <b>j)</b> globalement, quelle est votre évaluation du service en général                      | <input type="radio"/> |
- 17** Recommandez-vous notre service à des gens de votre entourage ?  OUI  NON
- 18 a)** Utilisez-vous Réservauto, notre service de réservations par internet ?  OUI  NON
- b)** Si oui, quel est votre niveau de satisfaction à l'égard de cet outil ?  
 TRÈS INSATISFAIT  INSATISFAIT  NEUTRE  SATISFAIT  TRÈS SATISFAIT
- 19 a)** Utilisez-vous Félix, notre service de réservations automatique par téléphone ?  OUI  NON
- b)** Si oui, quel est votre niveau de satisfaction à l'égard de cet outil ?  
 TRÈS INSATISFAIT  INSATISFAIT  NEUTRE  SATISFAIT  TRÈS SATISFAIT
- 20 a)** Faites-vous usage des sièges pour bébé mis à votre disposition dans certains véhicules ?  OUI  NON
- b)** Si oui, veuillez nous indiquer les deux stations les plus pratiques pour ce faire :  
1<sup>er</sup> CHOIX : \_\_\_\_\_  
2<sup>e</sup> CHOIX : \_\_\_\_\_
- 21 a)** Disposez-vous présentement d'une carte privilèges (Aéroplan, Air Miles...)?  OUI  NON
- b)** Si oui, laquelle ou lesquelles ?  
 Aéroplan  
 Air Miles  
 CAA  
 Autre (spécifier) \_\_\_\_\_



22 a) Si au lieu des tarifs de votre forfait actuel on vous offrait la possibilité d'adhérer à un nouveau forfait où l'on vous facturerait, à la place, 5 \$/h plus 8¢/km pour l'utilisation d'un véhicule seriez-vous porté à modifier votre abonnement en cours pour cette nouvelle formule ?

- NON PLUTÔT NON INDÉCIS PLUTÔT OUI OUI

b) si oui ou plutôt oui, pourquoi ?

c) Si cette formule était offerte à une nouvelle catégorie d'usagers sans avoir à verser de droit d'adhésion de 500 \$, seriez-vous intéressé à réclamer le remboursement du droit d'adhésion que vous avez déjà versé pour vous inscrire, à la place, dans le cadre de cette nouvelle formule d'abonnement ?

- NON PLUTÔT NON INDÉCIS PLUTÔT OUI OUI

23 En moyenne, à quelle fréquence utilisez-vous les moyens de transport suivants ?

Table with 5 columns: TOUS LES JOURS OU PRESQUE, 1 À 3 JOURS PAR SEMAINE, 1 À 3 JOURS PAR MOIS, MOINS D'UN JOUR PAR MOIS, JAMAIS. Rows: Auto, Transport public, Vélo (dans la belle saison), Moto (dans la belle saison), Marche\*

\* (déplacements complets : c.-à.-d. pour accomplir une certaine tâche exclusivement à pied)

24 Quel moyen de transport utilisez-vous principalement pour aller au travail / à l'école ? (une seule réponse)

- Transport en commun, Auto, Marche, Vélo, je travaille/étudie principalement à la maison, Ne s'applique pas, Autre (spécifier)

25 Quel était le principal motif de votre dernier trajet effectué avec un véhicule de Communauto (ou obtenu par notre intermédiaire) ?

- Travail/études, Faire l'épicerie, Autres emplettes, Loisirs/vacances, Autres déplacements (spécifier), Ne s'applique pas, Je ne me rappelle plus

26 Combien de temps en moyenne vous est nécessaire pour vous rendre de la maison au lieu de travail/études ?

- MINUTES, NE S'APPLIQUE PAS

27 Utilisez-vous le transport en commun pour...

- a) faire l'épicerie, b) d'autres emplettes, c) les déplacements de loisirs/vacances, d) autre (spécifier)

28 a) Dans les 12 mois précédant votre abonnement à L'abonne BUS, avez-vous acheté des billets d'autobus à l'unité ?

- OUI, NON, JE NE ME RAPPELLE PAS

b) Si OUI, pouvez-vous dire combien en moyenne ? par semaine, en hiver ; par semaine, en été

- BILLETTS, NE ME RAPPELLE PAS, BILLETTS, JE NE ME RAPPELLE PAS

29 Combien de km, environ, avez-vous parcouru en auto au cours de la dernière année (pas seulement ou nécessairement la vôtre) ?

- KM, NE SAIS PAS

30 Laquelle des affirmations qui suivent décrit le mieux votre situation, « depuis mon inscription à Communauto je roule en voiture »...

- plus de km qu'avant, moins de km qu'avant, le même nombre qu'avant

31 Depuis votre inscription à Communauto, utilisez-vous les moyens de transport ou les services suivants plus souvent, comme avant, moins souvent qu'avant ou vous n'utilisez pas ce mode ?

Table with 4 columns: PLUS SOUVENT, COMME AVANT, MOINS SOUVENT, N'UTILISE PAS. Rows: Transport public, Vélo, Moto, Marche, Taxi, Location d'auto

32 Comment jugez-vous les affirmations suivantes au sujet des conséquences de votre choix de vous inscrire à Communauto ?

Table with 4 columns: FORTEMENT EN DÉSACCORD, EN DÉSACCORD, INDÉCIS, EN ACCORD, FORTEMENT EN ACCORD. Rows: Moi ou mon ménage... (avantages: ne renoncer à l'achat, ne partir d'un véhicule déjà en possession, ne retarder l'achat)

33 Si vous déménagez dans l'avenir, est-ce que l'existence du service offert par Communauto pourrait avoir une influence sur le choix de l'endroit où vous irez vous établir ?

- NON, PLUTÔT NON, INDÉCIS, PLUTÔT OUI, OUI

34 a) Comptez-vous quitter le service au cours de la prochaine année ?

- OUI, NON

b) Si oui, pourquoi ?

35 a) Quel est votre sexe ?

- HOMME, FEMME

b) ...la langue parlée que vous utilisez le plus souvent à la maison ?

- FRANÇAIS, ANGLAIS, AUTRE (préciser)

c) ...votre âge ?

- ANS

36 a) En vous excluant, combien de membres de votre famille résident avec vous ?

- 

b) combien sont âgées de...

- (A) 4 ANS OU - ; (B) 5 À 11 ANS ; (C) 12 À 17 ANS ; (D) 18 ANS OU + ;

37 Lequel des énoncés qui suivent correspond le mieux à votre situation ?

- (A) travaillez à temps plein, (B) travaillez à temps partiel, (C) êtes à la retraite, (D) ne travaillez pas à l'extérieur du foyer, (E) êtes temporairement sans emploi, (F) êtes étudiant, (G) autre (spécifier)

38 Quel est le dernier niveau de scolarité que vous avez complété, c'est-à-dire pour lequel vous avez obtenu un diplôme de fins d'études ?

- (A) primaire, (B) secondaire, (C) collégial, (D) universitaire, (E) autre (spécifier)

39 Dans quelle catégorie parmi les suivantes se situe votre revenu familial total avant impôt (FACULTATIF) ?

- moins de 20 000 \$, entre 20 000 et 39 999 \$, entre 40 000 et 59 999 \$, entre 60 000 et 79 999 \$, 80 000 \$ et +

COMMENTAIRES

Si vous avez des commentaires ou des suggestions à nous formuler veuillez les inscrire ici (par exemple, quelle serait la (les) chose(s) la (les) plus importante(s) que nous devrions faire dans le but d'augmenter votre satisfaction à l'égard du service ?).

Blank lines for writing comments.

Il est possible de répondre à ce questionnaire en ligne en allant à cette adresse : www.communauto.com/sondage0604.html. Si vous préférez utiliser la version papier, veuillez s.v.p. nous retourner le questionnaire complété dans l'enveloppe pré-affranchie ci-jointe le plus rapidement possible.

Merci de votre collaboration !



*Quel est votre niveau de satisfaction ?  
Que pouvons-nous faire pour nous améliorer ?  
Qui sont nos usagers ?*



**Sondage**  
MIS À JOUR LE 20 MARS 2006 V. Q5



**V**oilà autant de questions que nous aimerions vous poser afin de mieux cerner vos attentes et vos besoins. Notre dernière consultation remonte déjà au printemps 2004. Pour plusieurs d'entre vous ce sondage constituera une première. Plusieurs questions sont inédites. Que vous y ayez déjà participé ou non, un fait demeure, c'est que votre participation est toujours aussi importante pour nous assurer de la représentativité des résultats. Comme dans le passé, vous n'avez pas obligatoirement à vous identifier sur le formulaire. Cependant, si vous

acceptez de le faire (ce qui serait utile pour nous permettre de croiser vos réponses avec votre profil d'utilisation du service), sachez que toutes les informations recueillies seront traitées de façon confidentielle.

Une version électronique de ce questionnaire est disponible à cette adresse : [www.communauto.com/sondage0605.html](http://www.communauto.com/sondage0605.html). Vous nous permettez de réduire énormément les frais de cette consultation si vous utilisez cette façon d'y répondre.

Bien sûr, vos commentaires sont toujours les bienvenus...

**01 a)** Disposez-vous d'un accès internet à la maison ?  OUI  NON

**b)** Disposez-vous d'un accès internet au travail/études ?  OUI  NON

**02** Combien de véhicules automobiles achetés ou loués à long terme y a-t-il à votre domicile (exclure les motos) ? \_\_\_\_\_

**03** Depuis combien de temps êtes-vous inscrit à Communauto ? \_\_\_\_ AN(S) et/ou \_\_\_\_ MOIS

**04** Quel est votre numéro d'usager ? \_\_\_\_\_

**05** Quel est votre code postal ? \_\_\_\_\_

**06** Quel est votre forfait ?  
 "A" (350\$/année)  "B" (140\$/année)  "C" (35\$/année)  
 Mon forfait est expiré  
 Je ne sais pas

**07** Quelle distance devez-vous parcourir pour vous rendre à la station de Communauto la plus près ? \_\_\_\_\_ MÈTRES

**08** Quel est votre niveau de satisfaction à l'égard des caractéristiques suivantes du service de Communauto ?

	TRÈS INSATISFAIT	INSATISFAIT	NEUTRE	SATISFAIT	TRÈS SATISFAIT
	☹	☹	☺	☺	☺

- |   |                       |                       |                       |                       |                       |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>a)</b> les prix  | <input type="radio"/> |
| <b>b)</b> choix de véhicules (marques/modèles)  | <input type="radio"/> |
| <b>c)</b> la propreté des véhicules   | <input type="radio"/> |
| <b>d)</b> leur condition (âge, km, mécanique...)  | <input type="radio"/> |
| <b>e)</b> la disponibilité des véhicules  | <input type="radio"/> |
| <b>f)</b> leur localisation   | <input type="radio"/> |
| <b>g)</b> service de réserv. de nuit (sous-traitant)  | <input type="radio"/> |
| <b>h)</b> service de réserv. de jour (nos préposés)   | <input type="radio"/> |
| <b>i)</b> facilité à nous rejoindre par téléphone (disponibilité des lignes, délai d'attente) | <input type="radio"/> |
| <b>j)</b> globalement, quelle est votre évaluation du service en général                      | <input type="radio"/> |

**09** Recommandez-vous notre service à des gens de votre entourage ?  OUI  NON

**10 a)** Utilisez-vous *Reservauto*, notre service de réservations par internet ?  OUI  NON

**b)** Si OUI, quel est votre niveau de satisfaction à l'égard de cet outil ?  
 TRÈS INSATISFAIT  INSATISFAIT  NEUTRE  SATISFAIT  TRÈS SATISFAIT

**11 a)** Utilisez-vous *Félix*, notre service de réservations automatique par téléphone ?  OUI  NON

**b)** Si OUI, quel est votre niveau de satisfaction à l'égard de cet outil ?  
 TRÈS INSATISFAIT  INSATISFAIT  NEUTRE  SATISFAIT  TRÈS SATISFAIT

**12 a)** Faites-vous usage des sièges pour bébé mis à votre disposition dans certains véhicules ?  OUI  NON

**b)** Si OUI, veuillez nous indiquer les deux stations les plus pratiques pour ce faire :  
 1<sup>er</sup> CHOIX : \_\_\_\_\_  
 2<sup>e</sup> CHOIX : \_\_\_\_\_

**13 a)** Disposez-vous présentement d'une carte privilèges (Aéropian, Air Miles...)?  OUI  NON

**b)** Si OUI, laquelle ou lesquelles ?  
 Aéropian  
 Air Miles  
 CAA  
 Autre (spécifier) \_\_\_\_\_

**14 a)** Si au lieu des tarifs de votre forfait actuel on vous offrait la possibilité d'adhérer à un nouveau forfait où l'on vous facturerait, à la place, 5\$/h plus 8¢/km pour l'utilisation d'un véhicule seriez-vous porté à modifier votre abonnement en cours pour cette nouvelle formule ?  
 NON  PLUTÔT NON  INDÉCIS  PLUTÔT OUI  OUI

**b)** Si OUI ou PLUTÔT OUI, pourquoi ? \_\_\_\_\_

**c)** Si cette formule était offerte à 5 \$/h pour ceux qui ont versé un droit d'adhésion de 500 \$ et à 6 \$/h pour une nouvelle catégorie d'usagers qui n'auraient pas à verser de droits d'adhésion pour s'inscrire, seriez-vous intéressé à réclamer le remboursement du droit d'adhésion que vous avez déjà versé pour vous inscrire, à la place, dans le cadre de cette nouvelle formule d'abonnement ?  
 NON  PLUTÔT NON  INDÉCIS  PLUTÔT OUI  OUI

**d)** Si cette formule était offerte à 5 \$/h et ce, sans avoir à verser de droit d'adhésion de 500 \$, seriez-vous intéressé à réclamer le remboursement du droit d'adhésion que vous avez déjà versé pour vous inscrire, à la place, dans le cadre de cette nouvelle formule d'abonnement ?  
 NON  PLUTÔT NON  INDÉCIS  PLUTÔT OUI  OUI

Si vous habitez la région de **Québec**, répondez à la question **15**  
 Si vous habitez la région de **Gatineau**, sautez à la question **16**  
 Si vous habitez la région de **Montréal** ou de **Sherbrooke**, sautez à la question **17**

**15 a) Pour les usagers de QUÉBEC :** Le RTC propose, depuis un an, aux usagers de Communauto de s'inscrire annuellement à son service en échange d'un rabais de 10 % sur l'achat de 12 titres de transport mensuels. C'est ce qu'on appelle « *L'abonne BUS* ». Vous ne vous êtes pas encore prévalu de cette offre. Pensez-vous le faire dans l'avenir ?  
 NON  PLUTÔT NON  INDÉCIS  PLUTÔT OUI  OUI

**b)** Si NON ou PLUTÔT NON, pourquoi ? NE COCHER QU'UNE SEULE RÉPONSE  
 Raison économique (10% d'escompte insuffisant)  
 Durée de l'engagement (un an)  
 Instabilité au niveau de l'emploi  
 Autre (préciser) : \_\_\_\_\_

**16 a) Pour les usagers de GATINEAU :** La STO offre à la population de Gatineau la possibilité de s'inscrire annuellement à son service en échange d'un rabais de 10 % sur l'achat de 12 titres de transport mensuels. C'est ce qu'on appelle « le programme FIDÉLITÉ ». Vous prévaliez-vous en ce moment de cette offre ?  OUI  NON

**b)** Si NON, pensez-vous le faire dans l'avenir ?  
 NON  PLUTÔT NON  INDÉCIS  PLUTÔT OUI  OUI

**c)** Pourquoi ? NE COCHER QU'UNE SEULE RÉPONSE  
 Raison économique (10% d'escompte insuffisant)  
 N'aime pas l'idée de prélèvements au compte bancaire  
 Durée de l'engagement (un an)  
 Instabilité au niveau de l'emploi  
 Autre (préciser) : \_\_\_\_\_



**17 a) Pour les usagers de MONTRÉAL ou SHERBROOKE :** Si Communauto vous en donnait la chance, seriez-vous intéressé à vous abonner annuellement au transport en commun, en échange d'une réduction de 8,33 % sur le coût de vos 12 laissez-passer mensuels (l'équivalent d'un titre gratuit sur 12) ? Ces laissez-passer vous seraient envoyés directement à domicile, par la poste, et leur prix vous serait facturé mensuellement par Communauto.

NON  PLUTÔT NON  INDÉCIS  PLUTÔT OUI  OUI

J'AI DÉJÀ ADHÉRÉ À L'OFFRE COMBINÉE STL/COMMUNAUTO

**b) SI NON ou PLUTÔT NON, pourquoi ? NE COCHER QU'UNE SEULE RÉPONSE**

Raison économique (8,33 % d'escompte insuffisant)

N'aime pas l'idée de prélèvements au compte bancaire

Durée de l'engagement (un an)

Instabilité au niveau de l'emploi

Autre (préciser) : \_\_\_\_\_

**18** En moyenne, à quelle fréquence utilisez-vous les moyens de transport suivants ?

	TOUTS LES JOURS OU PRESQUE	1 à 3 JOURS PAR SEMAINE	1 à 3 JOURS PAR MOIS	MOINS D'UN JOUR PAR MOIS	JAMAIS
Auto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transport public	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vélo (dans la belle saison)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moto (dans la belle saison)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marche*	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*déplacements complets : c.-à.-d. pour accomplir une certaine tâche faite exclusivement à pied)

**19** Quel moyen de transport utilisez-vous principalement pour aller au travail / à l'école ? (une seule réponse)

Transport en commun

Auto

Marche

Vélo

je travaille/étudie principalement à la maison

Ne s'applique pas

Autre (spécifier) : \_\_\_\_\_

**20** Quel était le principal motif de votre dernier trajet effectué avec un véhicule de Communauto (ou obtenu par notre intermédiaire) ?

Travail/études

Faire l'épicerie

Autres emplettes

Loisirs/vacances

Autres déplacements (spécifier) : \_\_\_\_\_

Ne s'applique pas

Je ne me rappelle plus

**21** Combien de temps en moyenne vous est nécessaire pour vous rendre de la maison au lieu de travail/études ? \_\_\_\_\_ MINUTES

NE S'APPLIQUE PAS

**22** Utilisez-vous le transport en commun pour...

**a)** faire l'épicerie  OUI  NON

**b)** d'autres emplettes  OUI  NON

**c)** les déplacements de loisirs/vacances  OUI  NON

**d)** autre  OUI (spécifier : \_\_\_\_\_)  NON

**23** Combien de fois avez-vous acheté un titre de transport mensuel de votre Société de transport (STO, RTC, STM, STL, RTL, etc.) au cours des 12 derniers mois ? J'AI ACHETÉ \_\_\_\_\_ TITRES DE TRANSPORT MENSUELS

**24 a)** Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté des billets d'autobus à l'unité ou en lisières ?  OUI  NON  JE NE ME RAPPELLE PAS

**b)** Si OUI, pouvez-vous dire combien en moyenne ? Si vous avez acheté des lisières, rappez le tout en nombre de billets.

par semaine, en hiver : \_\_\_\_\_ BILLETS  JE NE ME RAPPELLE PAS

par semaine, en été : \_\_\_\_\_ BILLETS  JE NE ME RAPPELLE PAS

**25** Combien de km, environ, avez-vous parcouru en auto au cours de la dernière année (pas seulement ou nécessairement la vôtre) ? \_\_\_\_\_ KM

JE NE SAIS PAS

**26** Laquelle des affirmations qui suivent décrit le mieux votre situation, « depuis mon inscription à Communauto je roule en voiture »...

plus de km qu'avant

moins de km qu'avant

le même nombre qu'avant

**27** Depuis votre inscription à Communauto, utilisez-vous les moyens de transport ou les services suivants plus souvent, comme avant, moins souvent qu'avant ou vous n'utilisez pas ce mode ?

	PLUS SOUVENT	COMME AVANT	MOINS SOUVENT	N'UTILISE PAS
Transport public	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vélo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taxi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Location d'auto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**28** Comment jugez-vous les affirmations suivantes au sujet des conséquences de votre choix de vous inscrire à Communauto ?

	FORTEMENT EN DÉSACCORD		INDÉCIS		FORTEMENT EN ACCORD	
Moi ou mon ménage...						
...avons pu renoncer à l'achat d'un véhicule	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...avons pu nous départir d'un véhicule déjà en notre possession	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...avons pu retarder l'achat d'un véhicule	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**29** Si vous déménagez dans l'avenir, est-ce que l'existence du service offert par Communauto pourrait avoir une influence sur le choix de l'endroit où vous irez vous établir ?

NON  PLUTÔT NON  INDÉCIS  PLUTÔT OUI  OUI

**30 a)** Comptez-vous quitter le service au cours de la prochaine année ?  OUI  NON

**b)** Si oui, pourquoi ? \_\_\_\_\_

**31 a)** Quel est votre sexe  HOMME  FEMME

**b)** ...la langue parlée que vous utilisez le plus souvent à la maison ?

FRANÇAIS

ANGLAIS

AUTRE (préciser) : \_\_\_\_\_

**c)** ...votre âge ? \_\_\_\_\_ ANS

**32 a)** En vous excluant, combien de membres de votre famille résident avec vous ? \_\_\_\_\_

**b)** combien sont âgées de...  
**(A)** 4 ANS OU - :  **(B)** 5 À 11 ANS :  **(C)** 12 À 17 ANS :  **(D)** 18 ANS OU + :

**33** Lequel des énoncés qui suivent correspond le mieux à votre situation ? Vous...

**(A)** travaillez à temps plein

**(B)** travaillez à temps partiel

**(C)** êtes à la retraite

**(D)** ne travaillez pas à l'extérieur du foyer

**(E)** êtes temporairement sans emploi

**(F)** êtes étudiant

**(G)** autre (spécifier) : \_\_\_\_\_

**34** Quel est le dernier niveau de scolarité que vous avez complété, c'est-à-dire pour lequel vous avez obtenu un diplôme de fins d'études ?

**(A)** primaire  **(D)** universitaire

**(B)** secondaire  **(E)** autre (spécifier) : \_\_\_\_\_

**(C)** collégial

**35** Dans quelle catégorie parmi les suivantes se situe votre revenu familial total avant impôt (FACULTATIF) ?

moins de 20 000 \$

entre 20 000 et 39 999 \$

entre 40 000 et 59 999 \$

entre 60 000 et 79 999 \$

80 000 \$ et +

**COMMENTAIRES**

Si vous avez des commentaires ou des suggestions à nous formuler veuillez les inscrire ici (par exemple, quelle serait la (les) chose(s) la (les) plus importante(s) que nous devrions faire dans le but d'augmenter votre satisfaction à l'égard du service ?).

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

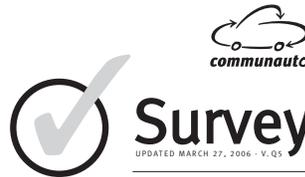
\_\_\_\_\_

Il est possible de répondre à ce questionnaire en ligne en allant à cette adresse : [www.communauto.com/sondage0605.html](http://www.communauto.com/sondage0605.html). Si vous préférez utiliser la version papier, veuillez s.v.p. nous retourner le questionnaire complété dans l'enveloppe pré-affranchie ci-jointe le plus rapidement possible.

Merci de votre collaboration !



*You – Satisfied with our service?  
Us – How can we improve?  
Our members – Who are they exactly?*



**T**hose are but a few of the questions on our mind that we'd like to ask you with an aim to better uncover your wants and needs. Our last consultation already dates back to spring 2004. For many of you, this survey will be a first. Many of the questions are new. Whether or not you have participated in the past, the fact remains that your participation is very important to us, as it helps ensure that the findings are truly representative of all our members. As in past surveys, it is entirely your choice to identify yourself on the form or not. However, if you choose to let us

know who you are (which lets us combine your answers with information about how you use our service), you can be assured that your answers and any other information about you will remain strictly confidential.

An electronic version of this questionnaire is available at: [www.communauto.com/survey0605.html](http://www.communauto.com/survey0605.html). You would be enabling us to reduce the cost of this consultation enormously by using this way of answering.

And of course, we welcome your comments at any time.

- 01 a)** Do you have access to the Internet at home?  YES  NO
- b)** Do you have access to the Internet at work/school?  YES  NO
- 02** How many motor vehicles in total, either owned or leased, are there in your household? (do not include motorcycles) \_\_\_\_\_
- 03** How long have you been a member of *Communauto*? \_\_\_\_\_ YEAR(s) and/or \_\_\_\_\_ MONTHS
- 04** What is your membership number? \_\_\_\_\_
- 05** What is your Postal Code? \_\_\_\_\_
- 06** Which Plan do you have?  
 "A" (\$350/yr)  "B" (\$140/yr)  "C" (\$35/yr)  
 MY PLAN HAS EXPIRED  I DON'T RECALL
- 07** How far do you have to go to get to the nearest *Communauto* station? \_\_\_\_\_ METERS
- 08** How satisfied are you with each of the following elements of our service?
- |   | VERY DISSATISFIED     | DISSATISFIED          | NEUTRAL               | SATISFIED             | VERY SATISFIED        |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>A)</b> the prices  | <input type="radio"/> |
| <b>B)</b> choice of vehicles (makes/models)                                     | <input type="radio"/> |
| <b>C)</b> cleanliness of the vehicles   | <input type="radio"/> |
| <b>D)</b> general condition of vehicles (age, kms)                              | <input type="radio"/> |
| <b>E)</b> availability of vehicles  | <input type="radio"/> |
| <b>F)</b> location of vehicle stations  | <input type="radio"/> |
| <b>G)</b> after-hours reservations (contractor)                                 | <input type="radio"/> |
| <b>H)</b> daytime reservations (our agents)                                     | <input type="radio"/> |
| <b>I)</b> ease of contacting us by telephone (availability of lines, wait time) | <input type="radio"/> |
| <b>J)</b> overall, how would you rate our service                               | <input type="radio"/> |
- 09** Do you recommend our service to people you know?  YES  NO
- 10 a)** Do you use *Résvauto*, our Internet reservation service?  YES  NO
- b)** If yes, how satisfied are you with this service?  
 VERY DISSATISFIED  DISSATISFIED  NEUTRAL  SATISFIED  VERY SATISFIED
- 11 a)** Do you use *Felix*, our automated phone reservation service?  YES  NO
- b)** If YES, how would you rate this new tool?  
 VERY DISSATISFIED  DISSATISFIED  NEUTRAL  SATISFIED  VERY SATISFIED
- 12 a)** Do you ever use the baby seats that are made available in certain vehicles?  YES  NO
- b)** If yes, in what 2 stations would you most like to find vehicles equipped with baby seats?  
 1<sup>st</sup> CHOICE: \_\_\_\_\_  
 2<sup>nd</sup> CHOICE: \_\_\_\_\_

- 13 a)** Do you currently have a rewards card (Aeroplan, Air Miles...)?  YES  NO
- b)** If YES, which one(s)?  
 Aeroplan  
 Air Miles  
 CAA  
 Other (SPECIFY) \_\_\_\_\_
- 14 a)** If instead of the rates of your current plan, we offered you the possibility of subscribing to a new plan that would cost you 5\$/hr plus 8¢/km for the use of a car, would you be tempted to replace your current plan with this new formula?  
 DEFINITELY NOT  RATHER NOT  HARD TO SAY  RATHER YES  DEFINITELY YES
- b)** If DEFINITELY YES or RATHER YES, why? \_\_\_\_\_
- c)** If this formula was offered at 5\$/hr for those who paid a 500\$ membership fee and at 6\$/hr for a new category of subscribers who would not need to pay any membership fees to subscribe, would you be interested in requesting a refund of the membership fees that you have already paid in order to subscribe, as part of this new formula?  
 DEFINITELY NOT  RATHER NOT  HARD TO SAY  RATHER YES  DEFINITELY YES
- d)** If this new formula was offered at 5\$/hr and did not require that you pay the 500\$ membership fees, would you be interested in requesting a refund of the membership fees that you have already paid in order to subscribe, as part of this new formula?  
 DEFINITELY NOT  RATHER NOT  HARD TO SAY  RATHER YES  DEFINITELY YES
- If you live in the **Québec City** region, answer question **15**  
 If you live in the **Gatineau** region, skip to question **16**  
 If you live in the **Montréal** region, skip to question **17**
- 15 a) For QUÉBEC CITY members:** For the past year, the RTC has been offering to *Communauto*'s members the possibility of subscribing to their service on a yearly basis in exchange for a 10% discount on the purchase of 12 monthly passes. It's what we call "*L'abonne BUS*". You have not yet chosen to profit from this offer. Do you plan on doing so in the future?  
 DEFINITELY NOT  RATHER NOT  HARD TO SAY  RATHER YES  DEFINITELY YES
- b)** If DEFINITELY NOT or RATHER NOT, why? CHECK ONLY ONE ANSWER  
 Economic reason (10% discount insufficient)  
 Do not like the idea of pre-authorized debit payments  
 Duration of commitment (one year)  
 Lack of job stability  
 Other (SPECIFY): \_\_\_\_\_
- 16 a) For GATINEAU members:** The STO gives the population of Gatineau the option of subscribing to its service on a yearly basis in exchange for a 10% discount on the purchase of 12 monthly passes. It's what we call the "*Fidélité Program*". Do you currently profit from this offer?  
 YES  NO
- b)** If NO, do you plan on doing so in the future?  
 DEFINITELY NOT  RATHER NOT  HARD TO SAY  RATHER YES  DEFINITELY YES
- c)** Why? CHECK ONLY ONE ANSWER  
 Economic reason (10% discount insufficient)  
 Do not like the idea of pre-authorized debit payments  
 Duration of commitment (one year)  
 Lack of job stability  
 Other (SPECIFY): \_\_\_\_\_







## Annexe C

### CONTRATS DES ENTENTES CONCLUES AVEC LES SOCIÉTÉS DE TRANSPORT

- Le Réseau de transport de la Capitale (RTC)
- La Société de transport de l'Outaouais (STO)
- La Société de transport de Laval (STL)



**Protocole d'entente concernant l'abonnement  
au transport en commun pour les usagers de Communauto**

---

ENTRE : **RÉSEAU DE TRANSPORT DE LA CAPITALE** (Société de transport de Québec), personne morale de droit public constituée en vertu de la *Loi sur les sociétés de transport en commun*, ayant son siège au 720, rue des Rocailles, Québec (Québec), G2J 1A5, agissant et représentée aux présentes par son président, M. Paul Shoiry, et son directeur général, M. Normand Carrier, dûment autorisés par le Règlement n° 181 sur la délégation de pouvoirs.

Ci-après appelée : le « RTC »

ET : **COMMUNAUTO INC.**, personne morale légalement constituée, ayant son siège au 1117, rue Ste-Catherine Ouest, bureau 806, Montréal (Québec), H3B 1H9, agissant et représentée aux présentes par son président et directeur général, M. Benoît Robert, dûment autorisé.

Ci-après appelée : « COMMUNAUTO »

---

CONSIDÉRANT que COMMUNAUTO désire favoriser et encourager l'utilisation du transport en commun par ses usagers et les membres de leur famille immédiate;

CONSIDÉRANT que le RTC désire offrir aux usagers de COMMUNAUTO la possibilité de s'abonner au transport en commun avec paiement mensuel sur le compte de COMMUNAUTO;

EN CONSÉQUENCE, LES PARTIES CONVIENNENT DE CE QUI SUIT :

**1. Objet**

- 1.1 La présente entente a pour objet d'établir les modalités d'application de l'offre d'abonnement au service de transport en commun du RTC faite aux usagers de COMMUNAUTO et aux membres de leur famille immédiate, avec paiement mensuel sur le compte de l'utilisateur de COMMUNAUTO.

**2. Définitions**

- 2.1 « *Abonné* » :  
Un usager abonné ou un membre de sa famille immédiate abonné.
- 2.2 « *Membre de la famille immédiate* » :  
Le conjoint, les ascendants et descendants de l'utilisateur abonné.
- 2.3 « *Usager* » :  
Un membre de COMMUNAUTO.
- 2.4 « *Usager abonné* » :  
Un usager abonné au service de transport en commun du RTC.

**3. Abonnement**

- 3.1 En tout temps, pendant la durée des présentes, un usager de COMMUNAUTO peut s'abonner au transport en commun du RTC, auprès de COMMUNAUTO, en payant directement l'abonnement à ce dernier. L'utilisateur abonné pourra également acheter des abonnements supplémentaires pour les membres de sa famille immédiate. L'utilisateur doit



2

nécessairement être lui-même abonné pour que les membres de sa famille immédiate puissent bénéficier des privilèges prévus au présent protocole d'entente.

- 3.2 Chaque abonnement, soit celui de l'usager abonné ainsi que ceux des membres de sa famille immédiate, a une durée minimale de douze (12) mois.

Après cette période initiale de douze (12) mois, l'abonnement se renouvelle automatiquement, de mois en mois, à moins que l'usager abonné n'y mette fin conformément à l'article 7.1.

#### 4. Tarif de l'abonnement

- 4.1 Le tarif de l'abonnement visé aux présentes est égal à 90% du tarif de douze (12) laissez-passer mensuels, conformément au tarif applicable pour chaque mois, pour une catégorie d'utilisateurs donnée. Pour fins de calcul, ce tarif est calculé à chaque mois sur la base de la valeur nominale en vigueur du laissez-passer visé, sous réserve de l'article 4.2. En tout temps, pendant la durée des présentes, le RTC se réserve le droit de modifier ses tarifs.
- 4.2 Nonobstant l'article 4.1, tous les usagers qui s'abonnent avant le 4 février 2005 bénéficieront d'une promotion de départ garantissant le tarif en vigueur à la date d'entrée en vigueur des présentes, jusqu'au 31 décembre 2005. À partir du mois de janvier 2006, les tarifs du RTC, alors en vigueur, s'appliquent aux abonnements visés. Cette promotion s'applique également aux abonnements pris pour les membres de la famille immédiate de l'usager abonné.

#### 5. Obligations du RTC

- 5.1 Le RTC s'engage à faire parvenir, à l'adresse suivante :

Directeur de succursale  
Communauto inc.  
155, chemin Sainte-Foy  
Québec (Québec) G1R 1T1

l'ensemble des laissez-passer des usagers abonnés, accompagnés de ceux des membres de leur famille immédiate abonnés, au plus tard le 16<sup>e</sup> jour de chaque mois. Si le 16<sup>e</sup> jour du mois est un samedi, un dimanche ou un jour férié, les laissez-passer seront transmis au plus tard le premier jour ouvrable qui suit. Pour la période des Fêtes, la livraison des laissez-passer sera adaptée en fonction du calendrier des congés fériés.

- 5.2 Le RTC s'engage à ce que les laissez-passer des usagers abonnés soient envoyés dans des enveloppes personnalisées à ceux-ci, scellées et identifiées à leur nom et adresse, accompagnées des laissez-passer des membres de leur famille immédiate abonnés.
- 5.3 Le RTC n'est pas responsable des enveloppes ou des laissez-passer volés ou perdus après la livraison à l'adresse mentionnée à l'article 5.1 des présentes.
- 5.4 Le RTC s'engage à fournir une information à la clientèle adéquate auprès des usagers abonnés.

#### 6. Obligations de COMMUNAUTO

- 6.1 COMMUNAUTO est responsable de la gestion et de l'administration des abonnements visés aux présentes. Il est notamment responsable de s'assurer que les usagers abonnés et que les membres de leur famille immédiate abonnés rencontrent les exigences de la présente entente.



3

- 6.2 COMMUNAUTO s'engage à payer au RTC, au plus tard le 15 de chaque mois, le montant total équivalant au nombre de laissez-passer livrés le mois précédant, pour chaque catégorie, multiplié par le tarif tel que détaillé à l'article 4.
- 6.3 COMMUNAUTO doit se faire payer, à chaque mois, l'abonnement par l'utilisateur abonné ainsi que les abonnements des membres de sa famille immédiate abonnés, le cas échéant, selon le tarif du RTC en vigueur. COMMUNAUTO ne pourra refuser de payer ou retarder le paiement dû au RTC conformément au paragraphe 1 du présent article, et ce, pour quelque raison que ce soit. Sans restreindre la généralité de ce qui précède, COMMUNAUTO est responsable du paiement des laissez-passer au RTC, même si l'utilisateur abonné néglige de payer en totalité ou en partie les sommes dues à COMMUNAUTO pour le ou les abonnements.
- 6.4 COMMUNAUTO envoie au RTC, à chaque mois, la liste informatisée des usagers abonnés avec leurs coordonnées à la résidence, ainsi que le nombre et la catégorie de laissez-passer pour chacun d'eux. Celle-ci doit être envoyée par courrier électronique, sur format « Word », prête à être imprimée sur des étiquettes, avant le 5<sup>e</sup> jour de chaque mois précédant le mois visé par l'envoi. COMMUNAUTO doit également transmettre, en même temps, le formulaire détaillant les nouveaux abonnements, les suspensions et les résiliations. Toute nouvelle demande d'abonnement reçue après cette date sera reportée au mois suivant le mois visé par la demande.
- 6.5 COMMUNAUTO est responsable de la distribution sécuritaire des enveloppes contenant les laissez-passer aux usagers abonnés.

#### 7. Résiliation ou suspension de l'abonnement

- 7.1 Après la période initiale de douze (12) mois, il peut être mis fin à un abonnement. L'utilisateur abonné doit alors aviser COMMUNAUTO de son intention de mettre fin à son propre abonnement ou à l'abonnement d'un ou des membres de sa famille immédiate. L'avis transmis par l'utilisateur abonné devra parvenir à COMMUNAUTO avant le quatrième (4<sup>e</sup>) jour du mois précédant le début du mois de résiliation.
- 7.2 Dans les cas suivants, avant l'expiration de la durée minimale de douze (12) mois prévue à l'article 3.2, COMMUNAUTO est autorisée à accepter de suspendre ou de résilier un abonnement :
- un désistement de l'utilisateur abonné au service de COMMUNAUTO
  - une expulsion de l'utilisateur abonné au service de COMMUNAUTO
  - un retard de paiement de l'abonnement ou des abonnements visés aux présentes d'au moins 3 mois consécutifs. Dans ce cas, COMMUNAUTO peut suspendre ou résilier, le lendemain, de la date à laquelle le paiement du 3<sup>e</sup> mois était dû
  - un déménagement ou un changement de lieu de l'exercice de l'occupation principale de l'abonné, qui rend les déplacements, par le service de transport en commun du RTC, impossibles ou extrêmement difficiles
  - une modification au service de transport en commun qui ne permet plus les déplacements par le service de transport en commun du RTC vers l'exercice de l'occupation principale de l'abonné ou les rend extrêmement difficiles
  - un congé sans traitement de plus de vingt (20) jours ouvrables
  - un congé de maternité
  - un congé parental
  - un congé de maladie ou accident de travail à long terme de plus de vingt (20) jours ouvrables
  - un départ à la retraite
  - un congédiement
  - une démission



4

- une fin de contrat de travail
- un licenciement

Pour toute autre raison, COMMUNAUTO devra soumettre la demande au Directeur de la planification et du développement du RTC.

- 7.3 Un usager ou un membre de sa famille immédiate qui désire se réabonner suite à une résiliation de son abonnement au transport en commun, doit le faire pour une nouvelle durée initiale de douze (12) mois.
- 7.4 Un usager ou un membre de sa famille immédiate, pour lequel une suspension a été autorisée dans le cadre de l'article 7.2, doit se réabonner au plus tard le 12<sup>e</sup> mois qui suit celui de la suspension. Dans ce cas, la durée minimale d'abonnement prévue à l'article 3.2 continue de courir pendant la suspension. Si un usager se réabonne suite à une suspension de son abonnement, il peut continuer de bénéficier de la promotion prévue à l'article 4.2 jusqu'à la date qui y est prévue.
- 7.5 L'abonnement d'un usager ou des membres de sa famille immédiate est résilié automatiquement lorsque la présente entente prend fin, pour quelque raison que ce soit.
- 7.6 Dès que l'abonnement d'un usager est résilié ou suspendu, l'abonnement du ou des membres de sa famille immédiate est automatiquement résilié ou suspendu de la même manière; dans ce dernier cas, avec les mêmes conséquences que celles prévues à l'article 7.4.

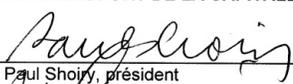
#### 8. Durée

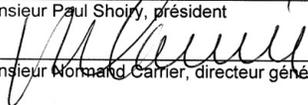
- 8.1 La présente entente débute le 1<sup>er</sup> janvier 2005 et a une durée d'un (1) an. Elle se renouvelle, par la suite, d'année en année, pour un maximum de neuf (9) renouvellements.
- 8.2 Malgré l'article 8.1, les parties peuvent, en tout temps, pour quelque raison que ce soit, mettre fin à la présente entente en transmettant à l'autre partie un préavis écrit à cet effet trois (3) mois avant la date de résiliation prévue.

ET LES PARTIES ONT SIGNÉ LA PRÉSENTE CONVENTION  
À QUÉBEC, CE 16 IÈME JOUR DE NOVEMBRE 2004.

#### RÉSEAU DE TRANSPORT DE LA CAPITALE

Par :

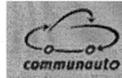
  
Monsieur Paul Shoiry, président

  
Monsieur Normand Carrier, directeur général

#### COMMUNAUTO

Par :

  
Monsieur Benoît Robert, président - directeur général



PROMO  
**auto+bus**\*

un partenariat entre Communauto et la STO

PROJET  
D'ENTENTE

#### ENTRE

**La Société de transport de l'Outaouais**, personne morale de droit public ayant son siège social au 111, rue Jean-Proulx à Gatineau, province de Québec, représentée aux présentes par son secrétaire, maître Gilbert Lecavalier,

ci-après désignée « **la Société** »,

#### ET

**Communauto Inc.**, compagnie légalement constituée ayant son siège social au 1117, rue Ste-Catherine Ouest, bur. 806, Montréal, province de Québec, représentée aux présentes par son président directeur général, Monsieur Benoît Robert,

ci-après désignée « **Communauto** ».

#### OBJET DE L'ENTENTE

La présente entente vise à faciliter, par le biais d'un partenariat entre la Société et Communauto, la mise en marché de la promotion AUTO+BUS, une formule d'abonnement à Communauto qui s'adresse spécialement à la clientèle régulière de la Société de transport de l'Outaouais.

#### L'OFFRE

La clientèle (actuelle et nouvelle) participant au programme annuel par prélèvement bancaire (programme FIDÉLITÉ) de la STO aura le privilège de pouvoir s'abonner au service COMMUNAUTO selon une tarification simplifiée. Ainsi, la somme de 535,00 \$ habituellement exigé par Communauto à l'inscription sera remplacée par une tarification mensuelle plus accessible. Le détail de l'offre apparaît en annexe au présent projet d'entente.

#### ENGAGEMENT DES PARTENAIRES

La Société s'engage à :

- promouvoir la formule AUTO+BUS dans ses communications courantes;
- rendre disponible sur son site internet l'information sur la promotion et les liens au site de Communauto où seront logés le formulaire et les conditions de l'abonnement;
- offrir dans ses points de service l'information sur la promotion AUTO+BUS;
- recevoir à son point de service, situé au centre commercial Les Promenades, les formulaires et pièces requises pour la demande d'abonnement à Communauto et transmettre le tout à Communauto;
- confirmer les adhésions au programme FIDÉLITÉ;
- transmettre par courriel la photo de l'abonné FIDÉLITÉ qui formule une demande d'adhésion à Communauto.

Communauto s'engage à :

- promouvoir la formule AUTO+BUS dans ses communications courantes;
- rendre disponible sur son site internet l'information sur la promotion et les liens vers le site de la Société et son programme FIDÉLITÉ;



- offrir dans ses points de service situés à Gatineau l'information sur l'abonnement FIDÉLITÉ;
- convenir avec la Société du moment propice pour tenir les rendez-vous de démarrage avec les nouveaux abonnés à l'AUTO+BUS au point de service de la Société, situé au centre commercial Les Promenades;
- rendre compte à la Société une fois par mois du nombre d'adhésion à l'AUTO+BUS;
- partager avec la Société les informations stratégiques sur les abonnements et la promo AUTO+BUS;
- impliquer la Société dans la phase d'évaluation de la promotion.
- ajouter au formulaire d'adhésion à Communauto un espace pour inscrire le numéro de l'abonnement FIDÉLITÉ et signifier l'autorisation par l'adhérent du transfert de la photo.
- Offrir à titre d'incitatif des offres d'essai Communauto aux abonnés FIDÉLITÉ .

#### RESPONSABILITÉS DES PARTENAIRES

Cette entente ne doit pas être interprétée afin de conférer à une partie l'autorité de quelque nature que ce soit afin d'engager la responsabilité civile de l'autre partie, ni de créer d'obligations de quelque nature que ce soit ou d'établir des liens contractuels avec toute autre personne ou entités, sauf avec l'approbation écrite au préalable de l'autre partie pour chaque transaction envisagée.

#### ACTIVITÉS DE COOPÉRATION

Chacune des parties s'engage à évaluer toute autre forme de promotion conjointe ou nouvelles opportunités pouvant bénéficier aux deux parties.

#### CONSIDÉRATIONS FINANCIÈRES

Chacune des parties reconnaît que cette entente de partenariat s'appuie sur un échange de service et n'inclut ou n'occasionne aucune obligation numéraire de la part de l'un ou de l'autre des parties.

#### DURÉE DE L'ENTENTE

Cette entente est d'une durée indéterminée. Chacune des parties peut mettre fin à la présente entente moyennant un avis écrit envoyé deux mois avant la date de résiliation. Advenant résiliation, aucune des parties ne sera redevable à l'autre partie.

#### MODIFICATION DE L'ENTENTE

Aucune modification à la présente entente ne sera effectuée sauf par écrit pour un représentant autorisé de chacune des parties.

#### ADMINISTRATION DE L'ENTENTE

Les parties, leurs administrateurs, dirigeants, employés, mandataires, agents et représentants doivent respecter la confidentialité de tous les renseignements mis à leur disposition relativement aux activités de l'autre partie pendant la durée de l'entente, ainsi que de tous les rapports, et autres documents produits en vertu des présentes.

En foi de quoi ont lu et signé le présent protocole d'entente en ce 22<sup>e</sup> jour du mois de Septembre 2005 à GATINEAU....

Benoît Robert  
Président et directeur général  
Communauto inc.

Gilbert Lecavalier  
Adjoint au directeur général et secrétaire  
Société de transport de l'outaouais



**CONTRAT DE CONSIGNATION** intervenu en les ville et district judiciaire de Laval province de Québec, Canada.

**ENTRE**

**LA SOCIÉTÉ DE TRANSPORT DE LAVAL**, personne morale de droit public constituée en vertu de la Loi sur les sociétés de transport en commun (L.R.Q., c. S-30.01), ayant son siège social au 2250, avenue Francis-Hughes, à Chomedey, Laval, province de Québec, H7S 2C3, ici agissant et représentée par monsieur Pierre Giard, directeur général, dûment autorisé à agir aux présentes tel qu'il le déclare ;

ci-après désignée « STL »

**ET**

**COMMUNAUTO INC.**, personne morale de droit privé constituée en vertu de la Loi sur les compagnies (Partie 1A) (L.R.Q., c. C-38), ayant son siège social au 1117 rue Ste-Catherine Ouest, bureau 806, Montréal, province de Québec, H3B 1H9, ici agissant et représentée par monsieur Benoît Robert, président, dûment autorisé à agir aux présentes tel qu'il le déclare ;

ci-après désignée « COMMUNAUTO »

**PRÉAMBULE**

LES PARTIES DÉCLARENT CE QUI SUIT:

LA STL est une entreprise dont l'activité principale consiste à assurer, par des modes de transport collectif, la mobilité des personnes à Laval;

COMMUNAUTO est une entreprise dont l'activité principale consiste à permettre, gérer, administrer et promouvoir le partage de véhicules automobiles lui appartenant, entre ses membres;

LA STL accepte que ses produits soient déposés en consignation chez COMMUNAUTO;

Les parties s'entendent que, pendant la période de consignation, LA STL demeure l'unique propriétaire des produits en consignation bien que COMMUNAUTO en assume les pertes;

COMMUNAUTO s'engage à faire tout ce qui lui est possible, afin de vendre les produits qui sont en consignation chez elle, et ce, dans le cadre des activités de son entreprise;

Les parties aux présentes ont convenu de consigner dans un écrit sous seing privé les diverses modalités devant régir l'exercice des droits de LA STL dans le contexte précité;

Les parties désirent que cet écrit s'interprète comme un contrat de gré à gré.

LA STL	COMMUNAUTO



À CES FINS, LES PARTIES CONVIENNENT DE CE QUI SUIT:

**0.00 INTERPRÉTATION**

**0.01 Terminologie**

Les mots et expressions qui suivent, lorsqu'ils apparaissent dans le présent contrat ou dans toute documentation subordonnée à celui-ci, s'interprètent, à moins d'une dérogation implicite ou explicite dans le texte, en fonction des définitions qui leur sont attribuées ci-après:

**0.01.01 Activités**

désigne la gestion, l'administration et la promotion d'un programme de partage de véhicules automobiles appartenant à COMMUNAUTO, entre ses membres.

**0.01.02 Cas de défaut**

désigne l'un ou l'autre des cas suivants:

- a) si COMMUNAUTO ne paie pas à échéance toute somme due en vertu des présentes suite à un avis à cet effet;
- b) si COMMUNAUTO omet de respecter une ou plusieurs des clauses du présent contrat à l'expiration du délai prévu pour y remédier dans un avis en ce sens;
- c) si COMMUNAUTO omet de respecter ses engagements envers d'autres fournisseurs;
- d) si COMMUNAUTO est déclaré failli ou insolvable par un tribunal compétent, fait cession de son entreprise, ou de la totalité ou d'une partie substantielle de ses biens au bénéfice de ses créanciers en général;
- e) si COMMUNAUTO se prévaut d'une loi visant la protection des insolvable ou d'une loi relative à la réorganisation, à l'arrangement, à la liquidation ou de toute autre loi similaire affectant les droits des créanciers en général;
- f) si COMMUNAUTO dépose une proposition concordataire aux termes de la *Loi sur la faillite et l'insolvabilité* (Canada) ou ne conteste pas le dépôt par une tierce partie d'une requête en faillite aux termes de cette loi;
- g) si COMMUNAUTO demande la nomination d'un fiduciaire, liquidateur ou séquestre pour administrer ou liquider son entreprise ou la totalité ou une partie substantielle de ses biens ou ne conteste pas le dépôt par une tierce partie d'une requête visant à telle nomination;
- h) si l'entreprise de COMMUNAUTO ou la totalité ou une partie substantielle de ses biens font l'objet d'une prise de possession par un créancier ou sont mises sous séquestre, ou si un liquidateur est nommé à son égard pour administrer ou liquider son entreprise ou la totalité ou une partie substantielle de ses biens, à moins que cette prise de possession, cette mise sous séquestre ou cette nomination d'un liquidateur soit annulée dans un délai de TRENTE (30) jours;
- i) si des biens appartenant à COMMUNAUTO sont saisis ou demeurent sous saisie pendant une période de CINQ (5) jours dans le cas de biens meubles et de VINGT (20) jours dans le cas de biens immeubles (sauf si cette saisie

LA STL	COMMUNAUTO



fait l'objet d'une contestation de bonne foi et tant que dure cette contestation);

- j) si l'une ou l'autre des sûretés prévues au présent contrat cesse d'être en vigueur.

#### **0.01.03 Contrat**

désigne le présent contrat incluant le préambule et ses annexes, toute documentation subordonnée à celui-ci, ainsi que toutes les modifications qui peuvent lui être apportées à l'occasion par les parties; les expressions «des présentes», «aux présentes», «en vertu des présentes» et «par les présentes» et toute autre expression semblable, lorsqu'elles sont utilisées dans le contrat, font généralement référence à l'ensemble du contrat plutôt qu'à une partie de celui-ci à moins d'indication contraire dans le texte.

#### **0.01.04 Établissement**

désigne la place d'affaires de COMMUNAUTO, située au 1117, Ste-Catherine Ouest, bureau 806, Montréal, province de Québec, H3B 1H9

#### **0.01.05 Produits**

désigne tous les produits qui sont livrés par LA STL à COMMUNAUTO en vertu du présent contrat, dont la réception est confirmée par un bon de livraison, dûment signé par un préposé de COMMUNAUTO.

#### **0.01.06 Représentants légaux**

désigne, pour chaque partie au contrat, eu égard à son état et à son organisation, soit les liquidateurs de sa succession, ses héritiers ou légataires, ses mandataires ou préposés.

#### **0.01.07 Taux préférentiel**

désigne, pour chaque jour, le taux d'intérêt annuel que la principale banque d'affaires de LA STL, eu égard à la situation du marché, établit pour ce jour et fait connaître publiquement et en fonction duquel elle détermine les taux d'intérêt sur les prêts qu'elle consent au Canada en devises canadiennes.

### **0.02 Préséance**

Le Contrat constitue la totalité et l'intégralité de l'entente intervenue entre les parties à l'exclusion de tout autre document, contrat ou promesse verbale antérieur ou concomitant qui peut être intervenu, dans le cadre des négociations qui ont précédé l'exécution complète du Contrat, que les parties déclarent inadmissible en tant qu'élément de preuve susceptible de modifier ou d'affecter de quelque façon que ce soit l'une ou l'autre des dispositions du Contrat.

### **0.03 Juridiction**

#### **0.03.01 Assujettissement**

Ce Contrat, son interprétation, son exécution, son application, sa validité et ses effets sont assujettis aux lois applicables qui sont en vigueur dans la province de Québec et au Canada, qui régissent en partie ou en totalité l'ensemble des dispositions qu'il contient.

LA STL	COMMUNAUTO



**0.03.02 Présomption**

Toute disposition de ce Contrat, non conforme aux lois applicables, est présumée sans effet dans la mesure où elle est prohibée par l'une desdites lois. Il en va de même pour toutes les clauses subordonnées ou liées à une telle disposition dans la mesure où leur applicabilité dépend de ladite disposition.

**0.03.03 Adaptation**

Si une disposition contrevient à une loi applicable, elle doit s'interpréter, le cas échéant, de façon à la rendre conforme à la loi applicable ou, à défaut, de la façon la plus susceptible de respecter l'intention des parties sans déroger aux prescriptions des lois applicables auxquelles les parties ne désirent pas contrevenir.

**0.03.04 Continuation ou annulation**

Lorsque le Contrat contient une disposition prohibée, toutes les autres dispositions du Contrat demeurent en vigueur et continuent de lier les parties à moins que la disposition qui déroge aux lois applicables ne soit essentielle au bon fonctionnement du Contrat ou à l'équilibre des prestations respectives des parties et qu'une interprétation compatible avec les lois applicables ne puisse corriger cette déficience.

Le cas échéant, le Contrat peut être annulé et les parties remises en état dans la mesure où il est possible de le faire et en tenant compte de l'évolution de leur situation depuis l'entrée en vigueur du Contrat pour en arriver à une équivalence de remise en état, le cas échéant.

**0.04 Généralités**

**0.04.01 Délais**

Tous les délais indiqués dans le Contrat sont de rigueur à moins d'indication contraire dans le texte. Lors de la computation d'un délai, les règles suivantes doivent s'appliquer:

- le jour qui marque le point de départ n'est pas compté mais celui de l'échéance l'est;
- les jours non juridiques, c'est-à-dire les dimanches et les jours de fête identifiés à l'article 6 du *Code de procédure civile du Québec*, sont comptés; cependant, lorsque le jour de l'échéance est non juridique, le terme ou délai est prorogé au premier jour juridique suivant; et
- le terme «mois», lorsqu'il est utilisé dans le Contrat, désigne les mois du calendrier.

Si le contrat indique une date précise du calendrier et que cette date est un jour non juridique, l'échéance devient alors le premier jour juridique suivant la date indiquée.

**0.04.02 Cumul**

Tous les droits mentionnés dans le Contrat sont cumulatifs et non alternatifs. La renonciation à l'exercice d'un droit consenti par l'une des parties en faveur de l'autre partie au Contrat ne doit jamais s'interpréter comme une renonciation à l'exercice de tout autre droit, ici consenti, à moins que le texte d'une disposition du Contrat n'indique exceptionnellement la nécessité d'un tel choix.

LA STL	COMMUNAUTO



#### 0.04.03 Devises canadiennes

Toutes les sommes d'argent prévues dans le Contrat concernent des devises canadiennes.

#### 0.04.04 Genre et nombre

Dans la mesure où la compréhension du texte le requiert, un mot exprimé avec le genre masculin comprend le féminin et vice-versa; il en va de même pour un mot exprimant un nombre en ce que le singulier comprend le pluriel et vice versa. Toute phrase contenant des mots polyvalents de cette nature doit se lire, lorsque le sens du texte l'exige, de façon à accommoder la version appropriée d'un tel mot avec les changements grammaticaux qui s'imposent pour donner une signification logique à la phrase concernée.

#### 0.04.05 Titres

Les titres utilisés dans le Contrat n'ont aucune valeur interprétative; ils servent uniquement comme élément de classification et d'identification des dispositions constitutives de l'entente entre les parties qui sont consignées dans le Contrat et, en raison de cette fonction, ils ne peuvent se voir attribuer de signification ni influencer l'interprétation d'une disposition.

### 1.00 OBJET

Sujet au respect des modalités de ce Contrat par COMMUNAUTO, LA STL accepte de lui livrer des Produits en consignation pour fins de vente dans le cours de ses Activités.

Tous les Produits ainsi livrés sont identifiés au fur et à mesure de leur livraison, par un billet de livraison portant la mention:

«Cette vente est régie par les dispositions d'un contrat de consignation intervenu entre les parties en date du .....»

### 2.00 CONTREPARTIE

#### 2.01 Vente

En CONTREPARTIE de ladite consignation, COMMUNAUTO s'engage, dès la réception desdits Produits, à les promouvoir aux fins de vente à sa clientèle et à les identifier de façon à ne pas les confondre avec les autres produits qui lui appartiennent.

#### 2.02 Intérêts

Le prix de vente ou le solde de tout prix de vente non acquitté porte intérêt au Taux préférentiel en vigueur lors de la réception desdits Produits par COMMUNAUTO.

### 3.00 MODALITÉS DE PAIEMENT

Le ou avant le dixième jour de chaque mois, COMMUNAUTO s'engage à remettre à LA STL un rapport détaillé des ventes au détail des Produits pour le mois précédent accompagné du nom de l'acquéreur et du code postal de son lieu de résidence, un

LA STL	COMMUNAUTO



rapport détaillé des Produits restant en possession de COMMUNAUTO accompagné des Produits non vendus pour ce mois et à payer intégralement le prix ou tout solde restant de tous les Produits vendus au cours de ce mois.

#### **4.00 OBLIGATIONS DE COMMUNAUTO**

##### **4.01 Risques de perte**

COMMUNAUTO doit assumer tous les risques de perte des Produits et d'indemniser LA STL pour tout dommage, toute dépréciation ou toute perte pouvant affecter les Produits, y compris toute disparition de quelque façon que ce soit.

##### **4.02 Assurances**

COMMUNAUTO doit assurer les Produits contre toute perte ou tout dommage pouvant être causés par le vol ou autrement, de la façon que LA STL peut indiquer de temps à autre, et de fournir sur demande à LA STL la preuve de telle couverture.

Il doit également payer les primes de telles assurances au fur et à mesure de leur exigibilité et de remettre à LA STL toute somme d'argent recouvrée lors de toute perte. Si COMMUNAUTO n'assure point les Produits, LA STL peut alors assurer les Produits et lui réclamer un montant équivalant aux primes ainsi payées.

##### **4.03 Déplacement des Produits**

Exception faite de son droit de disposer des Produits, dans le cours de ses Activités, COMMUNAUTO ne doit pas, sans le consentement écrit de LA STL, déplacer les Produits du lieu prévu pour leur livraison ou consignation.

##### **4.04 Registres**

COMMUNAUTO convient, à la demande de LA STL, de tenir, le cas échéant, séparément et de façon distincte, des livres de comptes et tout autre registre nécessaire à l'inscription des ventes des Produits.

##### **4.05 Inspection**

COMMUNAUTO s'oblige à inspecter les Produits livrés conformément aux présentes et de retourner tout article défectueux, dans un délai de DIX (10) jours à compter de leur livraison.

#### **5.00 OBLIGATIONS DE LA STL**

##### **5.01 Remise des Produits**

LA STL remettra à COMMUNAUTO, vers le vingt (20) de chaque mois, les PRODUITS dûment identifiés et ce, pour fins de vente.

##### **5.02 Commission**

LA STL s'engage à verser à COMMUNAUTO, à chaque mois, une commission correspondant à huit dollars (8,00 \$) toutes taxes applicables exclues, pour chaque PRODUIT qu'elle lui a remis et vendus par elle.

LA STL	COMMUNAUTO



## 6.00 DISPOSITIONS PARTICULIÈRES

### 6.01 Maintien du droit de propriété

Les Produits en possession de COMMUNAUTO sont et demeurent la propriété de LA STL jusqu'à ce qu'ils soient vendus par COMMUNAUTO et toute contrepartie reçue par COMMUNAUTO en rapport avec la vente des Produits sera censée être reçue par elle à titre de mandataire de LA STL à qui cette contrepartie appartient.

### 6.02 Inventaire

Un représentant de LA STL a accès aux locaux de COMMUNAUTO en tout temps pendant les heures normales de bureau de ce dernier, afin de dresser un inventaire des Produits détenus par celui-ci en vertu du Contrat.

COMMUNAUTO s'engage à tenir et à fournir, sur demande, une comptabilité distincte permettant d'établir la progression des ventes des Produits et permettant d'identifier le Produit de la vente par rapport à celui des autres ventes de COMMUNAUTO dans l'exploitation de son commerce.

### 6.03 Comportement des parties

Les parties confirment que le Contrat ne constitue pas une vente et qu'aucun des gestes qu'elles posent pendant que le Contrat est en vigueur ne doit s'interpréter comme établissant une relation d'achat-vente entre elles.

### 6.04 Incessibilité

Le Contrat est incessible. Aucun des droits ou obligations constatés aux présentes ne peut être cédé ou autrement transféré par COMMUNAUTO, sans l'autorisation écrite préalable de LA STL.

COMMUNAUTO doit notifier LA STL par écrit dès qu'il mettra son fonds de commerce en vente ou qu'il en disposera et doit aviser LA STL par écrit du nom et de l'adresse de l'acquéreur ou de son successeur au moins QUINZE (15) jours avant que la vente ou la disposition du fonds de commerce soit finalisée.

### 6.05 Statut de COMMUNAUTO

Aucune disposition des présentes ne doit s'interpréter de façon à constituer COMMUNAUTO, l'agent, l'employé ou l'associé de LA STL.

## 7.00 DISPOSITIONS GÉNÉRALES

### 7.01 Annexes

Toute annexe au Contrat, paraphée par les parties pour fins d'identification, fait partie intégrante de celui-ci.

### 7.02 Avis

Exception faite des articles du Contrat où il est autrement prévu, tout avis requis en vertu de la présente est suffisant s'il est consigné dans un écrit et expédié par un mode de communication qui permet à la partie expéditrice de prouver que ledit avis fut effectivement livré à la partie destinataire à l'adresse indiquée au début du Contrat ou à toute autre adresse que celle-ci peut faire connaître en conformité avec la présente section.

LA STL	COMMUNAUTO



**7.03 Élection**

Les parties conviennent, pour toute réclamation ou poursuite judiciaire pour quelque motif que ce soit, relativement au Contrat, de choisir le district judiciaire de Laval, province de Québec, Canada, comme le lieu approprié pour l'audition desdites réclamations ou poursuites judiciaires à l'exclusion de tout autre district judiciaire qui peut avoir juridiction sur un tel litige selon les prescriptions de la loi.

**7.04 Exemplaires**

Chaque exemplaire du Contrat est, lorsque paraphé et signé par toutes les parties aux présentes, censé être un original, mais ces exemplaires ne constituent ensemble qu'un seul et même document.

**7.05 Modification**

Le Contrat peut, à l'occasion, être modifié par écrit en tout ou en partie d'un commun accord entre les parties.

**7.06 Non-renonciation**

Le silence d'une partie, sa négligence ou son retard à exercer un droit ou un recours qui lui est consenti en vertu du Contrat ne doit jamais être interprété contre telle partie comme une renonciation à ses droits et recours, tant et aussi longtemps que la prescription conventionnelle ou légale prévue pour l'exercice d'un tel droit ou recours n'est pas expirée.

**8.00 FIN DU CONTRAT**

Le Contrat est résilié :

- a) dès la survenance d'un Cas de défaut sans autre avis ni formalité; ou
- b) dès l'expiration d'un délai minimal de soixante (60) jours à compter de la réception par LA STL d'un avis de COMMUNAUTO à cet effet ou à compter de la réception par COMMUNAUTO d'un avis de LA STL à cet effet.

Le cas échéant, LA STL peut reprendre possession des Produits sans préavis.

**9.00 ENTRÉE EN VIGUEUR ET DURÉE**

Le Contrat entre en vigueur le jour de sa signature et est d'une durée indéterminée.

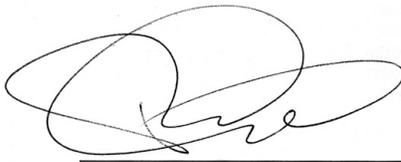
**10.00 PORTÉE**

Le Contrat lie et est exécutoire à l'égard des parties contractantes, ainsi que de leurs Représentants légaux.

LA STL	COMMUNAUTO



EN FOI DE QUOI, LES PARTIES ONT SIGNÉ EN DEUX (2) EXEMPLAIRES, COMME SUIV :

  
\_\_\_\_\_  
Témoïn

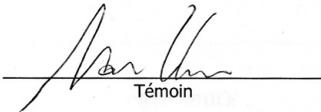
**LA STL**

À Laval, le 7 octobre 2005.

Par: Pierre Giard  
Pierre Giard

**COMMUNAUTO**

à Montréal, le 14 octobre 2005.

  
\_\_\_\_\_  
Témoïn

Par: Benoît Robert  
Benoît Robert



## Annexe D

### DÉPLIANTS PROMOTIONNELS

- Duo auto + bus (Laval)
- Duo auto + bus (Gatineau), novembre 2005
- Duo auto + bus (Gatineau), mai 2006
- Duo auto + bus (Québec et Lévis)



Dépliant distribué aux citoyens de la ville de Laval

**Une auto pas loin de chez vous!**

Vous pouvez avoir accès à un véhicule à la demi-heure, à l'heure, à la journée ou pour des périodes plus longues. À vous de voir! Une fois abonné, un simple coup de téléphone suffit pour réserver et obtenir une voiture sans décali, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.

**Où aller la chercher?**

Les voitures de Communauto sont situées au cœur des quartiers desservis.

**L'automobile sans tracas.**

**Légende**

- Train de banlieue
- Station de Communauto en activité au sur le point de l'heure
- Emplacement potentiel à l'heure

**Gâtez-vous... et protégez l'environnement**

Pourquoi la STL et l'AMT ont-elles accepté un aussi heureux mariage de raison et de complémentarité avec Communauto?

**Parce que toutes deux croient qu'il est important :**

- de contribuer à réduire le nombre de véhicules en circulation;
- d'offrir une alternative pratique et économique à l'achat d'un véhicule;
- de poser un geste concret pour protéger l'environnement.

**C'est intelligent de rouler vert!**

**Profitez vite de cette offre exclusive!**

**450 686.9540**

**Qui est Communauto ?**

C'est le gestionnaire de l'un des plus importants services d'auto-partage au monde. En fait, c'est le plus ancien service de voitures libre-service en Amérique. Cette entreprise à vocation sociale et environnementale compte près de 8000 abonnés au Québec qui se partagent un parc de quelque 400 véhicules. Taux de satisfaction des clients? Environ 95%! Soyez-vous le prochain à vous laisser séduire par tous les avantages de l'offre STL-AMT-Communauto?

**Offrez-vous la flexibilité d'une voiture...**

tout en éliminant la nécessité d'en posséder une!

**Gâtez-vous**

**L'autobus ou le train... et une auto en prime!**

**RECTO**

page 1

Client: STL, Société Communautaire Marketing, 1300 Boulevard Foch-Duhamel, Longueuil (Québec) J4J 4B1, T: (450) 674-1874

Projet: Dépliant STL, Date: 20 septembre 2005

**L'autobus et le train pour vous déplacer à volonté.**

**L'auto pour vous accommoder à votre gré.**

**Le trio parfait pour filer où vous voulez!**

**Plus grande liberté de déplacement à petit prix**

Vous appréciez les avantages de l'autobus et du train mais aimeriez bien, de temps à autre, profiter des agréments d'une voiture? C'est maintenant possible! Bénéficiez de forfaits pour des utilisations de voiture avec Communauto grâce à la Société de transport de Laval (STL) et l'Agence métropolitaine de transport (AMT).

**Transport collectif ou auto?**

Vous aurez dorénavant accès, pour pas cher et 12 mois par année, au meilleur des deux mondes!

**Économisez 535\$ en frais d'adhésion à Communauto!**

Une autre preuve que les avantages du transport collectif ne viennent jamais seuls...

**En quoi consiste l'offre?**

Roulez selon vos besoins et économisez!

Abonnez-vous aux services de la STL ou de l'AMT pour un an en achetant, à tarif ordinaire, 12 titres mensuels consécutifs CAL ou TRAM 3. Du coup, profitez de Communauto et de son parc de Toyota Echo. L'attrait irrésistible de cette offre?

**Tout ce que vous éviterez de payer!**

- Ne payez pas les frais d'adhésion habituels de 535\$ à Communauto.
- Aucuns frais d'assurance, d'immatriculation ou d'entretien à assumer.
- Aucun coût de financement pour l'achat d'un véhicule neuf.

**VERSO**

page 2

Client: STL, Société Communautaire Marketing, 1300 Boulevard Foch-Duhamel, Longueuil (Québec) J4J 4B1, T: (450) 674-1874

Projet: Dépliant STL, Date: 20 septembre 2005



Dépliant distribué aux citoyens de la ville de Gatineau en novembre 2005

Gatex-vous\_depliant\_STO 30/11/05 09:25 Page 1



**TOUIT CE QUE VOUS Y GAGNEREZ !**

- Économisez 10 % sur le prix régulier des titres de transport.
- Plus besoin de courir à la fin de chaque mois.
- Fini les visites répétées chez le dépositaire.
- Accusés frais d'assurance, d'immatriculation ou d'entretien à assumer.
- Aucun coût de financement pour l'achat d'un véhicule neuf.

La formule est payante! Une autre preuve que les avantages du transport en commun ne viennent jamais seuls...

**Abonnés FIDÉLITÉ, faites fructifier vos économies...**  
Mettez votre 10 % à profit!

**JE ME GÂTE... ET JE PROTÈGE L'ENVIRONNEMENT**

Pourquoi la STO a-t-elle accepté un aussi heureux mariage de raison et de complémentarité avec Communauto? Parce que toutes deux croient qu'il est important:

- de contribuer à réduire le nombre de véhicules en circulation;
- d'offrir une alternative pratique et économique à l'achat d'un véhicule;
- de poser un geste concret pour protéger l'environnement.

Ce projet bénéficie du soutien de  
 Transports Canada Transport Canada

**UNE AUTO PAS LOIN DE CHEZ VOUS!**  
Vous aimeriez avoir accès occasionnellement à une voiture? Vous cherchez une occasion de vous départir de votre **seconde voiture**? C'est maintenant possible!

Avec Communauto, vous pouvez avoir accès à un véhicule à la demi-heure, à l'heure, à la journée ou pour des périodes plus longues. À vous de voir!

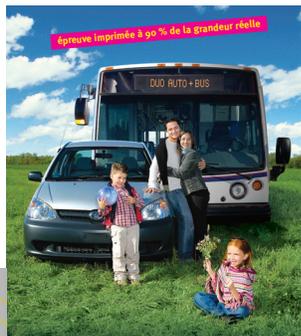
Une fois abonné, un simple coup de téléphone ou quelques clics sur internet suffisent pour réserver et obtenir une voiture sans délai, 24 h/24, 7 jours sur 7.

**OÙ ALLER LA CHERCHER ?**  
Tous les véhicules de Communauto sont situés au cœur des quartiers desservis.



**L'automobile sans traces.**  
C'est intelligent de rouler vert!  
Profitez vite de cette offre exclusive!

**(819) 595-5181**  
[www.communauto.com](http://www.communauto.com)



**Gâtez-vous**

Profitez du  
**DUO auto + bus!**




Gatex-vous\_depliant\_STO 30/11/05 09:26 Page 2

**Ma première voiture c'est l'auto + bus**

- L'autobus pour vous déplacer à volonté.
- L'auto pour vous accommoder à votre gré.
- Le duo parfait pour filer où vous voulez!

**UNE PLUS GRANDE LIBERTÉ DE DÉPLACEMENT À PETIT PRIX**

Vous appréciez les avantages de l'autobus mais aimeriez bien, de temps à autre, profiter des agréments d'une voiture? C'est maintenant possible! Gâtez-vous avec cette offre inédite de la Société de transport de l'Outaouais et de Communauto et bénéficiez, en plus des services d'autobus, de forfaits pour des utilisations de voiture.

**TRANSPORT COLLECTIF OU AUTO ?**  
Vous aurez ainsi accès, pour pas cher, au meilleur des deux mondes...

**EN QUOI CONSISTE L'OFFRE ?**  
Abonnez-vous au programme FIDÉLITÉ de la STO (abonnement annuel par prélèvement bancaire automatique) et économisez 10 % sur le prix régulier des titres de transport. Pour la portion « auto » de l'offre, 2 options vous sont offertes:

**OPTION 1 : abonnement combiné**  
Ajoutez 8<sup>\$</sup>/mois à votre abonnement FIDÉLITÉ. Du coup, profitez de Communauto et de son parc de véhicules sans avoir à payer les frais d'adhésion habituellement exigés:

- économie du droit d'adhésion remboursable de 500<sup>\$</sup>
- économie de frais annuels de 35<sup>\$</sup> pour son forfait le plus populaire (« C »)

**OPTION 2 : abonné « membre »**  
Devenez membre de Communauto en versant les frais d'adhésion habituellement exigés mais:

- épargnez la mensualité de 8<sup>\$</sup>
- et empochez le rabais de 10 %

À vous de choisir!

**L'attrait irrésistible de cette offre\***

Économisez sur le transport en commun et gagnez l'accès à une auto à partir de **1,50<sup>\$</sup>/h<sup>1</sup> + 45<sup>\$</sup> à 28<sup>\$</sup>/km** selon le forfait choisi, frais d'essence inclus.

D'autres tarifs avantageux sont disponibles, dont le tarif Travail (10 h pour 12<sup>\$</sup>, 40 km incl.) ainsi que des tarifs spéciaux pour des trajets longue distance.

<sup>1</sup> Taxes en sus. Condition: cette offre s'adresse aux personnes de 20 ans et plus qui répondent aux critères d'éligibilité de Communauto.  
<sup>2</sup> Ou 15<sup>\$</sup>/jr du mardi au jeudi et 2<sup>\$</sup>/h ou 20<sup>\$</sup>/jr du vendredi au lundi.

*Je roule selon mes besoins et j'économise!*



**Qui est Communauto ?**

C'est le gestionnaire de l'un des plus importants services d'auto-partage au monde. En fait, c'est le plus ancien service de voitures libre-service en Amérique. Cette entreprise à vocation sociale et environnementale compte plus de 8 000 usagers au Québec qui se partagent un parc de quelque 400 véhicules.

Taux de satisfaction des clients? Environ 95%! Serez-vous le prochain à vous laisser séduire par tous les avantages de l'offre STO - Communauto?



**Abonnés FIDÉLITÉ, faites fructifier vos économies...**  
Mettez votre 10 % à profit!

	FRAIS MENSUELS <sup>1</sup>		
	RÉGULIER	EXPRESS	INTERZONE
Abonnement mensuel STO	67,00 <sup>\$</sup>	82,50 <sup>\$</sup>	102,50 <sup>\$</sup>
<b>DUO auto + bus<sup>1</sup> - OPTION 1 : abonnement combiné</b>	<b>69,50<sup>\$</sup></b>	<b>83,45<sup>\$</sup></b>	<b>104,45<sup>\$</sup></b>
<b>DUO auto + bus<sup>1</sup> - OPTION 2 : abonné « membre »</b>	<b>60,30<sup>\$</sup></b>	<b>74,25<sup>\$</sup></b>	<b>92,25<sup>\$</sup></b>
Voiture personnelle (800 <sup>\$</sup> /an <sup>2</sup> )	708,33 <sup>\$</sup>	708,33 <sup>\$</sup>	708,33 <sup>\$</sup>

**Osez calculer vos économies!**

<sup>1</sup> Taxes incluses. Frais d'utilisation des autos en sus.  
<sup>2</sup> Source: CAA Québec (moyenne nationale pour une Cavalier Z24, 2003).

<sup>3</sup> Basé sur le tarif adulte de la STO en vigueur à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2005 (issu d'un changement sans précédent). L'abonnement FIDÉLITÉ est également disponible au tarif « Aîné ».

*Offrez-vous la flexibilité d'une voiture... tout en éliminant la nécessité d'en posséder une!*



Dépliant distribué aux citoyens de la ville de Gatineau en mai 2006

Gâtez-vous\_depliant\_STO 10/18/06 11:50 AM Page 1



**TOUIT CE QUE VOUS Y GAGNEREZ !**

- Économisez 10 % sur le prix régulier des titres de transport.
- Plus besoin de courir à la fin de chaque mois.
- Fini les visites répétées chez le dépositaire.
- Aucuns frais d'assurance, d'immatriculation ou d'entretien à assumer.
- Aucun coût de financement pour l'achat d'un véhicule neuf.

La formule est payante ! Une autre preuve que les avantages du transport en commun ne viennent jamais seuls...

*Abonnés FIDÉLITÉ, faites fructifier vos économies... Mettez votre 10 % à profit !*

**JE ME GÂTE... ET JE PROTÈGE L'ENVIRONNEMENT**

Pourquoi la STO a-t-elle accepté un aussi heureux mariage avec Communauto ? Parce que toutes deux croient qu'il est important :

- de contribuer à réduire le nombre de véhicules en circulation;
- d'offrir une alternative pratique et économique à l'achat d'un véhicule;
- de poser un geste concret pour protéger l'environnement.

Ce projet bénéficie du soutien de

Transports Canada
Transport Canada

**UNE AUTO PAS LOIN DE CHEZ VOUS !**

Vous aimeriez avoir accès occasionnellement à une voiture ? Vous cherchez une occasion de vous départir de votre **seconde voiture** ? C'est maintenant possible !

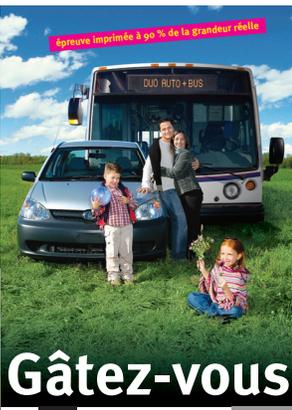
Avec Communauto, vous pouvez avoir accès à un véhicule à **la demi-heure, à l'heure**, à la journée ou pour des périodes plus longues. À vous de voir !

Une fois abonné, un simple coup de téléphone ou quelques clics sur internet suffisent pour réserver et obtenir une voiture sans délai, 24 h/24, 7 jours sur 7.

**OÙ ALLER LA CHERCHER ?**

Tous les véhicules de Communauto sont situés au cœur des quartiers desservis.





**Gâtez-vous**

Profitez du  
**DUO auto + bus !**



Voyagez l'esprit tranquille... avec Communauto et la STO!

(819) 595-5181

www.communauto.com

Gâtez-vous\_depliant\_STO 10/18/06 11:50 AM Page 2

**Ma première voiture c'est le DUO auto + bus**

- L'autobus pour vous déplacer à volonté.
- L'auto pour vous accommoder à votre gré.
- Le duo parfait pour filer où vous voulez !

**UNE PLUS GRANDE LIBERTÉ DE DÉPLACEMENT À PETIT PRIX**

Vous appréciez les avantages de l'autobus mais aimeriez bien, de temps à autre, profiter des agréments d'une voiture ? C'est maintenant possible ! Gâtez-vous avec cette offre inédite de la Société de transport de l'Outaouais et de Communauto et bénéficiez, en plus des services d'autobus, de forfaits pour des utilisations de voiture.

**TRANSPORT COLLECTIF OU AUTO ?**

Vous aurez ainsi accès, pour pas cher, au meilleur des deux mondes...

**EN QUOI CONSISTE L'OFFRE ?**

Abonnez-vous au programme FIDÉLITÉ de la STO (abonnement annuel par prélèvement bancaire automatique) et économisez 10 % sur le prix régulier des titres de transport. Pour la portion « auto » de l'offre, 2 options vous sont offertes :

**OPTION 1 : abonnement combiné**  
Ajoutez 8<sup>5</sup>/mois à votre abonnement FIDÉLITÉ. Du coup, profitez de Communauto et de son parc de véhicules sans avoir à payer les frais d'adhésion habituellement exigés :

- économie du droit d'adhésion remboursable de 500<sup>5</sup>
- économie de frais annuels de 35<sup>5</sup> pour son forfait le plus populaire (« C »)

**OPTION 2 : abonné « membre »**

Devenez membre de Communauto en versant les frais d'adhésion habituellement exigés mais :

- épargnez la mensualité de 8<sup>5</sup>
- et empêchez le rabais de 10 %

À vous de choisir !

**L'attrait irrésistible de cette offre<sup>1</sup>**

Économisez sur le transport en commun et gagnez l'accès à une auto à partir de **1,50<sup>5</sup>/h<sup>2</sup> + 16<sup>5</sup> à 29<sup>5</sup>/km** selon le forfait choisi, frais d'essence inclus.

D'autres tarifs avantageux sont disponibles, dont le tarif **Travail** (10 h pour 12,80<sup>5</sup>, 40 km incl.) ainsi que des tarifs spéciaux pour des trajets longue distance.

<sup>1</sup> Taxes en sus. Cette offre s'adresse aux personnes de 16 ans et plus qui répondent aux critères d'éligibilité de Communauto.  
<sup>2</sup> Ou 18<sup>5</sup>/jr du mardi au jeudi et 2<sup>5</sup>/h ou 24<sup>5</sup>/jr du vendredi au lundi.

*Je roule selon mes besoins et j'économise !*



**Qui est Communauto ?**

C'est le gestionnaire de l'un des plus importants services d'autopartage au monde. En fait, c'est le plus ancien service de voitures libre-service en Amérique. Cette entreprise à vocation sociale et environnementale compte plus de 10 000 usagers au Québec qui se partagent un parc de quelque 500 véhicules.

Taux de satisfaction des clients ? Environ 95 % ! Serez-vous le prochain à vous laisser séduire par tous les avantages de l'offre STO - Communauto ?



*Abonnés FIDÉLITÉ, faites fructifier vos économies... Mettez votre 10 % à profit !*

FRAIS MENSUELS <sup>3</sup>	RÉGULIER	EXPRESS	INTERZONE
Laissez-passer mensuel STO non réduit	67,00 <sup>5</sup>	82,50 <sup>5</sup>	102,50 <sup>5</sup>
DUO auto + bus <sup>1</sup> - OPTION 1 : abonnement combiné	69,42 <sup>5</sup>	83,37 <sup>5</sup>	101,37 <sup>5</sup>
DUO auto + bus <sup>1</sup> - OPTION 2 : abonné « membre »	60,30 <sup>5</sup>	74,25 <sup>5</sup>	92,25 <sup>5</sup>
Voiture personnelle (8500 <sup>5</sup> /an <sup>4</sup> )	environ 700 <sup>5</sup> /mois		

<sup>3</sup> Inclut la réduction de 10% sur les titres de transport et les taxes locales applicables. Frais d'utilisation des autos en sus.  
<sup>4</sup> Source : CAA Québec (moyenne nationale pour une Cavalier 23a, 2005).  
<sup>5</sup> Basé sur le tarif adulte de la STO en vigueur à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2006 (issus à changement sans préavis). L'abonnement FIDÉLITÉ est également disponible au tarif « Adèle ».

*Offrez-vous la flexibilité d'une voiture... tout en éliminant la nécessité d'en posséder une !*



Dépliant distribué aux citoyens des villes de Québec et Lévis

Gâtez-vous\_depliant\_RTC-STL 10/18/06 11:49 AM Page 1



**TOUT CE QUE VOUS Y GAGNEREZ!**

- Économisez 10% sur le prix régulier des titres de transport.
- Toute votre famille est éligible à l'abonne BUS (conjoint, parents, enfants).
- Titres de transport livrés à votre domicile par la poste.
- Aucuns frais d'assurance, d'immatriculation ou d'entretien à assumer.
- Aucun coût de financement pour l'achat d'un véhicule neuf.

La formule est payante! Une autre preuve que les avantages du transport en commun ne viennent jamais seuls...

*Gâtez-vous!*  
Économisez 10% sur vos titres de transport...

**JE ME GÂTE... ET JE PROTÈGE L'ENVIRONNEMENT**

Pourquoi le RTC et la ST Lévis ont-ils accepté un aussi heureux mariage avec *Communauto*? Parce que toutes deux croient qu'il est important :

- de contribuer à réduire le nombre de véhicules en circulation;
- d'offrir une alternative pratique et économique à l'achat d'un véhicule;
- de poser un geste concret pour protéger l'environnement.

Ce projet bénéficie du soutien de



**UNE AUTO PAS LOIN DE CHEZ VOUS!**

Vous aimeriez avoir accès occasionnellement à une voiture? Vous cherchez une occasion de vous départir de votre **seconde voiture**? C'est maintenant possible!

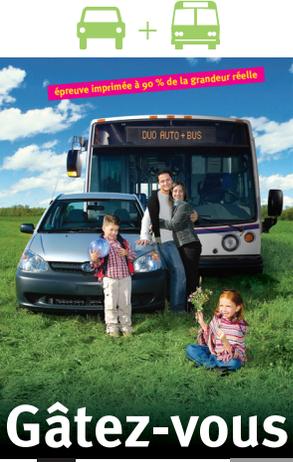
Avec *Communauto*, vous pouvez avoir accès à un véhicule à la  **demi-heure, à l'heure, à la journée** ou pour des périodes plus longues. À vous de voir!

Une fois abonné, un simple coup de téléphone ou quelques clics sur internet suffisent pour réserver et obtenir une voiture sans délai, 24 h/24, 7 jours sur 7.

**OÙ ALLER LA CHERCHER?**

Tous les véhicules de *Communauto* sont situés au cœur des quartiers desservis.





**Gâtez-vous**

Profitez du  
**DUO auto + bus!**



Voyagez l'esprit tranquille avec...  
*Communauto*, le RTC et la ST Lévis!

**(418) 525-6030**  
www.communauto.com

Gâtez-vous\_depliant\_RTC-STL 10/18/06 11:49 AM Page 2

**Ma première voiture c'est le DUO auto + bus**

- L'autobus pour vous déplacer à volonté.
- L'auto pour vous accommoder à votre gré.
- Le duo parfait pour filer où vous voulez!

**UNE PLUS GRANDE LIBERTÉ DE DÉPLACEMENT À PETIT PRIX**

Vous appréciez les avantages de l'autobus mais aimeriez bien, de temps à autre, profiter des agréments d'une voiture? C'est maintenant possible! Gâtez-vous avec cette offre inédite et bénéficiez, en plus des services d'autobus, de forfaits pour des utilisations de voiture avec *Communauto*.

**TRANSPORT COLLECTIF OU AUTO?**

Vous aurez ainsi accès, pour pas cher, au meilleur des deux mondes...

**EN QUOI CONSISTE L'OFFRE?**

Par l'intermédiaire de *Communauto*, abonnez-vous au service du RTC ou de la ST Lévis – *L'abonne BUS* – pour un an en achetant 12 titres mensuels consécutifs (locaux ou métropolitains) et économisez 10% sur le prix régulier des titres de transport (une gracieuseté du RTC et de la ST Lévis). Pour la portion « auto » de votre abonnement, 2 options vous sont offertes :

**OPTION 1 : abonnement combiné**  
Ajoutez 8<sup>5</sup> /mois à l'abonne BUS.  
Du coup, profitez de *Communauto* et de son parc de véhicules sans avoir à payer les frais d'adhésion habituellement exigés :

- économie du droit d'adhésion remboursable de 500<sup>5</sup>
- économie des frais annuels de 35<sup>5</sup> pour son forfait le plus populaire (« C »)

**OPTION 2 : abonné « membre »**  
Devenez membre de *Communauto* en versant les frais d'adhésion habituellement exigés mais :

- épargnez la mensualité de 8<sup>5</sup>
- et empoechez le rabais de 10%

À vous de choisir!

**L'attrait irrésistible de cette offre\***

Économisez sur le transport en commun et gagnez l'accès à une auto à partir de **1,50<sup>5</sup>/h<sup>6</sup> + 16<sup>5</sup> à 29<sup>5</sup>/km** selon le forfait choisi, frais d'essence inclus.

D'autres tarifs avantageux sont disponibles, dont le tarif *Travail* (10 h pour 12,80<sup>5</sup>, 40 km incl.) ainsi que des tarifs spéciaux pour des trajets longue distance.

\* Taxes en sus. Cette offre s'adresse aux personnes de 20 ans et plus qui répondent aux critères d'éligibilité de *Communauto*.  
<sup>5</sup> Ou 18<sup>5</sup>/jr du mardi au jeudi et 2<sup>5</sup>/h ou 24<sup>5</sup>/jr du vendredi au lundi.  
<sup>6</sup> Je roule selon mes besoins et j'économise!



**Qui est Communauto?**

C'est le gestionnaire de l'un des plus importants services d'autopartage au monde. En fait, c'est le plus ancien service de voitures libre-service en Amérique. Et c'est à Québec que tout a commencé! Aujourd'hui, cette entreprise à vocation sociale et environnementale compte plus de 10 000 usagers qui se partagent un parc de quelque 500 véhicules.

Taux de satisfaction des clients? Environ 95%! Serez-vous le prochain à vous laisser séduire par tous les avantages de l'offre RTC – ST Lévis – *Communauto*?



*Gâtez-vous!*  
Économisez 10% sur vos titres de transport...

	RTC	ST Lévis	Métropolitain
Laissez-passer mensuel <i>non réduit</i>	65,00 <sup>5</sup>	62,00 <sup>5</sup>	96,00 <sup>5</sup>
Formule AUTO + BUS <sup>7</sup> - OPTION 1 : abonnement combiné	67,62 <sup>5</sup>	64,92 <sup>5</sup>	95,52 <sup>5</sup>
Formule AUTO + BUS <sup>7</sup> - OPTION 2 : abonné « membre »	58,50 <sup>5</sup>	55,80 <sup>5</sup>	86,40 <sup>5</sup>
Voiture personnelle (8500 \$/an <sup>8</sup> )	environ 700 <sup>5</sup> /mois		

**Calculez vos économies!**

*Offrez-vous la flexibilité d'une voiture... tout en éliminant la nécessité d'en posséder une!*

<sup>5</sup> Inclut la réduction de 10% sur les titres de transport et les taxes lorsque applicables. Frais d'utilisation des autos en sus.  
<sup>6</sup> Source : CAA Québec (moyenne pour une Cavalier 24x 2009)  
<sup>7</sup> Basé sur les tarifs Régulier ou Régulier du RTC et de la ST Lévis présentement en vigueur (sujets à changement sans préavis). L'abonne BUS est également disponible aux tarifs « Aîné », « Privilège » et « Étudiant ».





## Annexe E

### CONTRATS D'ABONNEMENT COMBINÉ

- STO (Gatineau)
- STL et AMT (Laval)
- RTC et ST Lévis (Québec et Lévis)
- Formulaire d'inscription à *L'abonneBUS* (Québec et Lévis)



## Contrat d'abonnement combiné (non-membre) Communauto / STO

Formulaire mis à jour le 13 novembre 2006



### ENTRE

**L'Abonné** PRÉNOM : \_\_\_\_\_ NOM : \_\_\_\_\_ N° D'ABONNÉ : \_\_\_\_\_

ADRESSE : \_\_\_\_\_

VILLE : \_\_\_\_\_ CODE POSTAL : \_\_\_\_\_ **ci-après appelé(e) l'« Abonné »**

### ET

**Communauto inc.,**

compagnie légalement constituée ayant son siège social au 1117, rue Sainte-Catherine Ouest,  
bur. 806, Montréal (Québec) H3B 1H9 · COURRIEL : [serviceclientele@communauto.com](mailto:serviceclientele@communauto.com)

**ci-après appelée « Communauto »**

### 1. DÉFINITIONS

Dans le Contrat, les mots suivants désignent :

- a) **Abonné** : la personne inscrite comme Abonné dans le cadre de la présente offre d'abonnement combiné.
- b) **Mensualité de Communauto** : le montant mensuel exigé par *Communauto* pour donner à l'Abonné accès à son service.
- c) **Contrat** : le présent contrat d'abonnement et ses annexes.
- d) **Règlement de Communauto** : l'ensemble des règles de fonctionnement contenues dans le « Règlement d'utilisation des véhicules » de *Communauto* et ses annexes, ainsi que toute autre directive émise de temps à autre par *Communauto* pour assurer le bon fonctionnement du service.
- e) **Société de transport** : la Société de transport de l'Outaouais (STO).
- f) **Programme Fidélité** : le programme d'abonnement annuel par prélèvement bancaire automatique de la Société de transport.
- g) **Titre de transport ou Titres de transport** : les titres de transport émis par la Société de transport dans le cadre de son Programme Fidélité.

### 2. OBJET DU CONTRAT

- 2.1 Le présent Contrat constitue un abonnement annuel combiné au Programme Fidélité et au service de voitures libre-service de *Communauto* (ci après appelé l'« Offre »).

### 3. ADMISSIBILITÉ

- 3.1 Pour être admissible à l'Offre, l'Abonné doit satisfaire et se conformer à tous les critères mentionnés ci-dessous :
  - 3.1.1 être une personne physique;
  - 3.1.2 être inscrit au Programme Fidélité;
  - 3.1.3 être âgé d'au moins 21 ans et détenir un permis de conduire de classe 5 minimum, valide ou détenir un permis de conduire de classe 5 minimum, valide, depuis au moins quatre (4) ans;
- 3.2 La satisfaction par l'Abonné aux critères d'admissibilité mentionnés à l'article 3.1 ne confère pas automatiquement le droit à l'Abonné d'être un abonné de *Communauto*.

L'adhésion de l'Abonné est sujette à l'approbation de sa candidature par *Communauto* suite à l'examen complet de son dossier à la lumière de l'ensemble des critères d'admissibilité prévus au Règlement de *Communauto*.

- 3.3 Après la durée minimale du Contrat prévue à l'article 8.1, *Communauto* se réserve le droit de modifier les présents critères et d'exiger d'autres critères d'admissibilité en transmettant à l'Abonné un avis écrit mentionnant les critères modifiés ou ajoutés à ceux ci-avant énumérés. Si l'Abonné ne satisfait pas aux nouveaux critères d'admissibilité ou s'il refuse de s'y conformer, le Contrat sera automatiquement et immédiatement résilié, sans autre préavis ni mise en demeure.

### 4. DÉLAI D'INSCRIPTION

Le Contrat doit être signé par les parties et reçu par *Communauto* avant le quinzième (15<sup>e</sup>) jour du mois précédant le mois visé pour son entrée en vigueur. Toute nouvelle demande d'abonnement reçue après cette date sera reportée au mois suivant le mois visé par la demande. L'Abonné peut néanmoins utiliser les véhicules de *Communauto* dans l'intervalle. La date d'entrée en vigueur ainsi établie est celle qui est utilisée pour les fins de la computation de la durée minimale du Contrat prévue à l'article 8.1.

### 5. PRIX DE L'ABONNEMENT

- 5.1 Le prix de l'abonnement aux Titres de transport souscrits par l'Abonné dans le cadre du Programme Fidélité est payable à la Société de transport selon les modalités prévues dans les termes du contrat liant l'Abonné à la Société de transport.
- 5.2 Le prix de la Mensualité de *Communauto* payable par l'Abonné dans le cadre de l'Offre est de 8 \$ par mois (taxes en sus). Ce montant inclut le prix de l'abonnement à *Communauto* ainsi que le coût du forfait « C » aux conditions prévues à l'Annexe 1. Pour profiter des privilèges accordés par un autre forfait, l'Abonné doit s'y inscrire en acquittant le tarif s'y rapportant.
- 5.3 En tout temps, pendant la durée des présentes, *Communauto* se réserve le droit de modifier le prix de la Mensualité de *Communauto* en transmettant à l'Abonné un préavis écrit de 3 mois. Si l'Abonné refuse de se conformer à la nouvelle politique de *Communauto* à cet effet, l'Abonné pourra invoquer ce motif pour résilier le Contrat avant échéance selon les modalités prévues à l'article 9.1.



## 6. MODALITÉS DE PAIEMENT

- 6.1** L'Abonné consent à ce que le coût de la Mensualité de *Communauto*, à l'exception du premier versement, soit prélevé à l'avance sur son compte par *Communauto*, à chaque mois.
- 6.2** La facturation des autres frais, notamment l'utilisation des véhicules et des pénalités en cas d'infraction prévues au Règlement de *Communauto* est faite mensuellement. Le montant facturé doit être acquitté entièrement sur réception de la facture.

## 7. OBLIGATIONS DE L'ABONNÉ

- 7.1** Au moment de l'inscription, l'Abonné accepte de :
- 7.1.1** fournir à *Communauto* une copie originale récente (maximum 3 mois) de son dossier de conducteur à la Société de l'assurance automobile du Québec et de son dossier au Fichier central des sinistres automobiles du Québec;
- 7.1.2** fournir une photocopie de son permis de conduire;
- 7.1.3** fournir deux (2) photos récentes de format passeport;
- 7.1.4** fournir le numéro de sa carte à Puce du Programme Fidélité validement émise par la Société de transport;
- 7.1.5** verser un dépôt pour la clé des coffrets de sécurité que *Communauto* lui confie pendant l'application du Contrat, de même que le montant couvrant le prix de la première Mensualité de *Communauto* visée par ledit Contrat;
- 7.1.6** signer une autorisation de prélèvement bancaire automatique dûment complétée accompagnée d'un spécimen de chèque portant la mention « annulé ».
- 7.2** Pendant la durée du Contrat, l'Abonné s'engage à :
- 7.2.1** s'assurer d'avoir en tout temps dans ledit compte bancaire la somme nécessaire pour couvrir le montant du paiement pré-autorisé correspondant au prix de la Mensualité de *Communauto* ainsi que les taxes applicables;
- 7.2.2** signaler tout changement d'établissement bancaire à *Communauto*. L'Abonné doit, pour ce faire, adresser à *Communauto* une nouvelle autorisation de prélèvement automatique dûment complétée et signée, accompagnée d'un chèque annulé. Cette nouvelle autorisation doit parvenir à *Communauto* avant le deuxième (2<sup>e</sup>) jour du mois, pour un effet à la date du prélèvement suivant. C'est à l'Abonné qu'incombe la responsabilité de prendre les dispositions nécessaires pour qu'il n'y ait pas d'interruption dans le règlement de ses mensualités.

## 8. DURÉE DU CONTRAT

- 8.1** À moins que le Contrat ne soit résilié ou suspendu pour l'un ou l'autre des motifs mentionnés à l'article 9, sa durée minimale est de douze (12) mois consécutifs; après cette période, l'abonnement se renouvelle automatiquement, de mois en mois, à moins que l'Abonné n'y mette fin conformément à l'article 9.1.

## 9. RÉSILIATION OU SUSPENSION DE L'ABONNEMENT

- 9.1** Après la période initiale de douze (12) mois ou avant, dans l'éventualité d'une augmentation du prix de la Mensualité de *Communauto*, un Abonné peut résilier son abonnement pour toute raison ou le suspendre sans pénalité pour l'une ou l'autre des raisons spécifiées à l'article 9.2. L'Abonné doit alors aviser *Communauto* par écrit de son intention. L'avis transmis par l'Abonné devra parvenir à *Communauto* avant le

deuxième (2<sup>e</sup>) jour du mois précédant le début du mois de résiliation.

- 9.2** Nonobstant l'article 10.1, avant l'expiration de la durée minimale de douze (12) mois prévue à l'article 8.1, *Communauto* peut suspendre ou résilier un abonnement sans pénalité dans les cas suivants :
- 9.2.1** un déménagement, ou un changement de lieu de l'exercice de l'occupation principale de l'Abonné qui rend les déplacements, par le service de transport en commun de la Société de transport, impossible ou extrêmement difficile;
- 9.2.2** un congé sans traitement ou de maladie de plus de vingt (20) jours ouvrables;
- 9.2.3** un congé de maternité, un congé parental ou un départ à la retraite;
- 9.2.4** un congédiement, une démission ou une fin de contrat de travail.
- 9.3** Lorsqu'un Abonné obtient une autorisation pour une suspension dans le cadre de l'article 9.2, le droit à l'utilisation des véhicules de *Communauto* est également suspendu pour la même période; celui-ci doit réactiver son abonnement au plus tard le douzième (12<sup>e</sup>) mois qui suit celui de la suspension. À défaut de réactiver son abonnement, la durée minimale d'abonnement de douze (12) mois prévue à l'article 8.1 se remet à courir à partir de ce moment avec toutes les obligations qui s'y rattachent.
- 9.4** Le Contrat peut être résilié par *Communauto* moyennant un préavis écrit de trois (3) mois si l'entente liant *Communauto* à la Société de transport est interrompue.
- 9.5** Le Contrat est automatiquement et immédiatement résilié, sans préavis, en cas de décès de l'Abonné.
- 9.6** Sous réserve de tous ses autres droits et recours, *Communauto* peut, en tout temps, sans préavis ni mise en demeure, sur simple avis, suspendre ou résilier le Contrat si l'Abonné fait défaut de payer toute somme due en vertu du Contrat ou du Règlement de *Communauto*.
- 9.7** Sous réserve de tous ses autres droits et recours, *Communauto* peut, en tout temps, sans préavis ni mise en demeure, sur simple avis, résilier le Contrat si l'Abonné ne respecte pas l'une ou l'autre des conditions et modalités prévues dans ledit Contrat ou le Règlement ou, par ses agissements, son état de santé ou son dossier de conducteur, va à l'encontre des intérêts de *Communauto*;
- 9.8** En cas de résiliation, l'Abonné s'engage à remettre immédiatement à *Communauto* la carte d'Abonné, la clé des coffrets de *Communauto*, tout véhicule et tout autre objet qu'il pourrait détenir en regard du Contrat ou du Règlement de *Communauto*. De plus, l'Abonné s'engage à acquitter les honoraires d'avocat, tous les frais de cour et autres démarches légales nécessaires à *Communauto* pour récupérer toute somme due, toute clé des coffrets, tout véhicule ou tout autre objet que pourrait détenir l'Abonné en regard du Contrat ou du Règlement de *Communauto*.
- 9.9** Sauf dans l'éventualité prévue à l'article 9.4, la terminaison du Contrat, pour l'un ou l'autre des autres motifs énumérés au présent article 9, met automatiquement et immédiatement fin au forfait de l'Abonné, sans préavis ni mise en demeure. *Communauto* se réserve le droit de refuser tout nouvel abonnement à un client dont l'abonnement a été résilié de plein droit.

## 10. PÉNALITÉS

- 10.1** En cas de non-respect par l'Abonné de la durée minimale du



Contrat que ce soit par défaut de paiement, expulsion ou toute autre raison, une pénalité de 50 \$ est facturée à l'Abonné.

- 10.2** Sous réserve de tous ses autres droits et recours prévus au Contrat et au Règlement, *Communauto* se réserve le droit d'imposer à l'Abonné, en cas de non respect par l'Abonné de l'une ou l'autre des dispositions du Contrat ou du Règlement de *Communauto*, d'autres pénalités dont les modalités d'application et les montants sont stipulés dans le Règlement de *Communauto*.

#### 11. LIMITE DE RESPONSABILITÉ DE COMMUNAUTO

- 11.1** *Communauto* ne peut être tenue responsable d'aucune perte ou dommage relativement aux biens se trouvant dans ou sur un véhicule.
- 11.2** *Communauto* ne peut être tenue responsable d'aucun dommage direct ou indirect, découlant de la réservation, de la non-disponibilité, de la fourniture, de l'opération ou de l'utilisation d'un véhicule.
- 11.3** *Communauto* ne peut être tenue responsable d'aucun dommage direct ou indirect ou de blessures, découlant de l'utilisation d'un accessoire de véhicule fourni par *Communauto* ou l'un de ses fournisseurs (support à bagage, support à vélo, siège pour bébé, etc.). L'Abonné est responsable de l'installation sécuritaire de ces accessoires et d'en vérifier l'état avant chaque utilisation.
- 11.4** *Communauto* ne peut être tenue responsable d'aucun dommage direct ou indirect, découlant l'engagement de l'abonné envers la Société de transport par le biais de son inscription au Programme Fidélité que ceux-ci soient liés à des circonstances exceptionnelles telles que, par exemple, une grève de la Société de transport, ou pour toute autre raison.

#### 12. DISPOSITIONS FINALES

- 12.1 Propriété** – *Communauto* est et demeure propriétaire de la carte d'abonné, de la clé des coffrets et de tout autre objet qu'elle confie à l'Abonné pendant l'application du Contrat.
- 12.2 Ordinateurs de bord** – Pour fin de contrôle et de sécurité, les véhicules de *Communauto* sont équipés d'ordinateurs de bord incluant un système antidémarrage et un système de localisation relié au réseau mondial de radio repérage (GPS). Ce dispositif permet notamment à *Communauto* de localiser ses véhicules à tout moment (en temps réel ou en temps différé) et ce, partout en Amérique du Nord. L'Abonné reconnaît, par la présente, avoir été informé de ce fait et qu'il l'accepte.
- 12.3 Modifications** – Sous réserve de certaines dispositions particulières du présent Contrat le permettant, les parties reconnaissent qu'aucune modification ne peut être apportée au Contrat d'abonnement à moins qu'elle n'ait été convenue entre les parties et attestée par écrit. Par ailleurs, *Communauto* se réserve le droit de modifier, de temps à autre, lorsqu'elle le juge utile ou nécessaire, sans préavis, les annexes au présent Contrat d'abonnement ainsi que le Règlement de *Communauto*.
- 12.4 Cession** – Les droits conférés par le Contrat et le Règlement ne sont pas cessibles ou transférables à un tiers, en tout ou en partie.
- 12.5 Délais** – Tous les délais indiqués dans le Contrat sont de rigueur à moins d'indication contraire dans le texte. Si le Contrat indique une date précise du calendrier et que cette date est un samedi ou un jour non juridique, c'est-à-dire les dimanches et les jours de fête identifiés à l'article 6 du Code

de procédure civile du Québec, l'échéance devient alors le vendredi précédant le samedi ou le dernier jour juridique précédant la date indiquée, selon le cas.

- 12.6 Tolérance** – Aucune omission par *Communauto* d'exercer tout pouvoir qui lui est accordé par le présent Contrat ou par le Règlement de *Communauto*, d'insister sur l'observation stricte par l'Abonné de toute obligation ou condition stipulée dans le Contrat ou dans le Règlement de *Communauto*, ni aucune coutume ou pratique entre les parties s'écarter des dispositions du Contrat ou du Règlement de *Communauto*, ne peut constituer une renonciation au droit de *Communauto* d'exiger la stricte observance du Contrat et du Règlement de *Communauto* et de toutes les conditions qui y sont mentionnées. L'acquiescement par *Communauto* à tout défaut de l'Abonné n'affecte ni ne modifie les droits de *Communauto* relativement à tout défaut subséquent, qu'il soit de même nature ou de nature différente, ni aucun délai, aucune renonciation, aucune tolérance ou admission par *Communauto* d'exercer tout pouvoir ou droit résultant de tout bris ou défaut par l'Abonné de quelque terme, disposition ou condition stipulé dans le Contrat ou le Règlement de *Communauto* n'affecte ni ne modifie les droits de *Communauto*, ni ne constitue une renonciation par *Communauto* à tout droit résultant du Contrat ou du Règlement de *Communauto*, ni au droit de dénoncer tout bris ou défaut subséquent. L'acceptation par *Communauto* de paiements qui lui sont dus en vertu du Contrat ou du Règlement de *Communauto* ne doit pas être réputée comme une renonciation à invoquer tout défaut de l'Abonné à toute disposition ou condition du Contrat ou du Règlement de *Communauto*.
- 12.7 Invalidité partielle** – Chaque disposition du Contrat et du Règlement de *Communauto* forme un tout distinct de sorte que toute décision d'un tribunal selon laquelle l'une quelconque des dispositions de cesdits documents est déclarée nulle, invalide ou non exécutoire, n'affecte aucunement la validité des autres dispositions ou leur caractère ou force exécutoire.
- 12.8 Genre et nombre** – Dans la mesure où le contexte le requiert, le genre masculin employé aux présentes comprend le féminin et vice-versa et le singulier comprend le pluriel et vice-versa et dans ces cas, le reste de la phrase ou des phrases dont il s'agit doit être interprété comme si les changements grammaticaux et de terminologie requis y avaient conséquemment été apportés.
- 12.9 Explications et compréhension** – L'Abonné déclare à *Communauto* qu'il a reçu toutes les explications raisonnablement requises sur la teneur du Contrat et du Règlement de *Communauto* actuellement en vigueur, qu'il a pris toutes les mesures raisonnables et prudentes afin de s'assurer qu'il a bien compris tous et chacun de ses engagements et de ses obligations.
- 12.10 Lois applicables** – Le Contrat et le Règlement de *Communauto* sont régis par les lois en vigueur et applicables dans la province de Québec et doivent être interprétés conformément à celles-ci.

#### ANNEXES

Les annexes suivantes font partie intégrante du Contrat :

- Annexe 1 :** Tarification et inscription à un forfait  
[www.communauto.com/abonnes/Annexe1\\_TarifInscrip.pdf](http://www.communauto.com/abonnes/Annexe1_TarifInscrip.pdf)
- Annexe 2 :** Enregistrement des clés  
[www.communauto.com/abonnes/Annexe2\\_EnregDeClefs.pdf](http://www.communauto.com/abonnes/Annexe2_EnregDeClefs.pdf)
- Annexe 3 :** Sélection de la franchise en cas d'accident responsable  
[www.communauto.com/abonnes/Annexe3\\_franchise.pdf](http://www.communauto.com/abonnes/Annexe3_franchise.pdf)



CONTRAT D'ABONNEMENT COMBINÉ COMMUNAUTO / STO · 4

**IDENTIFICATION DE L'ABONNÉ**

PRÉNOM : \_\_\_\_\_ NOM : \_\_\_\_\_ N° D'ABONNÉ : \_\_\_\_\_

N° DE VOTRE CARTE À PUCE DU PROGRAMME FIDÉLITÉ : \_\_\_\_\_

ADRESSE : \_\_\_\_\_ INTERSECTION : \_\_\_\_\_

VILLE : \_\_\_\_\_ CODE POSTAL : \_\_\_\_\_

TÉL. RÉSIDENCE : (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_ AUTRE TÉL. (spécifier) \_\_\_\_\_ : (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_

EMPLOI / PROFESSION : \_\_\_\_\_ EMPLOYEUR : \_\_\_\_\_ TÉL : (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_

CONTACT EN CAS D'ACCIDENT : \_\_\_\_\_ TÉL : (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_

# PERMIS DE CONDUIRE : \_\_\_\_\_ STATIONS DE VÉHICULES : \_\_\_\_\_

COURRIEL : \_\_\_\_\_

	Nombre de Titres de transport mensuels achetés au cours des 12 derniers mois :	<input type="text"/>	Abonné au Programme Fidélité depuis :	<input type="text"/>	<input type="text"/>
				MOIS	ANNÉE

**TITRE DE TRANSPORT CHOISI PAR L'ABONNÉ** facturé directement à l'Abonné par la Société de transport
 Régulier  Express  Interzone  Aîné + Mensualité de *Communauto* : 8 \$ + 0,48 \$ + 0,64 \$ = **9,12 \$**

Confirmer le montant du paiement mensuel initial : \_\_\_\_\_ \$

Mois du premier titre de transport  
inclus dans le cadre de cette Offre :(cocher le mois prochain si l'Abonné s'inscrit avant  
le 15<sup>e</sup> jour du mois, le suivant s'il s'inscrit ensuite)
 JAN  FÉV  MAR  AVR  MAI  JUN  JUL  AOU  SEP  OCT  NOV  DÉC
**AUTORISATION DE PAIEMENT PAR PRÉLÈVEMENT BANCAIRE**Je, soussigné(e), autorise, par la présente, *Communauto* ou son représentant à débiter mon compte bancaire pour la somme correspondant au montant du paiement mensuel initial. Je sais que ce tarif est celui présentement en vigueur et que celui-ci peut être sujet à une hausse de tarif conformément aux modalités prévues à l'article 5.3.

Date du premier prélèvement : \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_

(Les Mensualités de *Communauto* devant être payées à l'avance, inscrire le 7 du mois correspondant au mois du premier Titre de transport facturé à l'Abonné dans le cadre de cette Offre)\_\_\_\_\_  
SIGNATURE DE L'ABONNÉ\_\_\_\_\_  
SIGNATURE DU CODÉTENTEUR DANS LE CAS OÙ LE COMPTE BANCAIRE  
REQUIERT 2 SIGNATURES

(En absence du codétenteur, joindre à la présente le « Formulaire d'autorisation de paiement par prélèvement bancaire » dûment complété et signé, accompagné d'une photocopie d'une pièce d'identité portant la signature du codétenteur)

**DÉCLARATION**

Je déclare que j'ai pris connaissance des modalités du présent Contrat, notamment celles concernant sa durée minimum (12 mois), son renouvellement et sa résiliation et que je les accepte.

EN FOI DE QUOI, les parties ont signé à \_\_\_\_\_, ce \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
ABONNÉ\_\_\_\_\_  
POUR COMMUNAUTO



## Contrat d'abonnement combiné (non-membre) Communauto / STL / AMT

Formulaire mis à jour le 13 novembre 2006



### ENTRE

**L'Abonné** PRÉNOM : \_\_\_\_\_ NOM : \_\_\_\_\_ N° D'ABONNÉ : \_\_\_\_\_

ADRESSE : \_\_\_\_\_

VILLE : \_\_\_\_\_ CODE POSTAL : \_\_\_\_\_ **ci-après appelé(e) l'« Abonné »**

### ET

**Communauto inc.,**

compagnie légalement constituée ayant son siège social au 1117, rue Sainte-Catherine Ouest,  
bur. 806, Montréal (Québec) H3B 1H9 · COURRIEL : [serviceclientele@communauto.com](mailto:serviceclientele@communauto.com)

**ci-après appelée « Communauto »**

### 1. DÉFINITIONS

Dans le Contrat, les mots suivants désignent :

- a) **Abonné** : la personne inscrite comme Abonné dans le cadre de la présente offre d'abonnement combiné.
- b) **Contrat** : le présent contrat d'abonnement et ses annexes.
- c) **Règlement de Communauto** : l'ensemble des règles de fonctionnement contenues dans le « Règlement d'utilisation des véhicules » de Communauto et ses annexes, ainsi que toute autre directive émise de temps à autre par Communauto pour assurer le bon fonctionnement du service.
- d) **Société de transport** : la Société de transport de Laval.
- e) **Règlement de la Société de transport** : l'ensemble des règles de fonctionnement de la Société de transport, notamment le Règlement CA-8 intitulé « Règlement concernant les conditions au regard de la possession et de l'utilisation de tout titre de transport émis sous l'autorité de la Société de transport de Laval » ainsi que toute autre directive émise de temps à autre par la Société de transport pour assurer le bon fonctionnement du service.
- f) **Règlement de l'AMT** : l'ensemble des règles de fonctionnement de l'Agence métropolitaine de transport (AMT), notamment le Règlement numéro 6.7 intitulé « Règlement relatif aux titres de transport métropolitain » ainsi que toute autre directive émise de temps à autre par l'AMT pour assurer le bon fonctionnement du service.
- g) **Titre de transport ou Titres de transport** : les titres de transport de type abonnement à tarif ordinaire, intermédiaire ou réduit émis par la Société de transport de Laval, soit la carte d'autobus Laval (CAL), ou émis par l'Agence métropolitaine de transport, soit la TRAM zone 3.

3.1.3 être âgé d'au moins 21 ans et détenir un permis de conduire de classe 5 minimum, valide ou détenir un permis de conduire de classe 5 minimum, valide, depuis au moins quatre (4) ans.

3.2 La satisfaction par l'Abonné aux critères d'admissibilité mentionnés à l'article 3.1 ne confère pas automatiquement le droit à l'Abonné d'être un abonné de Communauto. L'adhésion de l'Abonné est sujette à l'approbation de sa candidature par Communauto suite à l'examen complet de son dossier à la lumière de l'ensemble des critères d'admissibilité prévus au Règlement de Communauto.

3.3 Après la durée minimale du Contrat prévue à l'article 8.1, Communauto se réserve le droit de modifier les présents critères et d'exiger d'autres critères d'admissibilité en transmettant à l'Abonné un avis écrit mentionnant les critères modifiés ou ajoutés à ceux ci-avant énumérés. Si l'Abonné ne satisfait pas aux nouveaux critères d'admissibilité ou s'il refuse de s'y conformer, le Contrat sera automatiquement et immédiatement résilié, sans autre préavis ni mise en demeure.

### 4. DÉLAI D'INSCRIPTION

4.1 Le Contrat doit être signé par les parties et reçu par Communauto avant le dixième (10<sup>e</sup>) jour du mois précédant le mois visé pour l'envoi du premier Titre de transport. Toute nouvelle demande d'abonnement reçue après cette date sera reportée au mois suivant le mois visé par la demande relativement à l'envoi des Titres de transport. L'Abonné peut néanmoins utiliser les véhicules de Communauto dans l'intervalle.

### 5. PRIX DE L'ABONNEMENT

5.1 Le prix de l'abonnement aux Titres de transport visé aux présentes est égal à 100 % du tarif ordinaire, intermédiaire ou réduit, selon le cas, de douze (12) Titres de transport mensuels consécutifs, conformément au tarif applicable pour ce Titre, pour chaque mois. En tout temps, pendant la durée des présentes, la Société de transport ou l'AMT se réservent le droit de modifier leurs tarifs de même que leurs catégories d'usagers.

5.2 Le prix de l'abonnement aux Titres de transport inclut le prix de l'abonnement à Communauto ainsi que le coût du forfait « C » de Communauto aux conditions prévues à l'Annexe 1. Pour profiter des privilèges accordés par un autre forfait, l'Abonné doit s'y inscrire en acquittant le tarif s'y rapportant.

### 2. OBJET DU CONTRAT

2.1 Le présent Contrat constitue un abonnement annuel combiné aux Titres de transport et au service de voitures libre-service de Communauto (ci après appelé l'« Offre »).

### 3. ADMISSIBILITÉ

3.1 Pour être admissible à l'Offre, l'Abonné doit satisfaire et se conformer à tous les critères mentionnés ci-dessous :

- 3.1.1 être une personne physique;
- 3.1.2 résider à Laval;



## 6. MODALITÉS DE PAIEMENT

- 6.1** L'Abonné consent à ce que le coût de chaque Titre de transport mensuel qui lui est acheminé par *Communauto*, à l'exception du premier, soit prélevé à l'avance sur son compte par *Communauto*, à chaque mois.
- 6.2** La facturation des autres frais, notamment l'utilisation des véhicules et des pénalités en cas d'infraction prévues au Règlement de *Communauto* est faite mensuellement. Le montant facturé doit être acquitté entièrement sur réception de la facture.

## 7. OBLIGATIONS DE L'ABONNÉ

- 7.1** Au moment de l'inscription, l'Abonné accepte de :
- 7.1.1** fournir à *Communauto* une copie originale récente (maximum 3 mois) de son dossier de conducteur à la Société de l'assurance automobile du Québec et de son dossier au Fichier central des sinistres automobiles du Québec;
- 7.1.2** fournir une photocopie de son permis de conduire;
- 7.1.3** fournir deux (2) photos récentes de format passeport;
- 7.1.4** si l'Abonné est admissible au tarif intermédiaire ou au tarif réduit, fournir une photocopie de sa carte d'accès valablement émise par une autorité habilitée à cette fin afin qu'il puisse bénéficier du tarif intermédiaire ou réduit, selon le cas;
- 7.1.5** verser un dépôt pour la clé des coffrets de sécurité que *Communauto* lui confie pendant l'application du Contrat, de même que le montant couvrant le prix du premier Titre de transport visé par ledit Contrat;
- 7.1.6** signer une autorisation de prélèvement bancaire automatique dûment complétée accompagnée d'un spécimen de chèque portant la mention « annulé ».
- 7.2** Pendant la durée du Contrat, l'Abonné s'engage à :
- 7.2.1** s'assurer d'avoir en tout temps dans ledit compte bancaire la somme nécessaire pour couvrir le montant du paiement pré-autorisé correspondant au Titre de transport choisi;
- 7.2.2** signaler tout changement d'établissement bancaire à *Communauto*. L'Abonné doit, pour ce faire, adresser à *Communauto* une nouvelle autorisation de prélèvement automatique dûment complétée et signée, accompagnée d'un chèque annulé. Cette nouvelle autorisation doit parvenir à *Communauto* avant le deuxième (2<sup>e</sup>) jour du mois, pour un effet à la date du prélèvement suivant. C'est à l'Abonné qu'incombe la responsabilité de prendre les dispositions nécessaires pour qu'il n'y ait pas d'interruption dans le règlement de ses mensualités.

## 8. DURÉE DU CONTRAT

- 8.1** À moins que le Contrat ne soit résilié ou suspendu pour l'un ou l'autre des motifs mentionnés à l'article 9.2, sa durée minimale est de douze (12) mois consécutifs; après cette période, l'abonnement se renouvelle automatiquement, de mois en mois, à moins que l'Abonné n'y mette fin conformément à l'article 9.1.

## 9. RÉSILIATION OU SUSPENSION DE L'ABONNEMENT

- 9.1** Après la période initiale de douze (12) mois, un Abonné peut résilier son abonnement pour toute raison ou le suspendre sans pénalité pour l'une ou l'autre des raisons spécifiées à

l'article 9.2. L'Abonné doit alors aviser *Communauto* par écrit de son intention de mettre fin à son abonnement. L'avis transmis par l'Abonné devra parvenir à *Communauto* avant le deuxième (2<sup>e</sup>) jour du mois précédant le début du mois de résiliation.

- 9.2** Nonobstant l'article 10.1, avant l'expiration de la durée minimale de douze (12) mois prévue à l'article 8.1, *Communauto* peut suspendre ou résilier un abonnement sans pénalité dans les cas suivants :

- 9.2.1** un déménagement, ou un changement du lieu de l'exercice de l'occupation principale de l'Abonné qui rend les déplacements, par le service de transport en commun de la Société de transport, impossible ou extrêmement difficile;
- 9.2.2** un congé sans traitement ou de maladie de plus de vingt (20) jours ouvrables;
- 9.2.3** un congé de maternité, un congé parental ou un départ à la retraite;
- 9.2.4** un congédiement, une démission ou une fin de contrat de travail.

- 9.3** Lorsqu'un Abonné obtient une autorisation pour une suspension dans le cadre de l'article 9.2, le droit à l'utilisation des véhicules de *Communauto* est également suspendu pour la même période; celui-ci doit réactiver son abonnement au plus tard le douzième (12<sup>e</sup>) mois qui suit celui de la suspension. À défaut de réactiver son abonnement, la durée minimale d'abonnement de douze (12) mois prévue à l'article 8.1 se remet à courir à partir de ce moment avec toutes les obligations qui s'y rattachent.

- 9.4** Le Contrat est automatiquement résilié si *Communauto* cesse d'être un consignataire de la Société de transport pour les Titres de transport.

- 9.5** Le Contrat est automatiquement et immédiatement résilié, sans préavis, en cas de décès de l'Abonné.

- 9.6** Sous réserve de tous ses autres droits et recours, *Communauto* peut, en tout temps, sans préavis ni mise en demeure, sur simple avis, suspendre ou résilier le Contrat si l'Abonné fait défaut de payer toute somme due en vertu du Contrat ou du Règlement de *Communauto*.

- 9.7** Sous réserve de tous ses autres droits et recours, *Communauto* peut, en tout temps, sans préavis ni mise en demeure, sur simple avis, résilier le Contrat si l'Abonné ne respecte pas l'une ou l'autre des conditions et modalités prévues dans ledit Contrat, le Règlement de *Communauto* ou le Règlement de la Société de transport ou le Règlement de l'AMT ou, par ses agissements, son état de santé ou son dossier de conducteur, va à l'encontre des intérêts de *Communauto* ou de la Société de transport.

- 9.8** En cas de résiliation, l'Abonné s'engage à remettre immédiatement à *Communauto* la carte d'Abonné, la clé des coffrets de *Communauto*, tout véhicule et tout autre objet qu'il pourrait détenir en regard du Contrat ou du Règlement de *Communauto*. De plus, l'Abonné s'engage à acquitter les honoraires d'avocat, tous les frais de cour et autres démarches légales nécessaires à *Communauto* pour récupérer toute somme due, toute clé des coffrets, tout véhicule ou tout autre objet que pourrait détenir l'Abonné en regard du Contrat ou du Règlement de *Communauto*.

- 9.9** La terminaison du Contrat, pour l'un ou l'autre des motifs énumérés au présent article 9, met automatiquement et immédiatement fin au forfait de l'Abonné, sans préavis ni mise en demeure. *Communauto* se réserve le droit de refuser tout nouvel abonnement à un client dont l'abonnement a été résilié de plein droit.



## 10. PÉNALITÉS

- 10.1** En cas de non-respect par l'Abonné de la durée minimale du Contrat que ce soit par défaut de paiement, expulsion ou toute autre raison, une pénalité de 50 \$ est facturée à l'Abonné.
- 10.2** Sous réserve de tous ses autres droits et recours prévus au Contrat et au Règlement, *Communauto* se réserve le droit d'imposer à l'Abonné, en cas de non respect par l'Abonné de l'une ou l'autre des dispositions du Contrat ou du Règlement de *Communauto*, d'autres pénalités dont les modalités d'application et les montants sont stipulés dans le Règlement de *Communauto*.

## 11. LIMITE DE RESPONSABILITÉ DE COMMUNAUTO

- 11.1** *Communauto* ne peut être tenue responsable d'aucune perte ou dommage relativement aux biens se trouvant dans ou sur un véhicule.
- 11.2** *Communauto* ne peut être tenue responsable d'aucun dommage direct ou indirect, découlant de la réservation, de la non-disponibilité, de la fourniture, de l'opération ou de l'utilisation d'un véhicule.
- 11.3** *Communauto* ne peut être tenue responsable d'aucun dommage direct ou indirect ou de blessures, découlant de l'utilisation d'un accessoire de véhicule fourni par *Communauto* ou l'un de ses fournisseurs (support à bagage, support à vélo, siège pour bébé, etc.). L'Abonné est responsable de l'installation sécuritaire de ces accessoires et d'en vérifier l'état avant chaque utilisation.
- 11.4** *Communauto* ne peut être tenue responsable d'aucun dommage direct ou indirect, découlant des délais postaux ou du courrier perdu ou volé ou de l'impossibilité d'acheminer un titre de transport à l'Abonné lors de circonstances exceptionnelles telles que, par exemple, une grève des Postes, ou pour toute autre raison.

## 12. DISPOSITIONS FINALES

- 12.1 Propriété** – *Communauto* est et demeure propriétaire de la carte d'abonné, de la clé des coffrets et de tout autre objet qu'elle confie à l'Abonné pendant l'application du Contrat.
- 12.2 Ordinateurs de bord** – Pour fin de contrôle et de sécurité, les véhicules de *Communauto* sont équipés d'ordinateurs de bord incluant un système antidémarrage et un système de localisation relié au réseau mondial de radio repérage (GPS). Ce dispositif permet notamment à *Communauto* de localiser ses véhicules à tout moment (en temps réel ou en temps différé) et ce, partout en Amérique du Nord. L'Abonné reconnaît, par la présente, avoir été informé de ce fait et qu'il l'accepte.
- 12.3 Modifications** – Sous réserve de certaines dispositions particulières du présent Contrat permettant, les parties reconnaissent qu'aucune modification ne peut être apportée au Contrat d'abonnement à moins qu'elle n'ait été convenue entre les parties et attestée par écrit. Par ailleurs, *Communauto* se réserve le droit de modifier, de temps à autre, lorsqu'elle le juge utile ou nécessaire, sans préavis, les annexes au présent Contrat d'abonnement ainsi que le Règlement de *Communauto*.
- 12.4 Cession** – Les droits conférés par le Contrat et le Règlement ne sont pas cessibles ou transférables à un tiers, en tout ou en partie.
- 12.5 Délais** – Tous les délais indiqués dans le Contrat sont de rigueur à moins d'indication contraire dans le texte. Si le Contrat indique une date précise du calendrier et que cette

date est un samedi ou un jour non juridique, c'est-à-dire les dimanches et les jours de fête identifiés à l'article 6 du Code de procédure civile du Québec, l'échéance devient alors le vendredi précédant le samedi ou le dernier jour juridique précédant la date indiquée, selon le cas.

- 12.6 Tolérance** – Aucune omission par *Communauto* d'exercer tout pouvoir qui lui est accordé par le présent Contrat ou par le Règlement de *Communauto*, d'insister sur l'observation stricte par l'Abonné de toute obligation ou condition stipulée dans le Contrat ou dans le Règlement de *Communauto*, ni aucune coutume ou pratique entre les parties s'écartant des dispositions du Contrat ou du Règlement de *Communauto*, ne peut constituer une renonciation au droit de *Communauto* d'exiger la stricte observance du Contrat et du Règlement de *Communauto* et de toutes les conditions qui y sont mentionnées. L'acquiescement par *Communauto* à tout défaut de l'Abonné n'affecte ni ne modifie les droits de *Communauto* relativement à tout défaut subséquent, qu'il soit de même nature ou de nature différente, ni aucun délai, aucune renonciation, aucune tolérance ou admission par *Communauto* d'exercer tout pouvoir ou droit résultant de tout bris ou défaut par l'Abonné de quelque terme, disposition ou condition stipulé dans le Contrat ou le Règlement de *Communauto* n'affecte ni ne modifie les droits de *Communauto*, ni ne constitue une renonciation par *Communauto* à tout droit résultant du Contrat ou du Règlement de *Communauto*, ni au droit de dénoncer tout bris ou défaut subséquent. L'acceptation par *Communauto* de paiements qui lui sont dus en vertu du Contrat ou du Règlement de *Communauto* ne doit pas être réputée comme une renonciation à invoquer tout défaut de l'Abonné à toute disposition ou condition du Contrat ou du Règlement de *Communauto*.
- 12.7 Invalidité partielle** – Chaque disposition du Contrat et du Règlement de *Communauto* forme un tout distinct de sorte que toute décision d'un tribunal selon laquelle l'une quelconque des dispositions de cesdits documents est déclarée nulle, invalide ou non exécutoire, n'affecte aucunement la validité des autres dispositions ou leur caractère ou force exécutoire.
- 12.8 Genre et nombre** – Dans la mesure où le contexte le requiert, le genre masculin employé aux présentes comprend le féminin et vice-versa et le singulier comprend le pluriel et vice-versa et dans ces cas, le reste de la phrase ou des phrases dont il s'agit doit être interprété comme si les changements grammaticaux et de terminologie requis y avaient conséquemment été apportés.
- 12.9 Explications et compréhension** – L'Abonné déclare à *Communauto* qu'il a reçu toutes les explications raisonnablement requises sur la teneur du Contrat et du Règlement de *Communauto* actuellement en vigueur, qu'il a pris toutes les mesures raisonnables et prudentes afin de s'assurer qu'il a bien compris tous et chacun de ses engagements et de ses obligations.
- 12.10 Lois applicables** – Le Contrat et le Règlement de *Communauto* sont régis par les lois en vigueur et applicables dans la province de Québec et doivent être interprétés conformément à celles-ci.

**ANNEXES** Les annexes suivantes font partie intégrante du Contrat :

**Annexe 1 :** Tarification et inscription à un forfait  
[www.communauto.com/abonnes/Annexe1\\_TarifInscrip.pdf](http://www.communauto.com/abonnes/Annexe1_TarifInscrip.pdf)

**Annexe 2 :** Enregistrement des clés  
[www.communauto.com/abonnes/Annexe2\\_EnregDeClefs.pdf](http://www.communauto.com/abonnes/Annexe2_EnregDeClefs.pdf)

**Annexe 3 :** Sélection de la franchise en cas d'accident responsable  
[www.communauto.com/abonnes/Annexe3\\_franchise.pdf](http://www.communauto.com/abonnes/Annexe3_franchise.pdf)



CONTRAT D'ABONNEMENT COMBINÉ COMMUNAUTO / STL / AMT · 4

**IDENTIFICATION DE L'ABONNÉ**

PRÉNOM : \_\_\_\_\_ NOM : \_\_\_\_\_ N° D'ABONNÉ : \_\_\_\_\_

ADRESSE : \_\_\_\_\_ INTERSECTION : \_\_\_\_\_

VILLE : \_\_\_\_\_ CODE POSTAL : \_\_\_\_\_

TÉL. RÉSIDENCE : ( \_\_\_\_\_ ) \_\_\_\_\_ AUTRE TÉL. (spécifier) \_\_\_\_\_ : ( \_\_\_\_\_ ) \_\_\_\_\_

EMPLOI / PROFESSION : \_\_\_\_\_ EMPLOYEUR : \_\_\_\_\_ TÉL : ( \_\_\_\_\_ ) \_\_\_\_\_

CONTACT EN CAS D'ACCIDENT : \_\_\_\_\_ TÉL : ( \_\_\_\_\_ ) \_\_\_\_\_

# PERMIS DE CONDUIRE : \_\_\_\_\_ STATIONS DE VÉHICULES : \_\_\_\_\_

COURRIEL : \_\_\_\_\_



Nombre de Titres de transport mensuels achetés au cours des 12 derniers mois :

**TITRE DE TRANSPORT CHOISI PAR L'ABONNÉ**

- CAL ordinaire  TRAM3 ordinaire
- CAL à tarif intermédiaire (étudiant)  TRAM3 à tarif intermédiaire (étudiant)
- CAL à tarif réduit (65 ans et plus)  TRAM3 à tarif réduit (65 ans et plus)

Confirmer le montant du paiement mensuel initial : \_\_\_\_\_ \$

Mois du premier titre de transport à envoyer à l'Abonné :  JAN  FÉV  MAR  AVR  MAI  JUN  JUL  AOÛ  SEP  OCT  NOV  DÉC

(cocher le mois prochain si l'Abonné s'inscrit avant le 10<sup>e</sup> jour du mois, le suivant s'il s'inscrit ensuite)

Est-ce que l'utilisateur est déjà inscrit au programme de la TRAM postale?  Non  Oui

(si oui, lui demander d'appeler avant le 10 du mois au (514) 287-TRAM (8726) pour l'annuler.)

**AUTORISATION DE PAIEMENT PAR PRÉLÈVEMENT BANCAIRE**

Je, soussigné(e), autorise, par la présente, *Communauto* ou son représentant à débiter mon compte bancaire pour la somme correspondant au prix du Titre de transport indiqué. Je sais que ce tarif est celui présentement en vigueur et que celui-ci peut être sujet à une hausse de tarif générale adoptée par la Société de transport de Laval ou l'AMT, selon le cas, et ce, sans mon autorisation préalable.

Date du premier prélèvement : \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_

(Les Titres devant être payés à l'avance, inscrire le 7 du mois correspondant au mois de l'envoi du premier Titre de transport)

SIGNATURE DE L'ABONNÉ

SIGNATURE DU CODÉTENTEUR DANS LE CAS OÙ LE COMPTE BANCAIRE REQUIERT 2 SIGNATURES

(En absence du codétenteur, joindre à la présente le « Formulaire d'autorisation de paiement par prélèvement bancaire » dûment complété et signé, accompagné d'une photocopie d'une pièce d'identité portant la signature du codétenteur)**DÉCLARATION**

Je déclare que j'ai pris connaissance des modalités du présent Contrat, notamment celles concernant sa durée minimum (12 mois), son renouvellement et sa résiliation et que je les accepte.

EN FOI DE QUOI, les parties ont signé à \_\_\_\_\_, ce \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_

ABONNÉ

POUR COMMUNAUTO



## Contrat d'abonnement combiné (non-membre) Communauto / RTC / ST Lévis

Formulaire mis à jour le 13 novembre 2006



### ENTRE

**L'Abonné** PRÉNOM : \_\_\_\_\_ NOM : \_\_\_\_\_ N° D'ABONNÉ : \_\_\_\_\_

ADRESSE : \_\_\_\_\_

VILLE : \_\_\_\_\_ CODE POSTAL : \_\_\_\_\_ **ci-après appelé(e) l'«Abonné»**

### ET

**Communauto inc.,**

compagnie légalement constituée ayant son siège social au 1117, rue Sainte-Catherine Ouest,  
bur. 806, Montréal (Québec) H3B 1H9 · COURRIEL : [serviceclientele@communauto.com](mailto:serviceclientele@communauto.com)

**ci-après appelée «Communauto»**

### 1. DÉFINITIONS

Dans le Contrat, les mots suivants désignent :

- a) Abonné :** la personne inscrite comme Abonné dans le cadre de la présente offre d'abonnement combiné.
- b) Mensualité de Communauto :** le montant mensuel exigé par Communauto pour donner à l'Abonné accès à son service.
- c) Contrat :** le présent contrat d'abonnement et ses annexes.
- d) Règlement de Communauto :** l'ensemble des règles de fonctionnement contenues dans le «Règlement d'utilisation des véhicules» de Communauto et ses annexes, ainsi que toute autre directive émise de temps à autre par Communauto pour assurer le bon fonctionnement du service.
- e) Société de transport :** selon le cas, le Réseau de transport de la Capitale (RTC) et/ou la Société de transport de Lévis (ST Lévis).
- f) L'abonne BUS :** le programme d'abonnement annuel de la Société de transport.
- g) Titre de transport ou Titres de transport :** les titres de transport émis par la Société de transport dans le cadre de l'abonne BUS.
- h) Formulaire d'inscription à L'abonne BUS :** le formulaire d'inscription à L'abonne BUS destiné aux usagers de Communauto.

### 2. OBJET DU CONTRAT

- 2.1** Le présent Contrat constitue un abonnement annuel combiné à L'abonne BUS et au service de voitures libre-service de Communauto (ci après appelé l'«Offre»).

### 3. ADMISSIBILITÉ

- 3.1** Pour être admissible à l'Offre, l'Abonné doit satisfaire et se conformer à tous les critères mentionnés ci-dessous :
  - 3.1.1** être une personne physique;
  - 3.1.2** s'inscrire simultanément à L'abonne BUS par l'intermédiaire de Communauto;
  - 3.1.3** être âgé d'au moins 21 ans et détenir un permis de conduire de classe 5 minimum, valide ou détenir un permis de conduire de classe 5 minimum, valide, depuis au moins quatre (4) ans;
- 3.2** La satisfaction par l'Abonné aux critères d'admissibilité mentionnés à l'article 3.1 ne confère pas automatiquement le

droit à l'Abonné d'être un abonné de Communauto. L'adhésion de l'Abonné est soumise à l'approbation de sa candidature par Communauto suite à l'examen complet de son dossier à la lumière de l'ensemble des critères d'admissibilité prévus au Règlement de Communauto.

- 3.3** Après la durée minimale du Contrat prévue à l'article 8.1, Communauto se réserve le droit de modifier les présents critères et d'exiger d'autres critères d'admissibilité en transmettant à l'Abonné un avis écrit mentionnant les critères modifiés ou ajoutés à ceux ci-avant énumérés. Si l'Abonné ne satisfait pas aux nouveaux critères d'admissibilité ou s'il refuse de s'y conformer, le Contrat sera automatiquement et immédiatement résilié, sans autre préavis ni mise en demeure.

### 4. DÉLAI D'INSCRIPTION

- 4.1** Le Contrat doit être signé par les parties et reçu par Communauto avant le troisième (3<sup>e</sup>) jour du mois précédant le mois visé pour l'envoi du premier Titre de transport. Toute nouvelle demande d'abonnement reçue après cette date sera reportée au mois suivant le mois visé par la demande relativement à l'envoi des Titres de transport. L'Abonné peut néanmoins utiliser les véhicules de Communauto dans l'intervalle.

### 5. PRIX DE L'ABONNEMENT

- 5.1** Le prix de l'abonnement aux Titres de transport souscrits par l'Abonné dans le cadre de L'abonne BUS est payable à Communauto selon les conditions prévues dans le Formulaire d'inscription à L'abonne BUS joint au Contrat.
- 5.2** Le prix de la Mensualité de Communauto payable par l'Abonné dans le cadre de l'Offre est de 8 \$ par mois (taxes en sus). Ce montant inclut le prix de l'abonnement à Communauto ainsi que le coût du forfait « C » aux conditions prévues à l'Annexe 1. Pour profiter des privilèges accordés par un autre forfait, l'Abonné doit s'y inscrire en acquittant le tarif s'y rapportant.
- 5.3** En tout temps, pendant la durée des présentes, Communauto se réserve le droit de modifier le prix de la Mensualité de Communauto en transmettant à l'Abonné un préavis écrit de 3 mois. Si l'Abonné refuse de se conformer à la nouvelle politique de Communauto à cet effet, l'Abonné pourra invoquer ce motif pour résilier le Contrat avant échéance selon les modalités prévues à l'article 9.1.

### 6. MODALITÉS DE PAIEMENT

- 6.1** L'Abonné consent à ce que le coût de chaque Titre de



transport mensuel qui lui est acheminé par *Communauto* ainsi que la Mensualité de *Communauto*, à l'exception du premier versement, soit prélevé à l'avance sur son compte par *Communauto*, à chaque mois.

- 6.2** La facturation des autres frais, notamment l'utilisation des véhicules et des pénalités en cas d'infraction prévues au Règlement de *Communauto* est faite mensuellement. Le montant facturé doit être acquitté entièrement sur réception de la facture.

### 7. OBLIGATIONS DE L'ABONNÉ

- 7.1** Au moment de l'inscription, l'Abonné accepte de :
- 7.1.1** fournir à *Communauto* une copie originale récente (maximum 3 mois) de son dossier de conducteur à la Société de l'assurance automobile du Québec et de son dossier au Fichier central des sinistres automobiles du Québec;
  - 7.1.2** fournir une photocopie de son permis de conduire;
  - 7.1.3** fournir deux (2) photos récentes de format passeport;
  - 7.1.4** compléter le Formulaire d'inscription à *L'abonne BUS*;
  - 7.1.5** verser un dépôt pour la clé des coffrets de sécurité que *Communauto* lui confie pendant l'application du Contrat, de même que le montant couvrant le prix de la première Mensualité de *Communauto* et du(des) premier(s) Titre(s) de transport souscrit(s) par l'Abonné;
  - 7.1.6** signer une autorisation de prélèvement bancaire automatique dûment complétée accompagnée d'un spécimen de chèque portant la mention « annulé ».
- 7.2** Pendant la durée du Contrat, l'Abonné s'engage à :
- 7.2.1** s'assurer d'avoir en tout temps dans ledit compte bancaire la somme nécessaire pour couvrir le montant du paiement pré-autorisé correspondant au prix du(des) Titre(s) de transport souscrit(s) par l'Abonné, au prix de la Mensualité de *Communauto* ainsi que les taxes applicables;
  - 7.2.2** signaler tout changement d'établissement bancaire à *Communauto*. L'Abonné doit, pour ce faire, adresser à *Communauto* une nouvelle autorisation de prélèvement automatique dûment complétée et signée, accompagnée d'un chèque annulé. Cette nouvelle autorisation doit parvenir à *Communauto* avant le deuxième (2<sup>e</sup>) jour du mois, pour un effet à la date du prélèvement suivant. C'est à l'Abonné qu'incombe la responsabilité de prendre les dispositions nécessaires pour qu'il n'y ait pas d'interruption dans le règlement de ses mensualités.

### 8. DURÉE DU CONTRAT

- 8.1** À moins que le Contrat ne soit résilié ou suspendu pour l'un ou l'autre des motifs mentionnés à l'article 9, sa durée minimale est de douze (12) mois consécutifs; après cette période, l'abonnement se renouvelle automatiquement, de mois en mois, à moins que l'Abonné n'y mette fin conformément à l'article 9.1.

### 9. RÉSILIATION OU SUSPENSION DE L'ABONNEMENT

- 9.1** Après la période initiale de douze (12) mois ou avant, dans l'éventualité d'une augmentation du prix de la Mensualité de *Communauto*, un Abonné peut résilier son abonnement pour toute raison ou le suspendre sans pénalité pour l'une ou l'autre des raisons spécifiées à l'article 9.2. L'Abonné doit alors aviser *Communauto* par écrit de son intention. L'avis transmis par

l'Abonné devra parvenir à *Communauto* avant le troisième (3<sup>e</sup>) jour du mois précédant le début du mois de résiliation.

- 9.2** Nonobstant l'article 10.1, avant l'expiration de la durée minimale de douze (12) mois prévue à l'article 8.1, *Communauto* peut suspendre ou résilier un abonnement sans pénalité dans les cas suivants :
- 9.2.1** un déménagement, ou un changement de lieu de l'exercice de l'occupation principale de l'Abonné qui rend les déplacements, par le service de transport en commun de la Société de transport, impossible ou extrêmement difficile;
  - 9.2.2** un congé sans traitement ou de maladie de plus de vingt (20) jours ouvrables;
  - 9.2.3** un congé de maternité, un congé parental ou un départ à la retraite;
  - 9.2.4** un congédiement, une démission ou une fin de contrat de travail.
- 9.3** Lorsqu'un Abonné obtient une autorisation pour une suspension dans le cadre de l'article 9.2, le droit à l'utilisation des véhicules de *Communauto* est également suspendu pour la même période; celui-ci doit réactiver son abonnement au plus tard le douzième (12<sup>e</sup>) mois qui suit celui de la suspension. À défaut de réactiver son abonnement, la durée minimale d'abonnement de douze (12) mois prévue à l'article 8.1 se remet à courir à partir de ce moment avec toutes les obligations qui s'y rattachent.
- 9.4** Le Contrat peut être résilié par *Communauto* moyennant un préavis écrit de trois (3) mois si l'entente liant *Communauto* à la Société de transport est interrompue.
- 9.5** Le Contrat est automatiquement et immédiatement résilié, sans préavis, en cas de décès de l'Abonné.
- 9.6** Sous réserve de tous ses autres droits et recours, *Communauto* peut, en tout temps, sans préavis ni mise en demeure, sur simple avis, suspendre ou résilier le Contrat si l'Abonné fait défaut de payer toute somme due en vertu du Contrat ou du Règlement de *Communauto*.
- 9.7** Sous réserve de tous ses autres droits et recours, *Communauto* peut, en tout temps, sans préavis ni mise en demeure, sur simple avis, résilier le Contrat si l'Abonné ne respecte pas l'une ou l'autre des conditions et modalités prévues dans ledit Contrat ou le Règlement ou, par ses agissements, son état de santé ou son dossier de conducteur, va à l'encontre des intérêts de *Communauto*;
- 9.8** En cas de résiliation, l'Abonné s'engage à remettre immédiatement à *Communauto* la carte d'Abonné, la clé des coffrets de *Communauto*, tout véhicule et tout autre objet qu'il pourrait détenir en regard du Contrat ou du Règlement de *Communauto*. De plus, l'Abonné s'engage à acquitter les honoraires d'avocat, tous les frais de cour et autres démarches légales nécessaires à *Communauto* pour récupérer toute somme due, toute clé des coffrets, tout véhicule ou tout autre objet que pourrait détenir l'Abonné en regard du Contrat ou du Règlement de *Communauto*.
- 9.9** Sauf dans l'éventualité prévue à l'article 9.4, la terminaison du Contrat, pour l'un ou l'autre des autres motifs énumérés au présent article 9, met automatiquement et immédiatement fin au forfait de l'Abonné, sans préavis ni mise en demeure. *Communauto* se réserve le droit de refuser tout nouvel abonnement à un client dont l'abonnement a été résilié de plein droit.

### 10. PÉNALITÉS

- 10.1** En cas de non-respect par l'Abonné de la durée minimale du



Contrat que ce soit par défaut de paiement, expulsion ou toute autre raison, une pénalité de 50 \$ est facturée à l'Abonné.

- 10.2** Sous réserve de tous ses autres droits et recours prévus au Contrat et au Règlement, *Communauto* se réserve le droit d'imposer à l'Abonné, en cas de non respect par l'Abonné de l'une ou l'autre des dispositions du Contrat ou du Règlement de *Communauto*, d'autres pénalités dont les modalités d'application et les montants sont stipulés dans le Règlement de *Communauto*.

#### 11. LIMITE DE RESPONSABILITÉ DE COMMUNAUTO

- 11.1** *Communauto* ne peut être tenue responsable d'aucune perte ou dommage relativement aux biens se trouvant dans ou sur un véhicule.
- 11.2** *Communauto* ne peut être tenue responsable d'aucun dommage direct ou indirect, découlant de la réservation, de la non-disponibilité, de la fourniture, de l'opération ou de l'utilisation d'un véhicule.
- 11.3** *Communauto* ne peut être tenue responsable d'aucun dommage direct ou indirect ou de blessures, découlant de l'utilisation d'un accessoire de véhicule fourni par *Communauto* ou l'un de ses fournisseurs (support à bagage, support à vélo, siège pour bébé, etc.). L'Abonné est responsable de l'installation sécuritaire de ces accessoires et d'en vérifier l'état avant chaque utilisation.
- 11.4** *Communauto* ne peut être tenue responsable d'aucun dommage direct ou indirect, découlant l'engagement de l'abonné envers la Société de transport par le biais de son inscription à *L'abonne BUS* que ceux-ci soient liés à des circonstances exceptionnelles telles que, par exemple, une grève de la Société de transport, ou pour toute autre raison.

#### 12. DISPOSITIONS FINALES

- 12.1 Propriété** – *Communauto* est et demeure propriétaire de la carte d'abonné, de la clé des coffrets et de tout autre objet qu'elle confie à l'Abonné pendant l'application du Contrat.
- 12.2 Ordinateurs de bord** – Pour fin de contrôle et de sécurité, les véhicules de *Communauto* sont équipés d'ordinateurs de bord incluant un système antidémarrage et un système de localisation relié au réseau mondial de radio repérage (GPS). Ce dispositif permet notamment à *Communauto* de localiser ses véhicules à tout moment (en temps réel ou en temps différé) et ce, partout en Amérique du Nord. L'Abonné reconnaît, par la présente, avoir été informé de ce fait et qu'il l'accepte.
- 12.3 Modifications** – Sous réserve de certaines dispositions particulières du présent Contrat le permettant, les parties reconnaissent qu'aucune modification ne peut être apportée au Contrat d'abonnement à moins qu'elle n'ait été convenue entre les parties et attestée par écrit. Par ailleurs, *Communauto* se réserve le droit de modifier, de temps à autre, lorsqu'elle le juge utile ou nécessaire, sans préavis, les annexes au présent Contrat d'abonnement ainsi que le Règlement de *Communauto* de même que le Formulaire d'inscription à *L'abonne BUS*.
- 12.4 Cession** – Les droits conférés par le Contrat et le Règlement ne sont pas cessibles ou transférables à un tiers, en tout ou en partie.
- 12.5 Délais** – Tous les délais indiqués dans le Contrat sont de rigueur à moins d'indication contraire dans le texte. Si le Contrat indique une date précise du calendrier et que cette date est un samedi ou un jour non juridique, c'est-à-dire les dimanches et les jours de fête identifiés à l'article 6 du Code

de procédure civile du Québec, l'échéance devient alors le vendredi précédant le samedi ou le dernier jour juridique précédant la date indiquée, selon le cas.

- 12.6 Tolérance** – Aucune omission par *Communauto* d'exercer tout pouvoir qui lui est accordé par le présent Contrat ou par le Règlement de *Communauto*, d'insister sur l'observation stricte par l'Abonné de toute obligation ou condition stipulée dans le Contrat ou dans le Règlement de *Communauto*, ni aucune coutume ou pratique entre les parties s'écarter des dispositions du Contrat ou du Règlement de *Communauto*, ne peut constituer une renonciation au droit de *Communauto* d'exiger la stricte observance du Contrat et du Règlement de *Communauto* et de toutes les conditions qui y sont mentionnées. L'acquiescement par *Communauto* à tout défaut de l'Abonné n'affecte ni ne modifie les droits de *Communauto* relativement à tout défaut subséquent, qu'il soit de même nature ou de nature différente, ni aucun délai, aucune renonciation, aucune tolérance ou admission par *Communauto* d'exercer tout pouvoir ou droit résultant de tout bris ou défaut par l'Abonné de quelque terme, disposition ou condition stipulé dans le Contrat ou le Règlement de *Communauto* n'affecte ni ne modifie les droits de *Communauto*, ni ne constitue une renonciation par *Communauto* à tout droit résultant du Contrat ou du Règlement de *Communauto*, ni au droit de dénoncer tout bris ou défaut subséquent. L'acceptation par *Communauto* de paiements qui lui sont dus en vertu du Contrat ou du Règlement de *Communauto* ne doit pas être réputée comme une renonciation à invoquer tout défaut de l'Abonné à toute disposition ou condition du Contrat ou du Règlement de *Communauto*.
- 12.7 Invalidité partielle** – Chaque disposition du Contrat et du Règlement de *Communauto* forme un tout distinct de sorte que toute décision d'un tribunal selon laquelle l'une quelconque des dispositions de cesdits documents est déclarée nulle, invalide ou non exécutoire, n'affecte aucunement la validité des autres dispositions ou leur caractère ou force exécutoire.
- 12.8 Genre et nombre** – Dans la mesure où le contexte le requiert, le genre masculin employé aux présentes comprend le féminin et vice-versa et le singulier comprend le pluriel et vice-versa et dans ces cas, le reste de la phrase ou des phrases dont il s'agit doit être interprété comme si les changements grammaticaux et de terminologie requis y avaient conséquemment été apportés.
- 12.9 Explications et compréhension** – L'Abonné déclare à *Communauto* qu'il a reçu toutes les explications raisonnablement requises sur la teneur du Contrat et du Règlement de *Communauto* actuellement en vigueur, qu'il a pris toutes les mesures raisonnables et prudentes afin de s'assurer qu'il a bien compris tous et chacun de ses engagements et de ses obligations.
- 12.10 Lois applicables** – Le Contrat et le Règlement de *Communauto* sont régis par les lois en vigueur et applicables dans la province de Québec et doivent être interprétés conformément à celles-ci.

#### ANNEXES

Les annexes suivantes font partie intégrante du Contrat :

- Annexe 1 :** Tarification et inscription à un forfait  
[www.communauto.com/abonnes/Annexe1\\_TarifInscrip.pdf](http://www.communauto.com/abonnes/Annexe1_TarifInscrip.pdf)
- Annexe 2 :** Enregistrement des clés  
[www.communauto.com/abonnes/Annexe2\\_EnregDeClefs.pdf](http://www.communauto.com/abonnes/Annexe2_EnregDeClefs.pdf)
- Annexe 3 :** Sélection de la franchise en cas d'accident responsable  
[www.communauto.com/abonnes/Annexe3\\_franchise.pdf](http://www.communauto.com/abonnes/Annexe3_franchise.pdf)



CONTRAT D'ABONNEMENT COMBINÉ COMMUNAUTO / RTC / ST LÉVIS · 4

**IDENTIFICATION DE L'ABONNÉ**

PRÉNOM : \_\_\_\_\_ NOM : \_\_\_\_\_ N° D'ABONNÉ : \_\_\_\_\_

ADRESSE : \_\_\_\_\_ INTERSECTION : \_\_\_\_\_

VILLE : \_\_\_\_\_ CODE POSTAL : \_\_\_\_\_

TÉL. RÉSIDENCE : ( \_\_\_\_\_ ) \_\_\_\_\_ AUTRE TÉL. (spécifier) \_\_\_\_\_ : ( \_\_\_\_\_ ) \_\_\_\_\_

EMPLOI / PROFESSION : \_\_\_\_\_ EMPLOYEUR : \_\_\_\_\_ TÉL : ( \_\_\_\_\_ ) \_\_\_\_\_

CONTACT EN CAS D'ACCIDENT : \_\_\_\_\_ TÉL : ( \_\_\_\_\_ ) \_\_\_\_\_

# PERMIS DE CONDUIRE : \_\_\_\_\_ STATIONS DE VÉHICULES : \_\_\_\_\_

COURRIEL : \_\_\_\_\_

**MONTANT DU PAIEMENT INITIAL**

Coût du(des) titre(s) de transport souscrit(s) par l'Abonné : \_\_\_\_\_ \$

Mensualité de *Communauto* : 8 \$ + 0,48 \$ + 0,64 \$ = **9,12 \$**

GRAND TOTAL : \_\_\_\_\_ \$

Mois du premier titre de transport inclus dans le cadre de cette Offre :  
(cocher le mois prochain si l'Abonné s'inscrit avant le 3<sup>e</sup> jour du mois, le suivant s'il s'inscrit ensuite)

JAN  FÉV  MAR  AVR  MAI  JUN  JUL  AOU  SEP  OCT  NOV  DÉC

Est-ce que l'utilisateur est déjà inscrit au programme de *L'abonne BUS*?  Non  Oui  
(si oui, lui demander de prévenir son employeur avant le 3<sup>e</sup> du mois pour l'annuler).

**AUTORISATION DE PAIEMENT PAR PRÉLÈVEMENT BANCAIRE**

Je, soussigné(e), autorise, par la présente, *Communauto* ou son représentant à débiter mon compte bancaire pour la somme correspondant au montant du paiement mensuel initial. Je sais que ce tarif est celui présentement en vigueur et que celui-ci peut être sujet à une hausse de tarif conformément aux modalités prévues à l'article 5.3 ou à une révision des tarifs de la Société de transport.

Date du premier prélèvement : \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_

(Les Mensualités de *Communauto* devant être payées à l'avance, inscrire le 7<sup>e</sup> du mois correspondant au mois du premier Titre de transport facturé à l'Abonné dans le cadre de cette Offre)

\_\_\_\_\_  
SIGNATURE DE L'ABONNÉ

\_\_\_\_\_  
SIGNATURE DU CODÉTENTEUR DANS LE CAS OÙ LE COMPTE BANCAIRE REQUIERT 2 SIGNATURES

(En absence du codétenteur, joindre à la présente le « Formulaire d'autorisation de paiement par prélèvement bancaire » dûment complété et signé, accompagné d'une photocopie d'une pièce d'identité portant la signature du codétenteur)

**DÉCLARATION**

Je déclare que j'ai pris connaissance des modalités du présent Contrat, notamment celles concernant sa durée minimum (12 mois), son renouvellement et sa résiliation et que je les accepte.

EN FOI DE QUOI, les parties ont signé à \_\_\_\_\_, ce \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
ABONNÉ

\_\_\_\_\_  
POUR COMMUNAUTO



Formulaire d'inscription à L'abonne BUS (Québec et Lévis)

### Choix de l'utilisateur (vous)

Territoire de desserte:  RTC  ST LÉVIS  MÉTROPOLITAIN

Type de laissez-passer désiré:  GÉNÉRAL/RÉGULIER  AÎNÉ  ÉTUDIANT/ÉTUDIANTE\*  PRIVILEGE

Nombre de laissez-passer achetés au cours des 12 derniers mois: \_\_\_\_\_

### Identification des membres de votre famille

1. Prénom: \_\_\_\_\_ Nom: \_\_\_\_\_

Lien de parenté avec vous: \_\_\_\_\_

Territoire de desserte:  RTC  ST LÉVIS  MÉTROPOLITAIN

Type de laissez-passer désiré:  GÉNÉRAL/RÉGULIER  AÎNÉ  ÉTUDIANT/ÉTUDIANTE\*  PRIVILEGE

Nombre de laissez-passer achetés au cours des 12 derniers mois: \_\_\_\_\_

2. Prénom: \_\_\_\_\_ Nom: \_\_\_\_\_

Lien de parenté avec vous: \_\_\_\_\_

Territoire de desserte:  RTC  ST LÉVIS  MÉTROPOLITAIN

Type de laissez-passer désiré:  GÉNÉRAL/RÉGULIER  AÎNÉ  ÉTUDIANT/ÉTUDIANTE\*  PRIVILEGE

Nombre de laissez-passer achetés au cours des 12 derniers mois: \_\_\_\_\_

3. Prénom: \_\_\_\_\_ Nom: \_\_\_\_\_

Lien de parenté avec vous: \_\_\_\_\_

Territoire de desserte:  RTC  ST LÉVIS  MÉTROPOLITAIN

Type de laissez-passer désiré:  GÉNÉRAL/RÉGULIER  AÎNÉ  ÉTUDIANT/ÉTUDIANTE\*  PRIVILEGE

Nombre de laissez-passer achetés au cours des 12 derniers mois: \_\_\_\_\_

À L'USAGE DE COMMUNAUTO

VLS-TP  Membre  Reçu le \_\_\_\_\_ Début le \_\_\_\_\_ Initiales \_\_\_\_\_

**L'abonne BUS**

L'abonnement annuel au transport en commun, une proposition avantageuse!

- ◆ Économie de 10% sur le prix régulier des laissez-passer mensuels
- ◆ Toute votre famille est éligible (conjoint, parents, enfants)
- ◆ Laissez-passer livrés directement à votre domicile par la poste
- ◆ Paiement simplifié avec facturation sur votre compte mensuel de Communauto
- ◆ Obtenez une information régulière sur le service d'autobus et les promotions

Programme d'abonnement au transport en commun

Une initiative conjointe de

### Modalités de l'entente

**1. OBJET**

1.1 La présente entente a pour objet d'établir les modalités d'application de l'offre d'abonnement au service de transport en commun du RTC et de la Société de transport de Lévis (ST Lévis) faite aux usagers de Communauto et aux membres de leur famille immédiate.

**2. DÉFINITIONS**

2.1 « Usager de Communauto » : une personne physique éligible ou inscrite à titre d'abonné membre chez Communauto, ou comme co-abonné. Les conducteurs autorisés associés à un compte corporatif ne sont pas éligibles à cette offre.

2.2 « Abonné » : un Usager de Communauto abonné au service du RTC ou de la ST Lévis ou un Membre de sa famille immédiate abonné à l'un ou l'autre de ces services.

2.3 « Membre de la famille immédiate » : les Membres de la famille immédiate incluent le conjoint, les parents et les enfants de l'Usager de Communauto abonné au service du RTC ou de la ST Lévis et ce, même si ceux-ci habitent à des adresses différentes.

**3. DURÉE, CONDITIONS ET PRIX DE L'ABONNEMENT**

3.1 Chaque abonnement, soit celui de l'Abonné ainsi que ceux des Membres de sa famille immédiate, a une durée minimale de douze (12) mois

3.2 Un Usager de Communauto doit nécessairement être lui-même abonné au service du RTC ou de la ST Lévis pour que les Membres de sa famille immédiate puissent bénéficier des privilèges prévus à la présente entente.

3.3 Le tarif de l'abonnement visé aux présentes est égal à 90% du tarif de douze (12) laissez-passer mensuels, conformément au tarif applicable pour chaque mois, pour une catégorie d'utilisateurs donnée. Pour fins de calcul, ce tarif est calculé à chaque mois sur la base de la valeur nominale en vigueur du laissez-passer visé. En tout temps, pendant la durée des présentes, le RTC et la ST Lévis se réservent le droit de modifier leurs tarifs.

**4. RENOUVELLEMENT**

4.1 Après sa durée initiale de douze (12) mois, l'abonnement se renouvelle automatiquement, de mois en mois, à moins que l'Abonné n'y mette fin conformément à l'article 5.1.

**5. RÉSILIATION OU SUSPENSION DE L'ABONNEMENT**

5.1 Après la période initiale de douze (12) mois, un Abonné peut résilier son abonnement pour toute raison ou le suspendre

pour l'une ou l'autre des raisons spécifiées à l'article 5.2. L'Abonné doit alors aviser Communauto de son intention de mettre fin à son propre abonnement ou à l'abonnement d'un ou des Membres de sa famille immédiate. L'avis transmis par l'Abonné devra parvenir à Communauto avant le troisième (3<sup>e</sup>) jour du mois précédant le début du mois de résiliation.

5.2 Avant l'expiration de la durée minimale de douze (12) mois prévue à l'article 3.1, Communauto est autorisé par le RTC et la ST Lévis à accepter de suspendre ou de résilier un abonnement dans les cas suivants:

- un déménagement, ou un changement de lieu de l'exercice de l'occupation principale de l'Abonné qui rend les déplacements, par le service de transport en commun, impossible ou extrêmement difficile;
- un congé sans traitement ou de maladie de plus de vingt (20) jours ouvrables;
- un congé parental ou un départ à la retraite;
- un congédiement, une démission ou une fin de contrat de travail.

5.3 Un Usager de Communauto ou un Membre de sa famille immédiate pour lequel une suspension a été autorisée dans le cadre de l'article 5.2, doit réactiver son abonnement au plus tard le deuxième (2<sup>e</sup>) mois qui suit celui de la suspension. Dans ce cas, la durée minimale d'abonnement prévue à l'article 3.1 continue de courir pendant la suspension.

5.4 L'abonnement d'un Abonné ou des Membres de sa famille immédiate est résilié automatiquement si le RTC ou la ST Lévis met fin à la présente entente pour quelque raison que ce soit.

5.5 Dès que l'abonnement d'un Usager de Communauto est résilié ou suspendu, l'Abonnement du ou des Membres de sa famille immédiate est automatiquement résilié ou suspendu de la même manière; dans ce dernier cas, avec les mêmes conséquences que celles prévues à l'article 5.3.

**6. LIMITES DE RESPONSABILITÉ DE COMMUNAUTO**

6.1 Communauto ne peut être tenue responsable d'aucun dommage direct ou indirect, découlant des délais postaux ou du courrier perdu ou volé ou de l'impossibilité d'achever un titre de transport à l'Abonné lors de circonstances exceptionnelles telles que, par exemple, une grève des Postes, ou pour toute autre raison.

### Formulaire d'inscription

LAISSEZ-PASSER MENSUEL DU RTC						
TYPE D'ABONNEMENT	TARIF RÉGULIER	TARIF DE LAIENNEMENT	QUANTITÉ REQUISE	COUT MENSUEL	ÉCONOMIE ANNUELLE	
Général	66,35 \$	59,72 \$	x	-	118,02 \$	
Aîné*	30,60 \$	27,54 \$	x	-	36,72 \$	
Étudiant/Étudiante*	44,55 \$	40,10 \$	x	-	53,46 \$	

LAISSEZ-PASSER MENSUEL MÉTROPOLITAIN						
TYPE D'ABONNEMENT	TARIF RÉGULIER	TARIF DE LAIENNEMENT	QUANTITÉ REQUISE	COUT MENSUEL	ÉCONOMIE ANNUELLE	
Général	98,35 \$	88,52 \$	x	-	118,02 \$	
Aîné*	61,80 \$	55,62 \$	x	-	74,16 \$	
Étudiant/Étudiante*/Privilège*	76,70 \$	70,83 \$	x	-	94,44 \$	

LAISSEZ-PASSER MENSUEL DE LA SOCIÉTÉ DE TRANSPORT DE LÉVIS						
TYPE D'ABONNEMENT	TARIF RÉGULIER	TARIF DE LAIENNEMENT	QUANTITÉ REQUISE	COUT MENSUEL	ÉCONOMIE ANNUELLE	
Régulier	64,00 \$	57,60 \$	x	-	76,80 \$	
Privilège/Aîné*	46,50 \$	41,85 \$	x	-	55,80 \$	

\*Aîné: 65 ans et +; Étudiant: 19 ans et +; Privilège: 23 ans et +.

TOTAL FACTURÉ CHAQUE MOIS (réservé à l'administration): \_\_\_\_\_ \$

**DÉCLARATION**

Je déclare que j'ai pris connaissance des modalités de la présente entente, notamment celles concernant sa durée minimum (12 mois), son renouvellement et sa résiliation et que je l'accepte. Je consens à ce que le coût mensuel de mon abonnement ainsi que celui du ou des membres de ma famille immédiate, identifiés au verso, me soient facturés par Communauto.

DATE: \_\_\_\_\_ NO D'USAGER: \_\_\_\_\_

PRÉNOM: \_\_\_\_\_ NOM: \_\_\_\_\_

CODE POSTAL: \_\_\_\_\_ SIGNATURE: \_\_\_\_\_

Votre formulaire d'inscription doit nous parvenir au plus tard le 3<sup>e</sup> jour du mois précédant le mois visé pour l'envoi du premier laissez-passer. Toute nouvelle demande d'abonnement reçue après cette date sera reportée au mois suivant le mois visé par la demande. Une fois complété et signé, retourner le formulaire à: Communauto inc., C.P. 54004, Québec (QC) G1N 4T7







---

## Annexe F

### AUTRES ÉTUDES

- Tableau F.1  
Impact de l'autopartage sur la possession automobile
- Tableau F.2  
Variation du kilométrage annuel parcouru par les membres d'autopartage, avant et après leur adhésion :  
comparaison des résultats à des études européennes et américaines



**Tableau F.1**  
Impact de l'autopartage sur la possession automobile

Études classées par ordre chronologique de publication	% des répondants qui...		Membres par véhicule d'autopartage	Véhicules privés remplacés par un véhicule d'autopartage*
	se sont départis d'un véhicule	ont renoncé à l'achat d'un véhicule		
<b>ÉTUDES EUROPÉENNES</b>				
Suisse, 1990	26 %			
Brême, 1993	42 %	16 %		
Allemagne, 1994	23 %	32 %		
Munich, 1996	19 %	34 %		
Pays-Bas, 1997	44 %			
Pays-Bas, 1997	17 %	5 %		
Allemagne, 2000	21 %	11 %		
Danemark, 2000	7 %	26 - 35 %	14	1,0
Édinbourg, 2001	32 %		16	5,1
Brême, 2002	9 %	26 %		
Dresde, 2002	10 %	21 %	35	3,5
Munich, 2003	12 %	35 %		
Brême, 2005	34 %	17 %	19	6,5
Belgique, 2005	21 %	14 %	18	3,8
<b>MOYENNE EUROPÉENNE</b>	<b>22 %</b>	<b>22 %</b>	<b>20</b>	<b>4</b>
<b>ÉTUDES NORD-AMÉRICAINES</b>				
San Francisco, 1986	12 %	43 %	11	1,4
Montréal, 2000	21 %	61 %	17	3,5
Québec, 2000	29 %	56 %	17	4,7
Portland, OR, 1999	26 %	53 %	13	3,5
Portland, OR, 2000	23 %	25 %		
Boston et Washington, DC, 2001	15 %	35 %	20	3,0
Seattle, 2001	6 %			
Vancouver, BC, 2001	28 %	57 %	18	5,0
San Francisco, 2002	20 %	63 %	25	5,0
Washington, DC, 2002		42 %	53	
San Francisco, 2004	24 %	4 %	25	6,0
Seattle, 2004	15 %	40 %		
Toronto, pas de date	15 %	25 %	22	3,3
Québec, 2004	32 %	77 %	20	6,4
Philadelphie, 2005	21 %	44 %	23	7,4
<b>MOYENNE NORD-AMÉRICAINNE</b>	<b>20 %</b>	<b>41 %</b>	<b>24</b>	<b>5</b>
<b>MOYENNE GÉNÉRALE</b>	<b>21 %</b>	<b>34 %</b>	<b>23</b>	<b>4,5</b>

\* Excluant l'impact de ceux qui renoncent à l'achat d'un véhicule

Source : *Car-Sharing as a parking management strategy*, 2006 Annual Meeting of the Transportation Research Board, Nov. 2005



**Tableau F.2**  
**Variation du kilométrage annuel parcouru par les membres d'autopartage,**  
**avant et après leur adhésion — comparaison des résultats à des études européennes et américaines**

	km annuel		différence km	%	Réduction CO <sub>2</sub>	Note
	AVANT	APRÈS				
<b>ÉTUDES EUROPÉENNES</b>						
Autriche, 1996	16 140	6 170	- 9 970	- 62 %		
	1 330	2 890	1 560	118 %		
Pays-Bas, 1996				- 37 %		ceux qui possédaient une auto
				- 29 %		ceux qui n'avaient pas d'auto
Suisse, 1998	9 250	2 590	- 6 660	- 72 %		
Brême, Allemagne, 2002	5 030	3 410	- 1 620	- 32 %		
Grande-Bretagne, 2004			- 1 800	- 26 %		ceux qui possédaient une auto
			760			ceux qui n'avaient pas d'auto
Brême, Allemagne, 2005			- 3 080	- 45 %	- 54 %	
Belgique, 2005			- 2 980	- 28 %	- 39 %	
<b>ÉTUDES AMÉRICAINES</b>						
Portland, OR, 2000	8 590	7 020	- 1 570	- 18 %		ceux qui possédaient une auto
	25	2 070	2 045			ceux qui n'avaient pas d'auto
Arlington, VA, 2005			- 5 200			
TRB, 2004	16 650	6 160	- 10 490	- 63 %		Total
			- 12 000	- 76 %		ceux qui possédaient une auto
			4 000	26 %		ceux qui n'avaient pas d'auto

Source: TCRP Report 108, Car-Sharing : Where and How It Succeeds, Transportation Research Board, 2005, p. 4-21





## Annexe G

---

### CALCUL DES TAUX DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ DES MEMBRES DE COMMUNAUTO

- à Montréal
- à Québec



Tableau G.1

## Calcul des taux de pénétration du marché des membres de Communauto

à Montréal :

	Nombre de ménages potentiels - MONTRÉAL					Potentiel total	Ménages total	Proportion
	Actifs scolarisés	0 auto-actifs scolarisés	1 auto scolarisés	0 auto peu scolarisés	1 auto peu scolarisés			
	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5			
Zone 1	18 125	17 507	30 052	18 545	15 570	99 800	108 760	92%
Zone 2	17 472	35 279	56 569	48 256	52 716	210 292	239 835	88%
Zone 3	13 267	34 675	103 160	62 088	125 596	338 786	449 975	75%
Zone 4	11 895	8 746	112 371	25 382	138 934	297 328	617 200	48%
<b>Total</b>	<b>60 759</b>	<b>96 208</b>	<b>302 151</b>	<b>154 271</b>	<b>332 817</b>	<b>946 206</b>	<b>1 415 770</b>	<b>67%</b>

## Ménages Communauto - Montréal - Sondage 2004 extrapolé selon les membres de février 2006

	G1	G2	G3	G4	G5	Total
	Actifs scolarisés	0 auto-actifs scolarisés	1 auto scolarisés	0 auto peu scolarisés	1 auto peu scolarisés	
Zone 1	1 107	1 567	705	90	33	3 502
Zone 2	497	1 181	611	53	45	2 387
Zone 3	95	355	198	32	8	687
Zone 4	24	101	43	12	12	191
<b>Total</b>	<b>1 723</b>	<b>3 204</b>	<b>1 556</b>	<b>186</b>	<b>98</b>	<b>6 767</b>

## Proportion Ménages Communauto / Ménages potentiels - Montréal

	G1	G2	G3	G4	G5	Total	% ménage total
	Actifs scolarisés	0 auto-actifs scolarisés	1 auto scolarisés	0 auto peu scolarisés	1 auto peu scolarisés		
Zone 1	6,1%	9,0%	2,3%	0,5%	0,2%	3,5%	3,2%
Zone 2	2,8%	3,3%	1,1%	0,1%	0,1%	1,1%	1,0%
Zone 3	0,7%	1,0%	0,2%	0,1%	0,0%	0,2%	0,2%
Zone 4	0,2%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
<b>Total</b>	<b>2,8%</b>	<b>3,3%</b>	<b>0,5%</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,5%</b>



à Québec :

Nombre de ménages potentiels- QUÉBEC								
	Actifs scolarisés	0 a ubo - actifs scolarisés	1 auto scolarisés	0 a ubo peu scolarisés	1 a ubo peu scolarisés			
	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5	Potentiel total	Ménages total	Proportion
Zone 1	6 792	1 134	10 414	5 439	6 841	30 620	34 700	88%
Zone 2	2 825	1 621	9 769	6 461	12 845	33 521	41 300	81%
Zone 3 (EOD)	2 550	1 090	20 521	4 087	21 623	49 872	82 300	61%
Zone 4 (EOD)	1 406	180	15 566	1 639	18 680	37 471	79 875	47%
<b>Total (EOD)</b>	<b>13 573</b>	<b>4 025</b>	<b>56 270</b>	<b>17 627</b>	<b>59 989</b>	<b>151 484</b>	<b>238 175</b>	<b>64%</b>

Ménages Communauto - Québec - Sondage 2004 extrapolé selon les membres de février 2006

	G1	G2	G3	G4	G5	Total
	Actifs scolarisés	0 a ubo - actifs scolarisés	1 auto scolarisés	0 a ubo peu scolarisés	1 a ubo peu scolarisés	
Zone 1	542	335	155	53	59	1 144
Zone 2	92	223	49	19	0	383
Zone 3 (EOD)	52	38	25	8	8	131
Zone 4 (EOD)	0	58	0	0	0	58
<b>Total</b>	<b>686</b>	<b>653</b>	<b>229</b>	<b>80</b>	<b>67</b>	<b>1 716</b>

1 sondage seulement de la zone 4

Proportion Ménages Communauto / Ménages potentiels - Québec

	G1	G2	G3	G4	G5	Total	% ménage total	
	Actifs scolarisés	0 a ubo - actifs scolarisés	1 auto scolarisés	0 a ubo peu scolarisés	1 a ubo peu scolarisés			
Zone 1	8,0%	29,5%	1,5%	1,0%	0,9%	3,7%	3,3%	
Zone 2	3,3%	13,7%	0,5%	0,3%	0,0%	1,1%	0,9%	
Zone 3 (EOD)	2,1%	3,5%	0,1%	0,2%	0,0%	0,3%	0,2%	
Zone 4 (EOD)	1 sondage seulement dans la zone 4							
<b>Total</b>	<b>5,1%</b>	<b>46,7%</b>	<b>0,4%</b>	<b>0,5%</b>	<b>0,1%</b>	<b>1,1%</b>	<b>0,7%</b>	



## LE PROJET AUTO + BUS

Évaluation d'initiatives de mobilité combinée dans les villes canadiennes

RAPPORT FINAL

mis à jour  
le 16 février 2007



## LE PROJET AUTO + BUS

Évaluation d'initiatives de mobilité combinée dans les villes canadiennes

RAPPORT FINAL

mis à jour  
le 16 février 2007