

**LE SERVICE AÉRIEN  
QUÉBEC - SHERBROOKE - MONTRÉAL  
LES RÉSULTATS D'UN SONDAGE  
EFFECTUÉ ENTRE  
LE 17 MARS 1986 ET LE 10 AVRIL 1986**



Gouvernement du Québec  
Ministère des Transports  
Direction du transport aérien  
Service du développement

CANQ  
TR  
TI  
121  
V.1

476219

MINISTÈRE DES TRANSPORTS DU QUÉBEC

LE SERVICE AÉRIEN  
QUÉBEC - SHERBROOKE - MONTRÉAL  
LES RÉSULTATS D'UN SONDAGE  
EFFECTUÉ ENTRE  
LE 17 MARS 1986 ET LE 10 AVRIL 1986

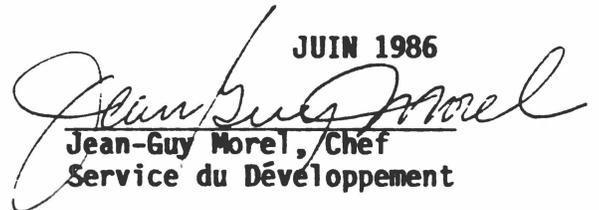
VOLUME I - L'ANALYSE

MINISTÈRE DES TRANSPORTS  
CENTRE DE DOCUMENTATION  
700, BOUL. RENÉ-LÉVESQUE EST,  
21<sup>e</sup> ÉTAGE  
QUÉBEC (QUÉBEC) - CANADA  
G1R 5H1

VU ET APPROUVÉ

  
Pierre Rivest, Directeur  
Directeur du transport aérien

JUIN 1986

  
Jean-Guy Morel, Chef  
Service du Développement

CANQ  
TR  
TI  
101  
V.1



Titre et sous-titre du rapport <del>Le service aérien Québec - Sherbrooke - Montréal</del> <del>Les résultats d'un sondage effectué entre le 17 mars 1986</del> <del>et le 10 avril 1986 - Volume I - L'Analyse</del> Auteur(s) du rapport <del>Ralph Plourde</del>	N° du rapport Transports Québec RTQ-86-14
	Rapport d'étape <input type="checkbox"/> An Mois Jour Rapport final <input checked="" type="checkbox"/> 8 6 0 6 2 5 N° du contrat
	Date du début d'étude Date de fin d'étude 8 6 0 2 0 3 8 6 0 6 0 6 Coût de l'étude

Etude ou recherche réalisée par (nom et adresse de l'organisme) Direction du transport aérien Service du Développement 700, boulevard Saint-Cyrille est, 22e Québec (Québec)	Etude ou recherche financée par (nom et adresse de l'organisme)
--	---

But de l'étude, recherche et renseignements supplémentaires

Effectuer un sondage auprès des organismes publics et parapublics et auprès des industries de la région des Cantons-de-l'Est concernant les besoins en transport et leur évaluation du service aérien offert.

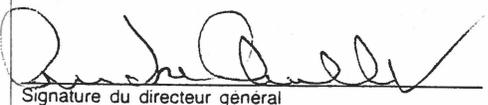
Résumé du rapport

Le service aérien entre Québec, Sherbrooke et Montréal a été inauguré le 3 septembre 1985. Compte tenu du faible niveau de trafic observé, le Comité administratif de l'aéroport de Sherbrooke a demandé à la direction du Transport Aérien d'effectuer un sondage auprès de la clientèle-cible afin d'évaluer les besoins en transport aérien et de mesurer leur niveau de satisfaction envers le service aérien offert.

Le sondage montre que la région de Sherbrooke ne peut assurer la viabilité financière d'un service aérien régulier. Cette situation s'explique, entre autres, par la vocation locale des industries, par la prédominance de la petite et de la moyenne industrie, par la proximité relative de Montréal et de Sherbrooke et par la préférence des gens d'affaires pour l'automobile.

Par ailleurs, le sondage indique nettement que le niveau de trafic observé sur le service aérien, n'était nullement le résultat d'un service déficient mais reflétait, plutôt, une absence relative de besoins.

Nbre de pages Vol. I-44 p. Vol. II-159 p.	Nbre de photos -	Nbre de figures 1 carte	Nbre de tableaux 8 tableaux	Nbre de références bibliographiques -	Langue du document <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Anglais	Autre (spécifier) -
---	---------------------	----------------------------	--------------------------------	--	--	------------------------

Mots-clés Sondage, enquête, étude de marché Service aérien, Québec, Sherbrooke, Montréal	Autorisation de diffusion <input checked="" type="checkbox"/> Diffusion autorisée <input type="checkbox"/> Diffusion interdite  Signature du directeur général  Date 8 6 0 9 0 2 1
--	--

**COORDINATION**

Jean-Guy Morel

**RECHERCHE ET RÉDACTION**

Ralph Plourde

**CONSEILLER (STATISTIQUES ET INFORMATIQUE)**

Jean David  
Service de la Statistique

**SECRÉTARIAT**

Guylaine David Gamache

**CARTOGRAPHIE**

Suzanne Pilote

## TABLE DES MATIÈRES

### VOLUME 1 - L'ANALYSE

<b>1. INTRODUCTION.....</b>	<b>1</b>
<b>2. MÉTHODOLOGIE DU SONDAGE.....</b>	<b>2</b>
2.1 Le contexte.....	2
2.2 Les objectifs du sondage.....	4
2.3 La délimitation du territoire d'enquête.....	5
2.4 Le recensement des répondants.....	6
2.5 L'échantillonnage des répondants.....	10
2.6 Le questionnaire.....	13
2.7 L'administration du sondage.....	16
2.8 La saisie des données et le logiciel d'analyse.....	17
<b>3. ANALYSE DES RÉSULTATS.....</b>	<b>17</b>
3.1 La nature de l'analyse et ses limites.....	17
3.2 La représentativité du sondage.....	18
3.3 Le profil des entreprises et des organismes.....	20
3.4 Les besoins en transport.....	23
3.5 Une évaluation de la clientèle potentielle.....	28
3.6 Une évaluation qualitative du service aérien.....	31
3.7 Une explication de la non-utilisation du service.....	37
<b>4. UN RÉSUMÉ: LES FAITS SAILLANTS DU SONDAGE.....</b>	<b>39</b>
4.1 Les aspects méthodologiques.....	39
4.2 Les résultats du sondage.....	40
<b>5. CONCLUSION.....</b>	<b>45</b>

### VOLUME II - LES ANNEXES

- Annexe 1 - Le questionnaire du sondage
- Annexe 2 - Les tableaux détaillés des résultats

## LISTE DES TABLEAUX

<b>Tableau 1:</b>	Les types d'entreprises et d'organismes recensés....	8
<b>Tableau 2:</b>	La répartition spatiale des répondants recensés selon les zones et les quadrants.....	9
<b>Tableau 3:</b>	La distribution de l'échantillon selon le nombre d'employés des entreprises et des organismes.....	11
<b>Tableau 4:</b>	La répartition spatiale des questionnaires expédiés aux répondants selon les zones et les quadrants.....	12
<b>Tableau 5:</b>	Le rythme d'entrée des questionnaires complétés par les répondants.....	16
<b>Tableau 6:</b>	La répartition des questionnaires reçus par zone et par quadrant.....	18
<b>Tableau 7:</b>	La répartition pondérée des questionnaires reçus par zone et par quadrant.....	19
<b>Tableau 8:</b>	La répartition du nombre d'employés déclarés par catégorie et selon le statut des entreprises et des organismes.....	22

## **1. INTRODUCTION**

Ce rapport présente les principaux résultats d'un sondage concernant le service aérien Québec - Sherbrooke - Montréal effectué dans la région de l'Estrie du 17 mars au 10 avril 1986. Cette enquête a été réalisée à la demande du Comité administratif de l'aéroport de Sherbrooke par le service du Développement de la direction du Transport aérien du ministère des Transports du Québec, avec la collaboration du service de la Statistique du même ministère.

## 2. MÉTHODOLOGIE DU SONDAGE

### 2.1 Le contexte

Le 23 octobre 1984, le Conseil du Trésor autorisait (C.T. # 153 269) le ministère des Transports du Québec à signer une entente d'une durée de trois ans avec le Comité administratif de l'aéroport de Sherbrooke, en vue de la mise sur pied d'un service aérien régulier à taux unitaire de classe 2 devant relier Sherbrooke à Québec et à Montréal. Cette autorisation était toutefois assortie de diverses conditions, dont celle d'un taux d'occupation minimum de 25% des sièges offerts la première année avant d'entreprendre la deuxième année d'expérimentation.

Le 16 mai 1985, une entente est intervenue entre le Comité administratif de l'aéroport de Sherbrooke et Québec Aviation Ltée à l'effet de pourvoir le service aérien avec un appareil de type Navajo PA-31-310 d'une capacité de cinq passagers. Ce transporteur avait été choisi suite à un appel d'offres public lancé en janvier 1985. Enfin, le 10 juillet 1985, une entente était conclue entre le Comité administratif et l'Agence de publicité de l'Estrie Inc. en vue d'assurer la promotion du service aérien projeté.

Le 3 septembre 1985, le ministère des Transports du Québec et le Comité administratif de l'aéroport de Sherbrooke signaient une entente par laquelle le Comité administratif assumait la responsabilité de la gestion du service aérien et de sa promotion. Pour la première année de l'entente, la contribution financière maximum du Ministère s'élevait à 210 300 \$. Celle du Comité administratif était de 112 492 \$, soit quelque 30% du déficit d'exploitation prévu.

C'est à cette même date que Québec Aviation commença à assurer le service à raison de huit liaisons quotidiennes, du lundi au vendredi. Un appareil basé à Québec assurait un aller-retour le matin, alors qu'un aéronef ayant comme base Sherbrooke, en plus d'accomplir un vol aller-retour le matin entre Sherbrooke et Montréal, assurait à lui seul le service en début de soirée vers Québec et Montréal.

Un mois avant le début du service, une campagne intensive de publicité fut entreprise afin de faire connaître l'existence du service aérien auprès de la clientèle-cible composée des commissions scolaires, des collèges et des universités, des organismes publics et parapublics et des industries manufacturières. Dès les débuts du service, le taux d'occupation des vols fut de 20% et ce taux s'est maintenu jusqu'au 28 février, date à laquelle le service aérien assuré jusque-là à raison de cinq jours par semaine fut réduit à trois jours. Durant cette période, 843 passagers avaient été transportés, ce qui représente un taux d'occupation de 18,5%.

Le 24 janvier 1986, au moment d'une rencontre avec le Comité administratif de l'aéroport, les représentants du ministère des Transports du Québec ont déposé un rapport d'étape qui faisait le point sur le service aérien. Après discussions, les personnes présentes se sont entendues sur la nécessité d'un sondage afin d'évaluer, une fois pour toutes, et malgré l'existence d'études de marché antérieures<sup>(1)</sup>, la clientèle potentielle dans la région de Sherbrooke pour le service aérien. La direction au Transport aérien fut chargée d'effectuer le sondage.

---

(1) The Potentiel Market for Improved Public Transportation Between Sherbrooke and Quebec. A working paper February 1979 (document non paginé) C.R.D.T.

## 2.2 Les objectifs du sondage

Les objectifs généraux et spécifiques du sondage étaient les suivants:

- Objectifs généraux
  - . identifier les besoins en transport et plus particulièrement les besoins en transport aérien des entreprises et des organismes publics situés dans la région administrative de l'Estrie (région 05);
  - . délimiter spatialement l'aire d'influence de l'aéroport de Sherbrooke en regard des besoins en transport aérien régulier;
  - . identifier les caractéristiques de la clientèle susceptible d'utiliser les services aériens réguliers au départ de Sherbrooke;
  - . dénombrer, par zone géographique et par type d'entreprise, la clientèle potentielle dans la région de Sherbrooke pour des services aériens de classe 2;
  - . déterminer l'importance du facteur de localisation de l'aéroport de Sherbrooke dans le succès d'un service aérien régulier.

---

Suite de la page 3

(1) The Potential Market for Train service Between Sherbrooke and Montreal. A working paper, April 1979, (document non paginé) C.R.D.T.

Des services de transport aérien adéquats à Sherbrooke - Un besoin urgent, Comité administratif, Aéroport de Sherbrooke, Ville de Sherbrooke. Mémoire présenté au ministère des Transports, gouvernement du Canada, juin 1980, 44 pages.

- Objectifs spécifiques
  - . évaluer le degré de pénétration du service aérien auprès de la clientèle-cible;
  - . déterminer le profil de la clientèle qui a utilisé le service aérien;
  - . établir le niveau de satisfaction des utilisateurs concernant le service aérien;
  - . identifier les principaux problèmes reliés au service aérien offert;
  - . mesurer l'efficacité de la campagne de publicité mise de l'avant pour faire connaître le service aérien auprès des entreprises et des organismes publics;
  - . déterminer la probabilité que le service aérien soit autosuffisant à court terme.

### **2.3 La délimitation du territoire d'enquête**

Afin d'atteindre les objectifs généraux et spécifiques définis, dont, entre autres, identifier les besoins en transport des entreprises et des organismes publics et délimiter la zone d'influence de l'aéroport de Sherbrooke en rapport avec les services aériens réguliers, il fut décidé d'étendre le

---

Suite de la page 3-4.

(1) Des services de transport aérien adéquats à Sherbrooke, Comité administratif, Aéroport de Sherbrooke, Ville de Sherbrooke, dossier d'information, mars 1981, 54 pages.

Dossier aéroport municipal de Sherbrooke. Institut d'Aménagement, Université de Sherbrooke, Sherbrooke, 1982, 39 pages, Annexes.

recensement des entreprises et des organismes à la région des Cantons-de-l'Est, telle que définie par le ministère de l'Industrie et du Commerce (région administrative 05).

Sur un plan méthodologique, un tel choix facilite la recherche des données de base, compte tenu du mode de présentation d'une grande variété de renseignements sur la base des divisions administratives. Aussi, comme il est manifeste que la zone d'influence de l'aéroport de Sherbrooke est plus petite que le territoire retenu pour le recensement, il sera d'autant plus facile d'en délimiter l'aire d'influence.

Par ailleurs, dans le but de mesurer avec le plus de précision possible l'aire d'influence de l'aéroport et, compte tenu de l'ampleur du présent sondage, le territoire autour de l'aéroport a été subdivisé en sept zones concentriques (zones A à G) et en quatre quadrants (secteurs 1 à 4) (voir carte I).

#### **2.4 Le recensement des répondants**

Le recensement des répondants s'est limité à la clientèle cible et les résultats du sondage ne concerneront donc que celle-ci. Par ailleurs, les personnes qui auraient utilisé le service aérien pour des motifs de congés, de vacances, de rencontres familiales, ou pour d'autres raisons personnelles, sont donc considérées aux fins du sondage comme constituant une clientèle additionnelle.

Les répondants potentiels au sondage ont été regroupés selon les catégories d'activités énumérées au tableau 1. Le code d'identification ayant été porté sur la fiche signalétique de chaque répondant, il demeurerait possible par la suite d'utiliser cette information dans le cadre de l'analyse des données.

TABLEAU 1

LES TYPES D'ENTREPRISES ET D'ORGANISMES RECENSÉS

Code d'identification	Regroupement
01	Commissions scolaires, collèges, universités, institutions d'enseignement
02	Médias d'information
03	Organismes municipaux
04	Organismes publics (Gouvernements provincial et fédéral)
05	Centres hospitaliers, CLSC
06	Laboratoires, génie-conseil, consultants
07	Industries manufacturières (Sherbrooke et région immédiate)
08	Industries manufacturières (Région du Haut-Saint-François)
09	Industries manufacturières (Territoire restant de la région administrative des Cantons-de-l'Est)

Les commerçants n'ont pas fait l'objet du recensement puisqu'ils ont été exclus de la clientèle-cible. En effet, ils n'ont pas été considérés comme constituant une clientèle potentielle intéressante.

Le recensement des répondants potentiels a été effectué à partir de listes d'entreprises et d'organismes en possession de la Corporation municipale de transport de Sherbrooke, du Répertoire des fabricants du Québec (Scott's), de l'Annuaire de l'Université de Sherbrooke, du Répertoire des laboratoires d'essais et d'organismes du Québec, des répertoires des industries de Sherbrooke et du Haut-Saint-François et du Répertoire des municipalités du Québec.

Le tableau 2 illustre la répartition spatiale des répondants potentiels. Sur tout le territoire de l'Estrée, 756 répondants potentiels ont été recensés dont 374 (49,4%) dans la région immédiate de Sherbrooke (zone B-3). Parmi les autres pôles importants, il faut noter la région du Lac Mégantic (G-1) avec 44 répondants potentiels (5,8%), celle de Magog (D-3, E-3) avec 91 répondants (12%) et celle d'Asbestos (E-4) avec 47 répondants (6,2%).

**TABLEAU 2**

**LA RÉPARTITION SPATIALE DES RÉPONDANTS POTENTIELS SELON**

**LES ZONES ET LES QUADRANTS**

ZONES	QUADRANTS				TOTAL	%
	1	2	3	4		
A	15	13	9	0	37	4,9
B	6	6	374	14	400	52,9
C	2	8	11	18	39	5,2
D	14	13	48	13	88	11,6
E	20	0	43	47	110	14,5
F	6	0	22	2	30	4,0
G	44	7	0	1	52	6,9
<b>TOTAL</b>	107	47	507	95	756	100
<b>%</b>	14,2	6,2	67,0	12,6	100	----

Également, il faut noter que le quadrant 3 qui regroupe le plus de répondants potentiels, 507, correspond à un secteur situé entre l'aéroport et l'agglomération de Montréal. A priori, il s'agit là d'une situation défavorable en termes d'utilisation des services aériens puisque les usagers éventuels qui habitent ce secteur devront se diriger à contre-courant.

## **2.5 L'échantillonnage des répondants**

Afin de réduire les coûts reliés à l'envoi et au retour des questionnaires, de diminuer le travail d'ordre administratif tout en conservant un bon niveau de confiance dans les résultats du sondage, il y avait intérêt à abaisser le nombre de répondants éventuels.

L'échantillonnage s'est effectué sur la base du nombre d'employés des entreprises et des organismes recensés. Attendu qu'il est logique de croire que, règle générale, plus une industrie ou un organisme compte d'employés, plus il y a des besoins en transport, toutes les entreprises et tous les organismes recensés ayant six employés et plus ont reçu un questionnaire. Pour ce regroupement, il s'agissait donc d'un recensement d'un point de vue statistique. Par contre, l'échantillon des organismes ayant de 1 à 5 employés fut établi à 25% alors que, pour ceux dont on ne possédait pas le nombre d'employés, l'échantillon fut fixé à 50%.

Le tableau 3 montre la répartition de l'échantillonnage des répondants potentiels selon le nombre d'employés et le nombre de questionnaires expédiés. Enfin, le tableau 4 illustre la répartition spatiale des questionnaires expédiés aux répondants par zone et par quadrant.

**TABLEAU 3**  
**LA DISTRIBUTION DE L'ÉCHANTILLON**  
**SELON LE NOMBRE D'EMPLOYÉS**  
**DES ENTREPRISES ET DES ORGANISMES**

<b>NOMBRE D'EMPLOYÉS</b>	<b>ÉCHANTILLON</b>	<b>QUESTIONNAIRES EXPÉDIÉS</b>	<b>RÉPONDANTS POTENTIELS</b>
0 (1)	1 sur 2 (50%)	96	192
1 à 5	1 sur 4 (25%)	44	182
6 et plus	1 sur 1 (100%)	<u>382</u>	<u>382</u>
<b>TOTAL</b>	---	522	756

---

Note: 1. Il ne s'agit pas évidemment d'entreprises n'ayant aucun employé, mais plutôt celles dont on ne possédait pas d'information sur le nombre d'employés.

TABLEAU 4

LA RÉPARTITION SPATIALE DES QUESTIONNAIRES EXPÉDIÉS AUX RÉPONDANTS

SELON LES ZONES ET LES QUADRANTS

ZONES	QUADRANTS				TOTAL	RÉPONDANTS POTENTIELS	%
	1	2	3	4			
A	6	9	6	0	21	37	56,8
B	4	6	250	11	271	400	67,8
C	2	6	6	14	28	39	71,8
D	8	9	35	5	57	88	64,8
E	16	0	36	37	89	110	80,9
F	5	0	13	1	19	30	63,3
G	30	7	0	0	37	52	71,2
<b>TOTAL</b>	71	37	346	68	522	756	69,0
<b>RÉPONDANTS POTENTIELS</b>	107	47	507	95	756	-	-
<b>(%)</b>	66,4	28,7	68,2	71,6	69,0	-	-

## **2.6 Le questionnaire**

Le questionnaire, dont une copie est insérée dans le volume II de la présente analyse, comporte 24 questions réparties sur sept pages. Il comprend les cinq sections suivantes:

- A. Fiche d'identification
- B. Fiche signalétique
- C. Renseignements généraux
- D. Évaluation des besoins en transport
- E. Le service aérien Québec - Sherbrooke - Montréal

### **A. Fiche d'identification**

Cette fiche contient le nom, la fonction et le numéro de téléphone de la personne qui a rempli le questionnaire. Cette fiche a pour but de permettre de rejoindre cette personne rapidement, si besoin est.

### **B. Fiche signalétique**

La fiche signalétique, en plus de présenter le nom et l'adresse de l'entreprise, contient un code d'identification comprenant les éléments suivants:

- le numéro séquentiel du répondant qui permet de l'identifier rapidement;
- le nombre d'employés de l'entreprise ou de l'organisme selon les répertoires consultés;
- le type d'entreprises ou le secteur d'activités des organismes selon le code d'identification présenté à l'article 2.4 du présent texte;

- la localisation de l'entreprise ou de l'organisme, selon le système de coordonnées explicité à l'article 2.3.

Le code d'identification fait partie des données du sondage et est utilisé à plusieurs titres au moment de l'analyse des réponses au sondage.

### **C. Renseignements généraux**

Cette partie du questionnaire a pour objet, d'une part, de vérifier l'exactitude de deux données qui apparaissent sur la fiche signalétique à savoir, le statut de l'entreprise et le nombre d'employés et, d'autre part, d'évaluer le temps requis pour se rendre à l'aéroport de Sherbrooke à partir du siège de l'organisme. Cependant, il est à noter qu'une erreur s'est glissée à la question trois, la période de temps "30 à 45 minutes" ayant été oubliée à une étape ou l'autre de la correction des épreuves du questionnaire. Il en est tenu compte au moment de l'analyse des réponses.

### **D. Évaluation des besoins en transport**

Les sections D et E du questionnaire sont, sans l'ombre d'un doute, les deux parties les plus importantes du sondage. L'évaluation des besoins en transport (section D) comporte dix questions et a pour objet spécifique de mesurer si les organismes rejoints par l'enquête ont des besoins en transport à l'extérieur de la région administrative des Cantons-de-l'Est, et de caractériser ces besoins de diverses façons: le nombre et les fonctions

des personnes impliquées dans les voyages, les destinations finales privilégiées, le nombre de voyages effectués par année et leur durée moyenne, les modes de transport utilisés, le budget annuel consacré au transport, etc.

Par après, ces questions permettent de quantifier le potentiel annuel des déplacements par avion pour la région faisant l'objet du sondage. Cette évaluation devrait aussi permettre, d'une part, de déterminer la rentabilité éventuelle du service aérien offert et, d'autre part, par comparaison avec le trafic enregistré, d'apprécier son niveau de pénétration.

#### **E. Le service aérien Québec - Sherbrooke - Montréal**

Ce chapitre du questionnaire qui comprend dix questions porte spécifiquement sur le service aérien offert entre le 3 septembre 1985 et le 28 février 1986. Essentiellement, il a pour but de déterminer si les répondants connaissent l'existence du service et s'ils l'ont déjà utilisé. Aussi, il veut mesurer le niveau de satisfaction des utilisateurs. Enfin, il cherche à savoir les motifs qui ont empêché les répondants d'utiliser le service aérien, même s'ils en connaissaient l'existence.

Selon la nature des réponses fournies, il serait possible par après de mieux orienter la campagne publicitaire advenant la poursuite du service aérien et de corriger les déficiences du service, telles que perçues par les usagers.

## 2.7 L'administration du sondage

Les questionnaires ont été expédiés par la poste les 14 et 17 mars 1986. Les premiers questionnaires complétés sont revenus au siège social de la Corporation municipale de transport de Sherbrooke le 19 mars 1986. Un rappel téléphonique fut effectué les 3 et 4 avril 1986. La codification finale pour la saisie des données fut faite le 10 avril 1986 et aucun questionnaire ne fut accepté après cette date. Le rythme d'entrée des questionnaires fut le suivant:

**TABLEAU 5**  
**LE RYTHME D'ENTRÉE DES QUESTIONNAIRES**  
**COMPLÉTÉS PAR LES RÉPONDANTS**

DATE	QUESTIONNAIRES REÇUS PAR LA POSTE	QUESTIONNAIRES REÇUS SUITE AU RAPEL TÉLÉPHONIQUE
19 mars 1986	39	-
20 mars 1986	71	-
21 mars 1986	27	-
24 mars 1986	22	-
25 mars 1986	19	-
26 mars 1986	15	-
27 mars 1986	10	-
1er avril 1986	10	-
2 avril 1986	6	19
3 avril 1986	3	22
4 avril 1986	4	17
7 avril 1986	3	-
8 avril 1986	-	-
9 avril 1986	3	-
10 avril 1986	-	-
	<hr/>	<hr/>
	232	58
	<b>TOTAL</b>	<b>290</b>

Le taux de réponses au sondage fut donc de 55,5% par rapport aux envois, ce qui est excellent pour un sondage effectué par la poste. Habituellement, le taux de réponses varie entre 25% et 30%.

## **2.8 La saisie des données et le logiciel d'analyse**

Une fois la codification manuelle des réponses terminée, les données ont été saisies à la direction des Systèmes de gestion du ministère des Transports du Québec et traitées par l'ordinateur de la Régie de l'Assurance automobile du Québec. La marge d'erreur dans la saisie des données a été évaluée à moins de 1%. Après correction des erreurs évidentes, le taux d'erreur non détectée est infime et non significatif.

Par après, ces données ont été transférées sur disquette pour utilisation sur micro-ordinateur. L'analyse des données a été effectuée à la direction du Transport aérien à l'aide du logiciel "STATPAC" (Statistical Analysis Package) produit par la firme Walonick Associates.

## **3. ANALYSE DES RÉSULTATS**

### **3.1 La nature de l'analyse et ses limites**

Il n'est pas de notre intention, et pour cause, de décrire et de commenter les résultats de chacune des questions du questionnaire et des compilations spéciales effectuées à l'aide de "STATPAC". Plutôt, l'objet de cette partie du texte est de répondre, dans la mesure du possible, aux objectifs généraux et spécifiques déjà définis. Par ailleurs, la nature des réponses obtenues, de même que la décision prise au cours du mois de mars par le Comité administratif de l'aéroport de Sherbrooke de mettre fin définitivement au service aérien, ont rendu caducs certains de ces objectifs.

Les personnes qui veulent prendre connaissance de la distribution des réponses aux diverses questions du sondage et des compilations spéciales pourront toutefois se référer au volume II de la présente analyse.

### 3.2 La représentativité de l'échantillon

Tel que mentionné à la section 2.7, 290 questionnaires complétés furent reçus, ce qui représente un taux de réponses de 55,5%. Le tableau 6 montre la distribution spatiale des questionnaires reçus par zone et par quadrant. On y voit, entre autres, que le quadrant #3 représente 71,4% des réponses reçues et la zone B, 63,4%. Plus spécifiquement, la couronne B-3, où se situe d'ailleurs Sherbrooke, montre 168 questionnaires reçus sur 290, soit 57,9% de l'ensemble.

**TABLEAU 6**  
**LA RÉPARTITION DES QUESTIONNAIRES REÇUS**  
**PAR ZONE ET PAR QUADRANT**

ZONES	QUADRANTS				TOTAL	%
	1	2	3	4		
A	6	6	5	0	17	5,9
B	3	5	168	8	184	63,5
C	1	3	1	2	7	2,4
D	4	4	16	4	28	9,7
E	6	0	12	16	34	11,7
F	1	0	5	0	6	2,1
G	12	2	0	0	14	4,8
<b>TOTAL</b>	33	20	207	30	290	100,0
<b>%</b>	11,4	6,9	71,4	10,3	100	---

Par ailleurs, compte tenu de l'échantillonnage retenu, il était nécessaire d'effectuer une pondération sur les questionnaires reçus. Ce sont ces résultats pondérés, illustrés au tableau 7, qui seront utilisés tout au long de l'analyse. Sur cette base, il n'y a plus 290 répondants mais plutôt 414. Aussi, la part du secteur B-3 est passée de 168 répondants à 256, et son poids relatif est maintenant de 61,8%. De plus, le quadrant #3 représente maintenant 74,9% de l'ensemble et la zone B, 66,7% des questionnaires reçus.

**TABLEAU 7**  
**LA RÉPARTITION PONDÉRÉE DES QUESTIONNAIRES REÇUS**  
**PAR ZONE ET PAR QUADRANT**

ZONES	QUADRANTS				TOTAL	%
	1	2	3	4		
A	6	12	8	0	26	6,3
B	6	5	256	9	276	66,7
C	1	3	1	2	7	1,7
D	7	4	23	4	38	9,2
E	7	0	14	20	41	9,9
F	1	0	8	0	9	2,2
G	15	2	0	0	17	4,1
<b>TOTAL</b>	43	26	310	35	414	100
%	10,4	6,3	74,9	8,5	100	--

En fonction de la répartition spatiale des entreprises dans la région de Sherbrooke, on peut affirmer que l'échantillon est représentatif de l'ensemble de la population, composée de 756 entreprises. De plus, les non-répondants n'ont pas créé de biais en fonction de cette répartition.

Les marges d'erreurs que l'on peut appliquer à chacun des résultats sont fonctions des valeurs obtenues et du nombre de répondants pour chaque question.

Pour un nombre de répondants donné, les marges d'erreurs sont à leur plus bas niveau, lorsque la proportion s'approche de 50%.

Ainsi, pour un niveau de confiance de 95%, le taux d'erreur que l'on peut appliquer aux différents résultats varie entre 4% et 8%, si le nombre de répondants est supérieur à 100, et entre 4% et 13%, si le nombre de répondants est inférieur à 100.

Compte tenu du nombre de répondants, ces taux d'erreur sont considérés comme faibles.

### **3.3 Le profil des entreprises et des organismes**

Un des éléments essentiels à la compréhension et à l'évaluation des réponses concernant les besoins en transport, entre autres, réside dans une bonne connaissance de la nature et de la structure des entreprises et des organismes de la région des Cantons-de-l'Est. En effet, il est connu que certains types d'activités entraînent plus de déplacements que d'autres.

Pour l'ensemble du territoire considéré, à savoir la région administrative des Cantons-de-l'Est, 24% des répondants appartiennent au secteur public et parapublic et 72% au secteur de la fabrication. Par ailleurs, en ce qui concerne le statut des organismes, 24% des répondants sont constitués d'organismes publics comparativement à 66% pour les entreprises industrielles autonomes et à 9% pour les industries ayant le statut de filiales.

Ces quelques données prennent toute leur importance en regard des besoins en transport lorsque mises en parallèle avec le nombre d'employés déclarés. En effet, pour l'ensemble des Cantons-de-l'Est, plus de 50% des entreprises emploient moins de 15 personnes et près de 80% d'entre elles, moins de 50.

Somme toute, le territoire faisant l'objet de l'analyse abrite surtout des petites et moyennes entreprises. Or, il est justifié de croire que les petites entreprises ont moins de besoins en transport que les entreprises plus importantes.

Le tableau 8 montre la répartition des employés par catégorie selon le statut des organismes. Un examen de ce tableau montre que 61% des entreprises autonomes emploient moins de 15 personnes; plus encore, 87% de celles-ci emploient 50 personnes et moins. Même si les organismes des gouvernements provincial et fédéral montrent également un faible nombre d'employés par unité administrative, la situation n'est nullement comparable. En effet, le secteur industriel est orienté vers la vente de biens de consommation ou de biens de production alors que les organismes publics interviennent au niveau des services à la population.

Également, il faut noter que les entreprises qui ont le statut de filiales ont un plus grand nombre d'employés que les entreprises autonomes. Ainsi, 61% d'entre elles ont plus de 50 employés et 25%, plus de 200 employés.

**TABLEAU 8**  
**LA RÉPARTITION DU NOMBRE D'EMPLOYÉS DÉCLARÉS PAR CATÉGORIE**  
**ET SELON LE STATUT DES ENTREPRISES ET DES ORGANISMES**

STATUT DE L'ENTREPRISE	NOMBRE D'EMPLOYÉS								Total	%
	1 à 5	6 à 15	16 à 25	26 à 51	51 à 75	76 à 100	101 à 200	Plus de 200		
Autonomes	77	91	34	36	12	5	11	7	273	66,6
Filiales	2	4	1	7	4	4	5	9	36	8,8
Organismes publics (gouvernements provincial et fédéral)	12	22	4	4	3	2	2	6	55	13,4
Organismes municipaux	6	2	0	4	0	0	3	2	17	4,1
Collèges et universités	2	2	2	2	2	0	0	14	24	5,9
Autres	4	0	1	0	0	0	0	0	5	1,2
<b>TOTAL</b>	103	121	42	53	21	11	21	38	410	100,0
<b>%</b>	25,1	29,5	10,2	12,9	5,1	2,7	5,1	9,3	100,0	

Ces données sont aussi intéressantes parce qu'à l'origine, le service aérien régulier pour Sherbrooke fut réclamé principalement afin de répondre aux besoins exprimés par les industriels et gens d'affaires locaux. Elles seront encore plus révélatrices lorsque confrontées avec les besoins en transport.

Par ailleurs, l'analyse statistique des données montre qu'au niveau de l'emploi, même si la moyenne est de 42,5 employés par entreprise, la médiane et le mode ne sont que de 10,5 personnes. Dans le cas présent, ces deux données sont plus significatives que la moyenne et mettent en évidence le fait que les entreprises de la région des Cantons-de-l'Est et de Sherbrooke sont constituées avant tout de petites entreprises. On peut donc s'attendre à ce que les besoins en transport pour des déplacements à l'extérieur de la région 05 soient faibles.

### **3.4 Les besoins en transport**

Parmi les répondants au sondage, 59,9% ont manifesté un besoin pour des voyages d'affaires à l'extérieur de la région administrative 05. De plus, la même proportion s'applique aux répondants du secteur B-3. Sur la base du statut des organismes, c'est le regroupement des entreprises autonomes qui présente le moins de besoins en transport avec un pourcentage de 47,6%! Tous les autres regroupements ont un pourcentage supérieur à 70%. Sur la base des types d'entreprise, les données sont encore plus significatives. En effet, les entreprises de Sherbrooke (secteur B-3) ne montrent qu'un pourcentage de 41,7% pour les besoins en transport à l'extérieur de la région.

La signification de ces données ne peut être plus claire: de tous les regroupements considérés, c'est l'entreprise privée qui démontre le moins de besoins en transport à l'extérieur de la région 05. La faible dimension de ces entreprises est un des facteurs explicatifs de cet état de choses. Dès lors, on peut déjà s'interroger sur la nécessité d'un service aérien régulier pour Sherbrooke et la région immédiate.

L'aire d'influence des entreprises et des organismes qui ont manifesté des besoins en transport à l'extérieur de la région 05 demeure limitée à certaines villes. Par ordre d'importance, les destinations finales choisies pour les voyages d'affaires ont été les suivantes:

Montréal	81,9%
Québec	63,8%
Toronto	38,4%
Hull/Ottawa	31,3%
Boston	17,3%
New York	16,0%

La prédominance des villes de Montréal et de Québec comme destinations finales pour les voyages d'affaires peut se comprendre. Par contre, le choix des destinations secondaires prioritaires, à savoir Toronto, Hull/Ottawa, Boston et New York, peut surprendre par leur importance en pourcentage. A tout le moins, ces destinations auraient dû générer, en théorie, une clientèle importante pour l'avion: ce ne fut pas le cas, comme l'a démontré une analyse des billets émis.

En ce qui concerne les données propres à évaluer la clientèle potentielle pour un service aérien à partir de Sherbrooke, on remarque qu'au niveau du nombre de voyages par

année, la distribution est répartie assez également comme en témoigne les données ci-dessous. En effet, la moyenne est de neuf jours de voyages par année et la médiane de huit, alors que le mode n'est que de trois jours de voyages.

<b>Nombre de voyages par année</b>	<b>Répondants</b>	<b>%</b>
1 à 5 voyages	74	33,5
6 à 10 voyages	47	21,3
11 à 15 voyages	37	16,7
Plus de 15 voyages	62	28,1

Surtout, une analyse plus poussée montre que plus une entreprise ou un organisme est important en termes de nombre d'employés, plus le nombre de voyages par année croît. C'est ainsi que le personnel de 64% des entreprises ayant de 101 à 200 employés et de 57% de celles avec plus de 200 employés effectue plus de 10 voyages par année comparative-ment à 5,4% et à 22,2% pour celles ayant respectivement 1 à 5 employés et 6 à 10 employés. La dimension des entreprises et des organismes de la région 05 est donc loin de favoriser un nombre élevé de voyages d'affaires par année en moyenne.

En ce qui concerne la durée des voyages d'affaires et le nombre d'employés par voyage, les données sont traditionnelles. Les voyages sont d'une durée de un jour (39,7%) ou de deux jours (38,6%) et ils n'impliquent à 72,4% qu'une seule personne.

Jusqu'ici, les besoins en transport ont été définis; il demeure, entre autres, à étudier comment les entreprises comblent leurs besoins et pourquoi. Une évaluation des deux

premiers choix des répondants parmi les modes de transport suggérés démontre, sans aucun doute, du simple au double, qu'ils préfèrent l'automobile à l'avion, l'autobus et le train se classant ensuite loin derrière.

De plus, en ce qui concerne les motifs qui sous-tendent ces choix, les répondants ont retenu au premier chef la rapidité et en deuxième lieu la distance à parcourir. La souplesse d'utilisation a été choisie en troisième lieu. Le coût n'a été qu'un quatrième choix. D'une façon plus particulière, par mode de transport, en l'occurrence l'automobile, les motifs retenus dans l'ordre ont été la rapidité, la distance à parcourir et la souplesse. Pour l'avion, les motifs ont été les suivants: rapidité, distance à parcourir et coût.

Les choix des répondants ne peuvent être plus clairs et expliquent, en conjonction avec tous les éléments déjà considérés, l'échec du service aérien de Sherbrooke (1). En effet, les répondants associent l'idée de rapidité à l'automobile et à l'avion tout en manifestant une préférence marquée pour l'automobile. Par ailleurs, la distance à parcourir aurait un rôle important à jouer dans le départage entre l'automobile et l'avion. Enfin, aux concepts de rapidité et de distance à parcourir s'ajoute la notion de souplesse.

L'appréciation relative des motifs suggérés les uns par rapport aux autres constitue en soi un jugement subjectif de la part des répondants et chaque concept peut prendre une valeur différente selon le mode considéré.

---

1. A titre d'information, 843 passagers avaient utilisé le service aérien entre le 3 septembre 1985 et le 28 février 1986, soit pour 26 semaines d'exploitation. Durant cette période, le taux d'occupation des appareils fut de 18,5%.

A la lumière de ces choix et compte tenu des deux destinations finales privilégiées, soit Montréal et Québec, on comprend pourquoi seulement 20% des répondants qui connaissaient l'existence du service aérien ont fait usage de ce mode. Plus encore, l'analyse des billets émis du service aérien montre que l'avion avait servi dans une proportion de 70% pour se rendre à Québec et à Montréal; ces utilisateurs du service aérien auraient pu tout aussi bien recourir à l'automobile.

Quel est l'impact de la localisation de l'aéroport de Sherbrooke sur le service aérien ? Pour les répondants qui ont fait usage du service, ce facteur semble secondaire. En effet, même si 25% des usagers du service se sont dits insatisfaits de la localisation de l'aéroport et 47% plus ou moins satisfaits, ils ont quand même passé outre à cet inconvénient. Aussi, près de 40% des répondants qui ont utilisé le service affirmaient avoir consacré plus de 45 minutes pour atteindre l'aéroport. Comme 29 répondants sur 36 qui ont utilisé le service provenaient du secteur B-3, d'une part, et que Montréal constitue la destination finale privilégiée, d'autre part, on ne peut que reconnaître l'opiniâtreté de ces usagers. Somme toute, ils ont jugé que les avantages de l'avion étaient plus grands que les inconvénients reliés à la situation géographique de l'aéroport.

Cependant, la situation est toute autre pour les répondants qui n'ont pas utilisé le service aérien. En effet, la mauvaise localisation de l'aéroport se situe au deuxième rang quant aux motifs qui sous-tendent leur non-utilisation du service, les délais trop considérables à destination et le peu d'économie de temps se classant au premier rang, et l'absence d'une automobile personnelle à destination arrivant au troisième rang.

On peut quand même s'interroger sur l'à-propos de ce jugement en regard de la localisation de l'aéroport quand 61,3% des répondants qui n'ont pas utilisé le service aérien affirment que l'entreprise se situe entre 15 et 30 minutes de l'aéroport. En soi, ce temps de transport vers l'aéroport est acceptable. Plutôt, ces répondants veulent exprimer, selon nous, leur réticence à parcourir un trajet à contre-courant, Sherbrooke étant située entre l'aéroport et Montréal. Par ailleurs, il faut aussi affirmer que si l'aéroport était situé entre Montréal et Sherbrooke, la situation serait encore plus défavorable quant à la rentabilité d'un service aérien au départ de Sherbrooke.

### **3.5 Une évaluation de la clientèle potentielle**

Sur la base des réponses fournies au sondage, il demeure possible d'évaluer la clientèle potentielle du service aérien à partir de Sherbrooke et de mesurer la pénétration du marché. Pour les présentes fins, cette évaluation sera faite à partir des moyennes pour les diverses données. Il serait toujours possible de raffiner les calculs en utilisant les réponses selon chacune des classes.

Les composantes et les valeurs qui entrent dans le calcul du trafic sont les suivantes:

- La population : La distribution totale est de 756 (P = 756) entreprises et organismes, ce nombre représentant selon nous, la quasi-totalité de la clientèle d'affaires recherchée à l'intérieur de la région administrative 05.

- La zone d'influence: La population statistique aux fins de l'aéroport (Zi = 93,92%) du présent calcul est diminuée de 6,28% puisque la zone d'influence de l'aéroport, selon nous, ne comprend pas les zones F et G situées à plus de 50 km de l'aéroport.
  
- Les besoins en transport (B = 59,9%) : Ce facteur représente le pourcentage de la population ayant effectivement des besoins en transport à l'extérieur de la région des Cantons-de-l'Est. Il est égal à 59,9%.
  
- Le nombre moyen de voyages d'affaires par année (Va = 9,09) : Ce nombre est égal à 9,09 voyages par année. Il faut multiplier ce nombre par 2 pour établir le nombre de mouvements.
  
- Le nombre moyen de personnes impliquées par voyage (Pi = 1,296) : Ce nombre est égal à 1,296 personnes par voyage d'affaires effectué.
  
- Pourcentage d'utilisation du service aérien (U = 19,46%) : Le pourcentage d'utilisation du service aérien par les gens d'affaires par rapport aux autres modes est de 19,46%. Compte tenu de la nature du service, on peut considérer ce taux comme représentatif.

- La clientèle additionnelle (Ca = 90%) : Traditionnellement, au Canada, la clientèle d'affaires représente de 70% à 80% de l'ensemble des usagers d'un service aérien. Dans le cas présent, compte tenu de la nature du réseau et sur la base d'une analyse des billets vendus pour le service aérien de Sherbrooke, ce pourcentage est d'environ 90%.

La formule et les calculs pour obtenir une évaluation de la clientèle potentielle sont donc les suivants:

$P \times Z_i \% \times B \% \times (V_a \times 2) \times P_i \times U \% \div Ca \% = \text{clientèle potentielle}$

$756 \times 93,72\% \times 59,9\% \times (9,09 \times 2) \times 1,296 \times 19,46\% \div 90\% =$

2162 passagers par année.

Cette évaluation du trafic ne considère que les usagers ayant résidence dans le territoire du sondage. Il est certain que le service aérien a aussi été utilisé par des passagers demeurant à l'extérieur de la région étudiée (Québec, Montréal, Toronto, etc.). Sur la base des billets émis, on peut affirmer que cette part du trafic externe à la région est égale à environ 40%. C'est donc dire que le trafic total potentiel sur le réseau de Sherbrooke équivaut à environ **3 000** passagers annuellement.

Entre le 3 septembre 1985 et le 28 février 1986, soit pour une période de 6 mois, le service aérien de Sherbrooke a eu un trafic de 843 passagers. Sur cette base, on peut donc affirmer que la pénétration du service a donc été de 60% environ.

Malgré les erreurs inhérentes à une estimation de trafic potentiel, cette évaluation montre clairement, dans le cas de Sherbrooke, que ce service n'aurait jamais été rentable dans les conditions qui prévalaient. En effet, un trafic annuel de 3 000 passagers pour un service offert à raison de huit vols par jour, cinq jours par semaine, avec un aéronef d'une capacité de cinq passagers correspond à un coefficient de remplissage de 29%. Le seuil de rentabilité pour un tel service et avec la même structure de coûts demande un taux d'occupation de 90%.

Quant à la zone d'influence de l'aéroport de Sherbrooke en regard du service aérien, il se dégage de l'analyse que celle-ci se limite à la région immédiate de Sherbrooke. En effet, 80% des utilisateurs du service aérien (29/36) appartiennent à la zone B-3 et ce, même si seulement 62% des répondants de cette zone ont exprimé des besoins en transport à l'extérieur de la région administrative 05. Il faut comprendre toutefois que les organismes qui ont exprimé les plus forts taux en besoins de transport sont les suivants: commissions scolaires, collèges, universités, municipalités, secteur public et parapublic. Ces organismes sont établis presque exclusivement à Sherbrooke et ils sont responsables de 66% des déplacements (24/36) effectués par avion. Les industries manufacturières de Sherbrooke ne comptent que pour 4 voyages sur 36 (11%).

### **3.6 Une évaluation qualitative du service aérien**

La dernière partie du questionnaire (section E) était centrée sur le service aérien tel qu'offert et avait pour objectif d'en évaluer ses divers éléments.

### 3.6.1 Les activités de promotion

Des sommes d'argent importantes, quelque 50 000 \$, ont été consacrées à des activités de promotion dans la région de Sherbrooke pour faire connaître le service. Il était donc primordial de mesurer si la clientèle-cible connaissait l'existence du service, depuis combien de temps et par quel moyen elle avait été informée de son existence.

Pour l'ensemble du territoire, 79,5% des répondants ont affirmé connaître l'existence du service; à Sherbrooke même (secteur B-3), ce rapport grimpe à 92%. Il se dégage donc que la clientèle-cible connaissait l'existence du service. Au niveau du temps de connaissance du service, 78% de répondants ont affirmé connaître l'existence du service depuis trois à six mois. Ce pourcentage a atteint 82% pour la région immédiate de Sherbrooke. Bref, le pourcentage de connaissance du service est très bon; l'échec du service ne peut donc être attribué à la méconnaissance de l'existence du service aérien.

Quant à l'efficacité des divers médias comme moyen de diffusion, l'écrit dépasse de beaucoup le visuel et le parlé. Ainsi, 51% des répondants ont appris l'existence du service par la publicité faite dans les journaux, 40% grâce aux dépliants publicitaires distribués et 32% via des reportages dans les journaux. Par contre, la publicité à la radio ne rallie que 7% des suffrages et les reportages à la radio et à la télévision, que 18%. Aussi, la communication du bouche à oreille a également été retenue comme moyen d'apprendre l'existence du service par 19% des répondants.

Compte tenu de l'affectation des argents pour la publicité, on peut dire que la publicité faite dans les journaux et les dépliants d'information ont été de bons choix. Le contraire se constate, par contre, en ce qui a trait en particulier aux périodiques et aux revues spécialisés qui n'ont retenu que 3% du choix des répondants et la publicité à la radio, que 7%.

Au niveau d'une stratégie de promotion, il ressort que les reportages dans les journaux et la radio/TV constituent des médiums des plus intéressants; la nouvelle devient en soi un outil de promotion.

### **3.6.2 L'appréciation des composantes du service aérien**

La question ayant trait à l'évaluation des divers éléments du service aérien offert (question 20), de même que celle reliée aux motifs de non-utilisation du service (question 23) constituent les deux pôles de la section E du sondage.

Avant de procéder à l'analyse des réponses qui touchent l'appréciation du service aérien offert, il importe de souligner le niveau peu élevé de répondants à cette question, le nombre variant entre 25 et 33 répondants selon l'élément considéré. Cette situation, par contre, correspond à la situation vécue: il n'y a que 20% des entreprises et des organismes qui connaissaient l'existence du service aérien qui l'ont effectivement utilisé. Quant à la représentativité de ces réponses sur un plan statistique, elle est très acceptable. Toutefois, compte tenu du nombre de répondants, la marge d'erreur est plus grande, telle que précisée à l'article 3.2 de cette analyse.

Pour les questions portant sur le type d'avion utilisé, le système de réservations offert, la qualité de service du personnel impliqué de même que sur les services disponibles à l'aéroport, les répondants se sont montrés satisfaits à plus de 70% pour les services offerts à l'aéroport et à plus de 80% pour les autres éléments. Même si l'aéronef utilisé était petit, les usagers ont jugé qu'il répondait aux besoins.

Par ailleurs, en ce qui concerne la tarification, le niveau de satisfaction est un peu moins élevé, 62% des répondants s'étant montrés satisfaits et 34% plus ou moins satisfaits.

On peut interpréter cette réponse comme étant une réaction normale: en soi, la tarification pour les voyages par avion semble élevée et les usagers apprécieraient des tarifs plus bas. Par comparaison, l'automobile semble peu dispendieuse, l'utilisateur ne considérant le plus souvent que le coût du carburant et oubliant des éléments de coûts aussi importants que le prix d'achat du véhicule, les frais d'entretien, les assurances, les coûts d'immatriculation, etc.

Par ailleurs, il est à noter que sur les trajets au-delà de Montréal et de Québec, les usagers bénéficiaient dans les faits d'une réduction du tarif de 10% à 15% pour le segment Sherbrooke - Montréal ou Sherbrooke - Québec. Or, cet aspect de la tarification est inconnue de la quasi-totalité des utilisateurs du service aérien.

Enfin, il faut aussi dire que la formule tarifaire qui s'est appliquée pour le service aérien à partir de Sherbrooke fut la même que celle employée par Québec Aviation sur son réseau. Donc, à ce niveau, il n'y eut pas de surtarification sur le réseau de Sherbrooke. Cependant, compte tenu de la faible distance entre chacun des points du réseau, l'impact du montant de prise en charge (frais fixe), qui constitue le premier facteur d'une formule tarifaire, est des plus considérables par rapport au taux/mille qui représente le second facteur de la formule tarifaire, le tarif étant obtenu ensuite par l'addition de ces deux éléments. Bref, plus la distance à parcourir est faible, plus la part de la prise en charge est importante dans un tarif - c'est le cas pour le réseau de Sherbrooke.

En ce qui a trait à l'horaire et à la fréquence du service aérien, on peut interpréter les réponses reçues comme étant plus négatives que positives, 37,5% des répondants se disant très satisfaits comparativement à 43,8% plus ou moins satisfaits et 18,8% insatisfaits. A l'analyse, les réponses apparaissent surprenantes. En effet, comme le service aérien s'adressait à une clientèle d'affaires, il était offert du lundi au vendredi inclusivement. Les répondants se sont-ils déclarés relativement insatisfaits parce que le service n'était pas offert durant le week-end ? Cette hypothèse semble assez farfelue.

Par contre, au niveau de l'horaire proprement dit, compte tenu encore une fois que le service s'adressait à une clientèle d'affaires pour des destinations

comme Toronto, New York, Boston, entre autres, et afin de permettre un aller-retour la même journée, le départ des vols de Sherbrooke s'effectuait tôt le matin, et le retour, en début de soirée. Le sondage de même que l'analyse des billets vendus ont montré que les destinations privilégiées étaient Montréal et Québec. A ce moment, on peut comprendre l'insatisfaction relative des répondants vis-à-vis de l'horaire du service aérien. Les départs étaient trop tôt le matin et les retours peut-être trop tard le soir. En fonction des objectifs visés à l'origine, l'horaire correspondait à la pratique en Amérique du Nord dans le domaine du transport aérien.

Enfin, les répondants se sont montrés à 66% relativement satisfaits du service aérien offert dans son ensemble, 29% de ceux-ci se déclarant plus ou moins satisfaits et enfin 6% des répondants se disant insatisfaits. A la lumière des commentaires ci-dessus concernant l'horaire et la fréquence du service aérien, de même qu'en tenant compte des commentaires émis à l'article 3.4 sur l'impact de la localisation de l'aéroport et de ceux sur la tarification, le taux de satisfaction déclaré de 66% s'explique. Si l'expérience du service aérien s'était poursuivie, il aurait été relativement facile d'améliorer le taux de satisfaction. Pour un service aérien n'ayant que 6 mois d'existence, le taux de satisfaction apparaît donc intéressant et acceptable.

### 3.7 Une explication à la non-utilisation du service

La dernière question du sondage avait pour objet d'identifier les motifs de la non-utilisation du service par les répondants ayant préalablement une connaissance de l'existence du service aérien. Trois motifs étaient demandés; par ordre d'importance, les motifs exprimés furent les suivants:

RANG	MOTIFS	%
1	Trop de délais à destination, aucune économie de temps	20,6
2	Aéroport mal situé	18,6
3	Absence d'automobile personnelle à destination	13,6
4	Tarifcation et coût total de voyage trop élevés	12,2
5	Horaire peu adapté	10,9
6	Préférence pour un autre mode de transport	10,9
7	Autres motifs	9,5
8	Absence de service aérien vers la destination choisie	3,5
9	Avion peu approprié	3,3
10	Mauvaise qualité du service aérien	0,0

Ces réponses, considérées individuellement ou prises dans leur ensemble, sont logiques et vont dans la même direction que les réponses apportées antérieurement à d'autres questions, particulièrement celles ayant trait aux destinations finales privilégiées et aux modes de transport préférés.

Aussi, compte tenu que Montréal et Québec constituent, et de loin, les deux destinations finales privilégiées, que l'automobile représente le mode de transport préféré, que les gens d'affaires de Sherbrooke peuvent rallier Montréal et Québec par automobile en 90 minutes et 150 minutes respectivement, on peut comprendre que les répondants se refusent à utiliser le service aérien parce qu'il y a trop de délais et

aucune économie réelle de temps (20,6%), que l'aéroport est mal situé (18,5%), qu'il n'y a pas d'automobile personnelle à destination (13,6%) et que le coût total du voyage semble trop élevé (12,2%). De même, 10,9% ont répondu que l'horaire du service aérien offert leur semblait peu adapté à leurs besoins et qu'ils préféreraient un autre mode de transport (10,9%).

Enfin, un peu plus de 3% de répondants ont affirmé n'avoir utilisé le service aérien parce qu'il n'y avait pas de service aérien complémentaire (de correspondance) vers la destination finale choisie et que l'aéronef était peu approprié.

Somme toute, le fait que Montréal et Québec constituaient les deux destinations finales privilégiées par les répondants, le peu de distance entre Sherbrooke et ces deux points et la préférence marquée des répondants pour l'automobile expliquent essentiellement pourquoi les répondants n'ont pas utilisé le service aérien.

Aussi, dans une perspective d'amélioration du service, il faut se rendre à l'évidence que les moyens disponibles pour améliorer cet état de faits auraient été peu nombreux. En effet, le choix des destinations finales est fonction, entre autres, de la nature des entreprises et des organismes et de leur importance. Or, à Sherbrooke, les organismes publics et parapublics sont tournés vers Québec et Montréal dans leur relations d'affaires extra-régionales et les industries manufacturières, compte tenu dans l'ensemble de leur importance, ont des liens d'affaires avant tout avec Montréal.

#### 4. UN RÉSUMÉ: LES FAITS SAILLANTS DU SONDAGE

##### 4.1 Les aspects méthodologiques

- Le sondage a été effectué entre le 17 mars 1986 et le 10 avril 1986.
- Le territoire d'enquête correspondait à la région administrative des Cantons-de-l'Est (région 05).
- Le sondage a rejoint les secteurs d'activités suivants qui constituaient la clientèle-cible: commissions scolaires, collèges, universités, médias d'information, organismes municipaux, organismes publics et parapublics, laboratoires d'essais, services de génie-conseil, consultants.
- Les répondants potentiels au sondage étaient au nombre de 756; après échantillonnage, 522 questionnaires furent expédiés. Le nombre de questionnaires reçus fut de 250. Après pondération statistique, l'analyse des données a porté sur 414 questionnaires.
- L'analyse des données a été effectuée à l'aide du logiciel "STATPAC" (Statistical Analysis Package).

Pour un niveau de confiance de 95%, le taux d'erreur des différents résultats du sondage varie entre 4% et 8% si le nombre de répondants est supérieur à 100, et entre 4% et 13%, si le nombre de répondants est inférieur à 100.

- La répartition pondérée des questionnaires reçus montre que l'agglomération de Sherbrooke (secteur B-3) représentait 61,8% des répondants.

#### 4.2 Les résultats du sondage

- Pour l'ensemble du territoire considéré, 24% des répondants appartiennent au secteur public et parapublic et 72% au secteur de la fabrication.
- Au niveau du statut des entreprises et des organismes, 24% des répondants constituent des organismes publics et parapublics, 66% représentent des industries autonomes et 9% ont le statut de filiales.
- Pour l'ensemble des Cantons-de-l'Est, plus de 50% des entreprises autonomes qui ont répondu au sondage emploient moins de 15 personnes et près de 90% d'entre elles, moins de 50.
- Selon ce sondage, 61% des entreprises qui ont le statut de filiales emploient plus de 50 employés et 25%, plus de 200 employés.
- Parmi les répondants au sondage, 60% d'entre eux ont manifesté un besoin pour des voyages d'affaires à l'extérieur de la région 05.
- Sur la base du statut des organismes, les besoins en transport des entreprises autonomes pour des voyages d'affaires à l'extérieur de la région 05 ne sont que de 47,6%. Pour la région de Sherbrooke, ce pourcentage n'est que 41,7%. Tous les autres organismes ont un pourcentage supérieur à 70%.
- C'est l'entreprise privée qui démontre et de loin, le moins de besoins en transport à l'extérieur de la région 05.

- Les destinations finales choisies par les répondants pour les voyages d'affaires à l'extérieur de la région 05 sont dans l'ordre: Montréal (81,9%), Québec (63,8%), Toronto (38,4%) et Hull/Ottawa (31,3%).
- 5,4% des entreprises et organismes ayant de 1 à 5 employés effectuent plus de dix voyages d'affaires par année comparativement à 64% pour les entreprises ayant de 101 à 200 employés et à 57% pour celles avec plus de 200 employés.
- Pour 39,7% des répondants, les voyages d'affaires ont une durée de un jour et pour 38,6%, une durée de deux jours. Ces voyages n'impliquent dans 72,4% des cas qu'une seule personne.
- Les répondants préfèrent du simple au double l'automobile à l'avion, l'autobus et le train se classant loin derrière.
- Les motifs des répondants qui sous-tendent leur choix d'un mode de transport pour les voyages d'affaires sont dans l'ordre, la rapidité, la distance à parcourir, la souplesse d'utilisation et le coût.
- Sur la base des données du sondage, le trafic total potentiel sur le réseau de Sherbrooke équivaut à 3 000 passagers annuellement, soit un taux d'occupation de 29% (capacité de l'avion: 5 passagers).
- Les usagers du service aérien provenaient à 80% de la zone immédiate de Sherbrooke (section B-3).

- Pour l'ensemble du territoire, 80% des répondants ont affirmé connaître l'existence du service aérien, à Sherbrooke même (section B-3) ce rapport grimpe à 92%.
- Au niveau du temps de connaissance du service, 78% des répondants ont affirmé connaître l'existence du service depuis trois à six mois. Ce pourcentage est de 82% à Sherbrooke même (section B-3).
- Quant à l'efficacité des médias d'information, 51% des répondants ont pris connaissance de l'existence du service aérien pour la publicité faite dans le service, 40% face aux dépliants publicitaires, 32% par les reportages dans les journaux.
- Seulement 20% des entreprises et des organismes qui connaissent l'existence du service aérien l'ont effectivement utilisé.
- Les usagers du service aérien étaient satisfaits à plus de 80% au type d'avion utilisé, du système de réservation offert et de la qualité du personnel impliqué.
- Le niveau de satisfaction en regard de la tarification a été de 62%.
- Seulement 37,5% des usagers du service aérien se sont montrés satisfaits de la fréquence et de l'horaire et 43,8%, plus ou moins satisfaits.
- Parmi les usagers du service aérien, 25% se sont dits insatisfaits de la localisation de l'aéroport et 47% plus ou moins satisfaits.

- Près de 40% des répondants qui ont utilisé le service aérien affirment avoir consacré plus de 45 minutes pour atteindre l'aéroport.
- Dans son ensemble, 66% des répondants se sont montrés relativement satisfaits du service aérien offert.
- Les trois principaux motifs de la non-utilisation du service aérien ont été les suivants: les délais et l'absence d'économie réelle de temps, la mauvaise localisation de l'aéroport et l'absence d'un véhicule personnel à destination.

## 5. CONCLUSION

Le sondage a démontré, sans équivoque, que la région de Sherbrooke ne peut assurer, à moyen terme, la viabilité financière d'un service aérien régulier, quelles que soient par ailleurs les qualités inhérentes à un tel service. En ce sens, ce sondage corrobore l'expérience vécue du service aérien entre les mois de septembre 1985 et de mars 1986.

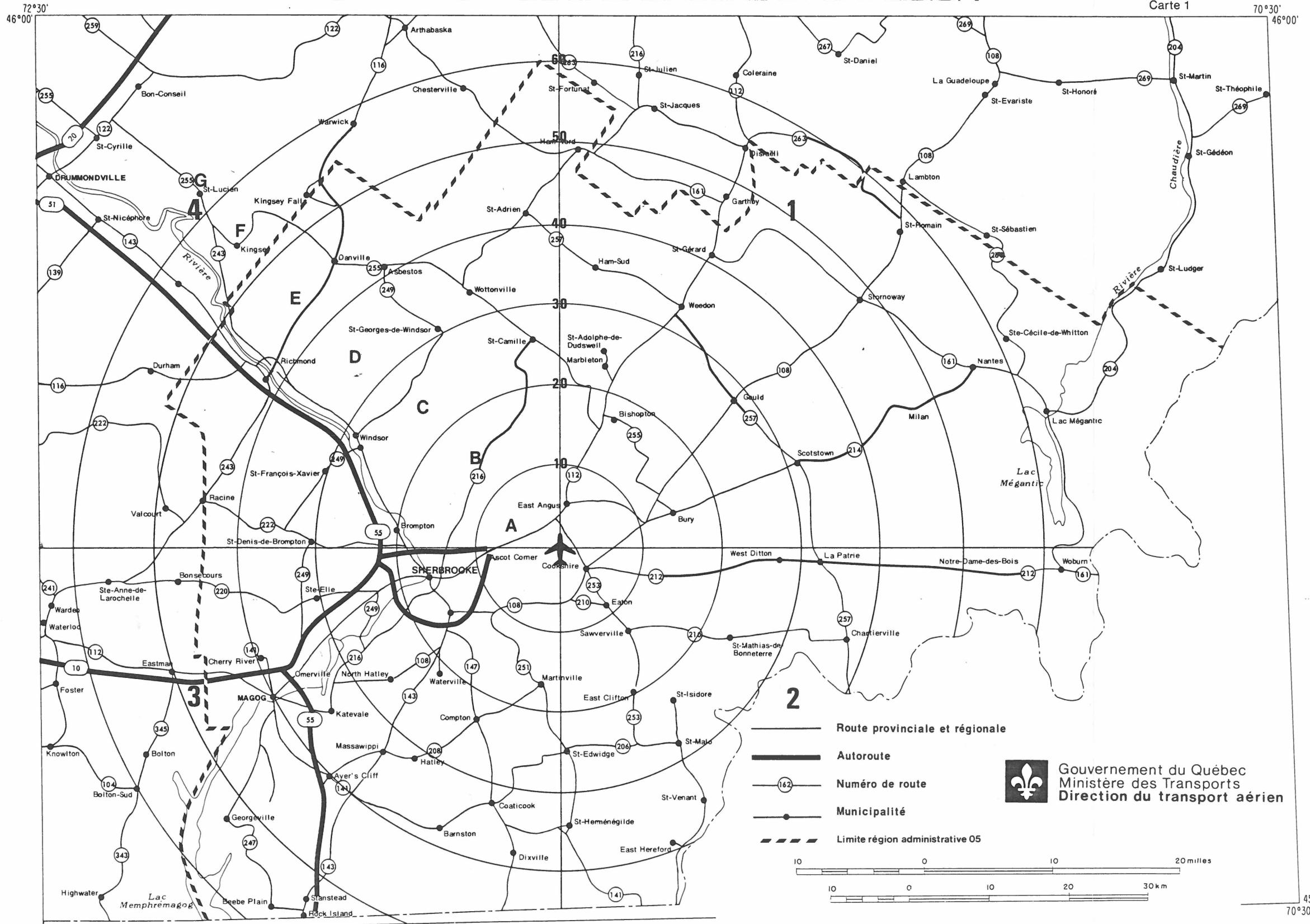
Cette situation s'explique par une combinaison de plusieurs facteurs. En premier lieu, même si le secteur industriel représentait près de 75% des répondants, celui-ci n'exprimait des besoins en transport à l'extérieur de la région de l'Estrie que dans une proportion de 48%. Qui plus est, ce rapport chutait à 42% dans la région la plus importante, Sherbrooke. Cette vocation locale du secteur de la fabrication s'est vérifiée indirectement par le biais de l'emploi. Pour l'ensemble du territoire, 60% des entreprises autonomes employaient moins de 15 personnes et 87% moins de 50. Enfin, les répondants ayant signifié des besoins en transport à l'extérieur de la région 05 ont retenu Montréal et Québec comme destinations finales privilégiées, et Toronto, Hull/ Ottawa comme destinations secondaires.

Ces éléments, ajoutés à la proximité relative de Montréal et de Québec, aux avantages liés à l'utilisation de l'automobile, à la localisation de Sherbrooke, se traduisent par un trafic insuffisant pour justifier un service aérien régulier à Sherbrooke, même de troisième niveau.

Par ailleurs, le sondage indique nettement que le niveau de trafic observé durant la période d'expérimentation du service aérien, n'était nullement le résultat d'un service déficient mais reflétait, plutôt, une absence de besoins.

# L'AÉROPORT DE SHERBROOKE ET SA RÉGION

Carte 1



MINISTÈRE DES TRANSPORTS



QTR A 107 997