

A stylized map of the Montreal area, showing the city and surrounding regions, rendered in a light blue color against a darker blue background.

Bilan 2007-2011

Programme d'amélioration des services
de transport en commun
(PASTECC)

TABLE DES MATIÈRES

1	Introduction	3
	Contexte	3
2	La démarche de la STM	4
	Avant d'arriver à destination : connaître son point de départ	4
	Les stratégies	5
	Des choix éclairés	6
3	Les améliorations de service de la STM	8
	Contraintes	8
	Programmation	8
	Offre de service globale	8
	Services fournis en régie	9
	Métro	9
	Bus	10
	Réseaux Métro+Bus	11
	Services à contrat	12
	Taxis collectifs	12

Offre de service par stratégie	13
Métro	13
Bus	15
Taxis collectifs	17
4 Coûts additionnels associés au PASTEC	18
Subventions à l'acquisition de bus	19
Équipements additionnels requis	19
Mise en place de mesures préférentielles pour bus (MPB)	20
Orientations tarifaires	20
5 Les impacts sur l'achalandage et la satisfaction clientèle	22
4 Conclusion	25

1. INTRODUCTION

Contexte

Le gouvernement du Québec a rendu publique en juin 2006 la **Politique québécoise du transport collectif**, qui visait un objectif global d'accroissement de l'utilisation du transport collectif de 8 %. Grâce à une aide financière directe, les sociétés de transport devaient améliorer l'offre de service aux clients de 16 % en 5 ans et inciter la population à utiliser davantage le transport collectif. Cette politique s'est directement inscrite dans la mise en œuvre du développement durable, en raison des dimensions économique, environnementale et sociale liées à l'utilisation du transport collectif et à son accessibilité. Pour sa part, le **Plan de transport de Montréal**, adopté en juin 2008, a concrétisé les engagements de la Ville de réduire la dépendance à l'auto par un usage accru du transport collectif.

La STM a donc entrepris en 2007 une démarche d'amélioration des services offerts aux Montréalais. D'autres interventions dans les domaines de la gestion de la demande, des stratégies tarifaires et de la mise en marché ont également été réalisées afin de soutenir ces mesures, ce qui a permis de conforter les clients actuels dans leur choix, de les fidéliser et d'accroître l'attractivité du transport collectif auprès des clients occasionnels et des non-clients.

Cette vaste démarche de transport durable a permis à la STM de relancer le transport collectif à Montréal, a contribué au dépassement en 2011 de l'objectif d'augmentation de l'achalandage de 8 % et à retrouver en 2008 la part modale de 37 % que le transport collectif représentait en 1993 dans le marché des déplacements de Montréal.

2. LA DÉMARCHE DE LA STM

Avant d'arriver à destination : connaître son point de départ

Dans le cadre de sa démarche d'amélioration des services offerts aux Montréalais, la STM a d'abord posé plusieurs diagnostics en 2006, dont voici les principaux constats :

➤ Les tendances

Depuis 1993, les tendances de la demande de transport allaient à l'encontre du transport collectif : sa part modale était en baisse de 3 points passant de 37 % à 34 % en 2003. La baisse de 11 points de la part modale était encore plus importante chez les jeunes de moins de 18 ans. Par ailleurs, d'ici 20 ans, plus de 20 % de la population aura plus de 65 ans et cette clientèle est un marché important pour les déplacements en période hors pointe.

➤ L'offre de transport

L'offre de service était surtout développée en période de pointe et vers le centre de l'agglomération, de sorte que le réseau était très compétitif par rapport à l'auto quant au temps de déplacement uniquement vers le centre-ville. Malgré cela, le centre-ville de Montréal constituait encore un secteur à fort potentiel à développer davantage en période de pointe ainsi qu'en période hors pointe. De plus, l'offre de transport le desservant ne disposait pratiquement plus d'aucune capacité résiduelle et les onze axes les plus achalandés du réseau de bus, qui constituaient le cœur des axes forts du réseau de la STM, transportaient 40 % des passagers du réseau de bus. Cela confirmait leur importance stratégique.

➤ Le positionnement

La STM désirait mieux se positionner auprès de la clientèle et renforcer son image de marque. La Société jouissait d'une forte notoriété et d'un bon capital de sympathie ; l'amélioration de l'image de marque devait renforcer l'attachement des clients envers cette dernière. Alors perçue comme honnête, responsable et traditionnelle, la STM désirait migrer vers un positionnement dont les principaux attributs seraient d'être près des gens, dynamique, contemporaine et qui ferait sa part pour l'environnement.

➤ Les attentes de la clientèle

Les sondages réalisés en 2006 indiquaient un taux de satisfaction de la clientèle de 83 % pour l'ensemble des services offerts par la STM. Des sondages avaient permis d'identifier clairement les attentes des clients : un métro fréquent, fiable, sécuritaire et propre et des services de bus ponctuels, fréquents, courtois et sécuritaires. D'autre part, l'exercice de segmentation complété en 2006 par la STM a permis de cibler les segments de clientèle représentant le plus fort potentiel de croissance d'achalandage.

➤ Le développement durable

La STM s'est engagée sur la voie du développement durable en signant la charte de UITP en mai 2005. Cet engagement signifie que la STM doit viser la mobilité des Montréalais, la réduction de l'utilisation des autos, des GES et de la pollution. Depuis, elle a entrepris des travaux pour intégrer le développement durable et le considérer comme une priorité dans son plan d'affaires 2007-2011. Le programme d'amélioration des services de transport en commun (PASTEC) répondait à l'une de ces orientations, soit le transport durable.

Les stratégies

Forte de ces constats, la STM avait identifié quatre stratégies afin d'améliorer son offre de service car c'est la caractéristique fondamentale du produit utilisé par le client. Voici les principales stratégies choisies pour déterminer les améliorations qui devaient être réalisées :

➤ Améliorer la desserte du centre-ville et de sa périphérie

Il fallait répondre à court terme à la très forte demande du secteur centre-ville et de sa périphérie en améliorant la fréquence du métro et en améliorant la quantité et la qualité des services rapides par bus de type Express et Métrobus vers le centre-ville.

➤ Améliorer la compétitivité du transport en commun sur les axes forts

Afin d'améliorer les temps de déplacement du client, des mesures préférentielles pour bus devaient être installées sur le réseau artériel montréalais et des services de bus rapides superposés aux lignes de bus locales devaient offrir un service toute la journée. L'opportunité offerte par les axes à fort achalandage (Pie-IX, Henri-Bourassa, etc.) devait être saisie pour mettre en place les conditions pour implanter des services de capacité intermédiaire tels des bus articulés et, à plus long terme, des « Système Rapide par Bus (SRB) » ou tramway.

➤ Améliorer la structure du réseau dans les secteurs stratégiques

Dans les zones en développement, il était essentiel de s'assurer d'obtenir les aménagements nécessaires à une desserte optimale en transport collectif et de garantir un service à ces nouveaux clients dès le début.

➤ Adapter l'offre aux besoins de clientèles spécifiques

Il fallait également s'assurer d'adapter l'offre de service aux besoins de clientèles spécifiques comme les personnes âgées, les travailleurs des parcs industriels et les étudiants des institutions d'enseignement de niveaux secondaire et post-secondaire.

Des choix éclairés

Les mesures d'amélioration de l'offre de service ne pouvaient à elles seules permettre d'atteindre l'objectif d'augmenter l'achalandage. Il fallait qu'elles soient accompagnées par des mesures de gestion de la demande, qui encouragent l'utilisation des modes de transport collectif et actif tout en restreignant l'utilisation de l'auto solo (ex. : mesures fiscales telles que taxes sur le stationnement, l'immatriculation et l'essence, covoiturage, auto-partage, cocktail transport, etc.).

La STM a donc mis en place plusieurs partenariats avec les acteurs montréalais du transport alternatif. Il s'agit du spécial estival Bixi-Bus avec la Société de vélo en libre-service et du Duo auto + bus avec Communauto. Il y a également le cocktail transport : les membres du Duo auto + bus peuvent ajouter le service de vélos en libre service Bixi à leur abonnement.



Parallèlement aux améliorations au service de transport, la STM a également développé des stratégies de mise en marché afin de fidéliser la clientèle régulière et d'accroître la fréquence d'utilisation du transport collectif chez les clients occasionnels. Ces stratégies ont permis, entre autres, l'amélioration de l'expérience client globale, le développement et l'amélioration des outils d'information clientèle et des promotions ciblées auprès de clientèles spécifiques.

À la suite de l'implantation de la carte OPUS en 2008, la STM a été en mesure d'améliorer la compétitivité du prix du transport collectif avec des produits tarifaires ciblés tels : 2 passages, 10 passages, CAM 4 mois pour le tarif réduit, Soirée illimitée (entre 18h et 5h), le titre de groupe (1 adulte et 10 enfants de 6 à 13 ans), le programme Sorties en famille, le programme CAMPUS pour les étudiants, Opus à l'année et, enfin, Opus et Cie pour les entreprises.

Enfin, la STM a rehaussé son image de marque grâce à des partenariats et à des campagnes de communication tant sur les avantages du transport collectif que sur les différentes améliorations apportées à l'offre de service.



3. LES AMÉLIORATIONS DE SERVICE DE LA STM

Contraintes

Deux principales contraintes ont guidé le choix et la programmation des mesures d'amélioration.

D'une part, l'offre du métro était saturée durant les périodes de pointes lors de la mise en place du PASTEC. En effet, la ligne 2 était à saturation durant ces périodes et la disponibilité du matériel roulant était nulle. Ceci était également le cas pour la ligne 1, mais dans une moindre mesure. À moyen terme, cette disponibilité a été améliorée grâce aux programmes d'amélioration des processus d'entretien et de réaménagement des voitures MR-73 et MR-63 permettant d'augmenter la capacité.

D'autre part, la taille du parc de bus limitait les mesures d'amélioration de l'offre de service durant les périodes de pointes. Une révision à la baisse des taux d'immobilisation des véhicules dans les garages et l'acquisition de véhicules supplémentaires (dans un contexte où la capacité résiduelle des garages était restreinte) s'imposait donc pour permettre la croissance de l'offre dans ces périodes critiques.

Programmation

Afin de tenir compte de ces contraintes, les mesures mises en place au métro l'ont été, en 2007 et 2008, aux extrémités et à l'extérieur des heures de pointe. En ce qui a trait au réseau des bus, les mesures mises en place en 2007 et 2008 ont principalement été réalisées pour les périodes autour des pointes et entre les pointes afin de minimiser les impacts sur la taille de la flotte. De plus, afin de mieux cibler les interventions à réaliser, les efforts de la fin 2007 et du début 2008 ont été concentrés sur l'évaluation de certains projets de démonstration et la réalisation d'études visant à mieux définir les mesures à réaliser durant les années subséquentes. Ainsi, la mise en place du programme bus s'est véritablement faite à partir de l'été 2008 et les actions entreprises depuis sont présentées dans les sections suivantes.

Offre de service globale

Cette section porte sur les résultats que les actions et mesures décrites précédemment ont généré, de façon globale. La section suivante permettra de constater les efforts déployés selon les quatre stratégies identifiées préalablement, toujours en prenant pour base de comparaison l'année 2006, qui se situe tout juste avant le début du PASTEC.

Services fournis en régie

➤ Métro

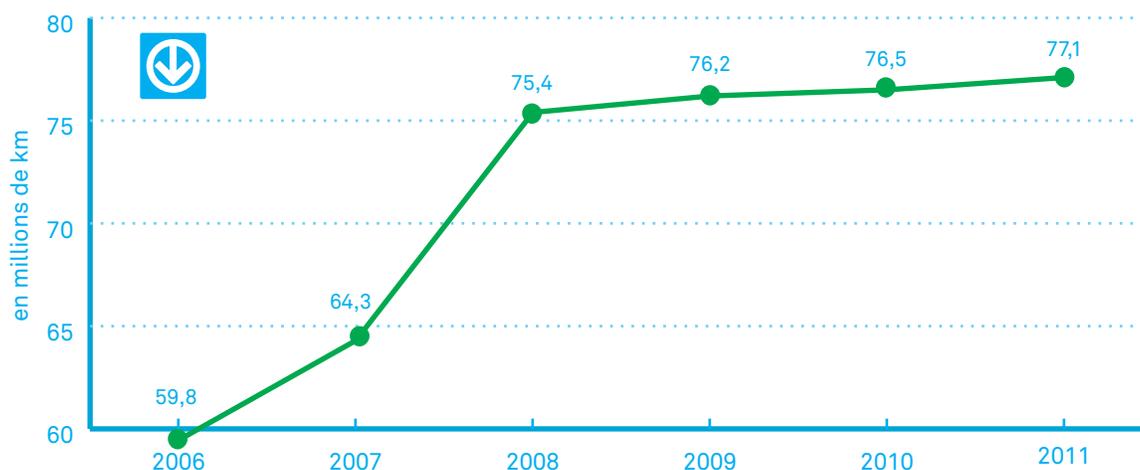
Tout d'abord, l'offre totale de service métro est passée de 59,8 millions de voitures-kilomètres en 2006 à 77,1 millions en 2011, soit une augmentation de 28,9 %. Quant au prolongement de la ligne 2-Orange à Laval, son impact a été une augmentation du kilométrage sur la ligne 2 de 3,2 M voit-km dès son ouverture en avril 2007, puis de 4,7 M voit-km annuellement dès 2008. Ainsi, l'augmentation de l'offre de service dans le métro, sans compter l'exploitation de la ligne 2 à Laval, est de 21 % entre 2006 et 2011.

Tableau 1 : Augmentation de l'offre kilométrique du métro

RÉSEAU DU MÉTRO	2007	2008	2009	2010	2011
Exploitation du tronçon Laval (voitures-km)	3 233 958	4 722 826	4 722 826	4 722 826	4 722 826
Ajout de voitures-km sur le réseau	1 252 287	10 800 976	11 670 336	11 979 168	12 571 461
% d'augmentation de l'offre de service (sans Laval)*	2,1 %	18,1 %	19,5 %	20,0 %	21,0 %

*Sans le kilométrage relié à l'exploitation de la ligne 2 à Laval

Graphique 1 : Offre de service du réseau du métro 2006-2011 (incluant Laval)



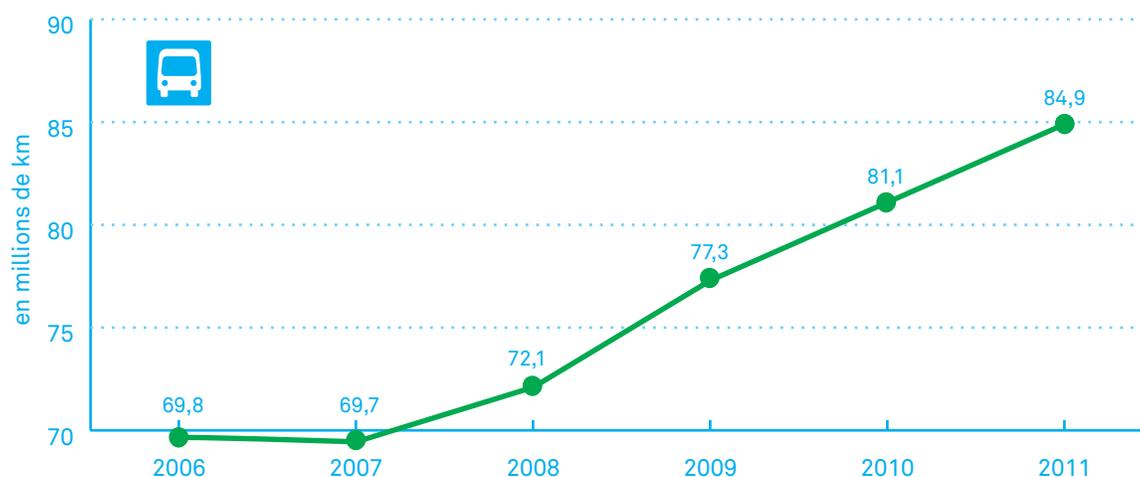
► Bus

De son côté, l'offre de service bus a été augmentée de 21,6 % depuis 2006, passant de 69,8 millions de véh-km totaux en 2006 à 84,9 millions à la fin de 2011. En terme d'heures de service, ceci correspond à une hausse de 17,4 %, pour atteindre une offre de près de 5 M d'heures annuelles en 2011.

Tableau 2 : Augmentation de l'offre de service du réseau de bus

RÉSEAU DES BUS	2007	2008	2009	2010	2011
Véhicules-heures totaux	-34 891	96 081	389 288	541 505	734 813
Véhicules-km totaux	-69 072	2 354 205	7 544 431	11 337 769	15 088 308
Véhicules-heures commerciaux	-19 944	89 810	325 844	435 215	579 751
Véhicules-km commerciaux	-436 019	1 687 803	6 269 215	9 298 130	12 170 006
% d'augmentation de l'offre de service (h)	-0,8 %	2,3 %	9,2 %	12,8 %	17,4 %
% d'augmentation de l'offre de service (km)	-0,1 %	3,4 %	10,8 %	16,2 %	21,6 %

Graphique 2 : Offre de service du réseau de bus 2006-2011



➤ Réseaux Métro+Bus

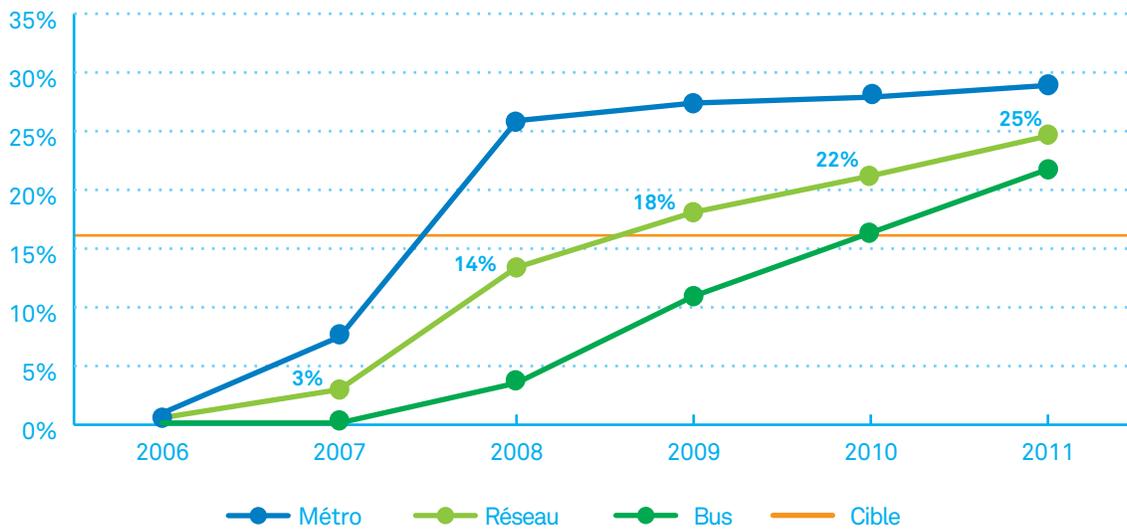
Les deux réseaux combinés montrent une augmentation de 32,3 M km par rapport à 2006, ce qui correspond à une augmentation globale de service de 25 % (pour totaliser 162 M km en 2011). Ainsi, la STM a dépassé l'objectif gouvernemental de la PQTC qui se situait à 16 % et ce, dès 2009. Les tableaux et graphiques suivants présentent l'évolution de l'offre de service kilométrique depuis le début du PASTEC en 2007 jusqu'à la fin 2011.

Tableau 3 : Évolution de l'offre kilométrique totale du réseau de la STM

RÉSEAU DES BUS	2007	2008	2009	2010	2011
Ajout de véhicules-heures	-34 891	96 081	389 288	541 505	734 813
Véh-heures annuels (millions)	4,2	4,3	4,6	4,8	5,0
Ajout de véhicules-km	-69 072	2 354 205	7 544 431	11 337 769	15 088 308
Augmentation cumulée	-0,1 %	3,4 %	10,8 %	16,2 %	21,6 %
RÉSEAU DU MÉTRO					
Ajout de voitures-km	4 486 245	15 523 802	16 393 162	16 701 994	17 294 287
Voit-km annuels (millions)	64,3	75,4	76,2	76,5	77,1
Augmentation cumulée	7,5 %	25,9 %	27,4 %	27,9 %	28,9 %
Augmentation cumulée (sans Laval)*	2,1 %	18,1 %	19,5 %	20,0 %	21,0 %
RÉSEAU					
Ajout global de véhicules-km	4 417 173	17 878 007	23 937 593	28 039 763	32 382 595
% d'augmentation de l'offre de service	3,4 %	13,8 %	18,5 %	21,6 %	25,0 %
% d'augmentation de l'offre de service (sans Laval)*	0,9 %	10,1 %	14,8 %	18,0 %	21,3 %

*Sans le kilométrage relié à l'exploitation de la ligne 2 à Laval

Graphique 3 : Augmentation de l'offre de service globale 2006-2011 (en km)



Services à contrat

► Taxis collectifs

La STM a implanté de nouveaux services de taxis collectifs et a bonifié l'offre de ceux déjà en place afin de poursuivre le développement de la clientèle dans les secteurs à faible densité ou pour répondre aux besoins de clientèles spécifiques. Comme les contrats de ces services se divisent en deux types, soit un tarif horaire ou un tarif à la course, les résultats sont présentés selon ces particularités dans le tableau 4.

Tableau 4 : Évolution de l'offre de service des taxis collectifs du réseau de la STM

TAXIS COLLECTIFS	2007	2008	2009	2010	2011
Heures de service (taxis routes fixes)	647	763	1 193	1 010	1 002
Nombre de courses (taxis sur appel)	9 525	12 676	13 841	13 534	15 316
% d'augmentation de l'offre de service (heures)	-13 %	3 %	61 %	36 %	35 %
% d'augmentation de l'offre de service (courses)	5 %	39 %	52 %	49 %	68 %

Offre de service par stratégie

Tel que mentionné précédemment, quatre grandes stratégies avaient été identifiées afin de cibler les interventions à réaliser dans le réseau, qui engendreraient à leur tour des impacts significatifs sur l'achalandage. Les sections suivantes présentent les efforts qui ont été déployés au cours du PASTEC, pour les réseaux de métro et de bus, selon ces quatre stratégies.

► Métro

Le plan déposé au MTQ par la STM en 2007 prévoyait six mesures totalisant une augmentation de 12,19 M voitures-km, dans le but de bonifier l'offre de service du métro. Toutes ces mesures ont vu le jour pendant la période 2007-2011, à l'exception de celle prévoyant l'augmentation du service en période de pointe grâce l'arrivée du nouveau matériel roulant. La STM étant actuellement en attente de la livraison de ces voitures devant être mises en service en 2014 (qu'on nomme aujourd'hui les MPM -10 ou plus récemment, Azur), d'autres moyens ont été entrepris pour augmenter la capacité de transport des voitures de métro actuellement en service. L'intérieur des MR-73 a donc été réaménagé en 2008 pour pouvoir accueillir 10 % plus de passagers et celui des MR-63 a été révisé en 2011, ce qui a permis d'accueillir 8 % plus de passagers.

Comme le montre le tableau suivant, ce sont finalement 17,3 M voitures-km qui ont été ajoutés entre 2007 et 2011 (en incluant le prolongement du métro à Laval), ce qui correspond à ce qui avait initialement été prévu.

Tableau 5 : Véhicules-km totaux par mesure- Réseau du métro

Stratégies	Mesures		Véhicules - km (x1000)				
			2007	2008	2009	2010	2011
Améliorer la compétitivité du TEC sur les axes à fort achalandage et améliorer la desserte du centre-ville et de sa périphérie	1	Ligne 2: Ouverture du prolongement de la ligne à Laval (avril 2007) et exploitation du prolongement sur une base annuelle	3 234,0	1 488,9			
	2	Ligne 5: Exploitation de la ligne avec 2 éléments en tout temps pour l'horaire de fin de semaine et de semaine et pendant la période d'été	1 220,4				
	3	Ligne 1: Diminution de l'intervalle aux extrémités des pointes et durant l'interpointe en semaine		3 582,0			
	4	Ligne 1: Diminution de l'intervalle en après-midi le samedi et le dimanche					
	5	Ligne 1: Variation graduelle de 8 à 10,5 min. en soirée et tôt le matin					
	6	Ligne 2: Diminution de l'intervalle aux extrémités des pointes et durant l'interpointe en semaine		5 189,3			
	7	Ligne 2: Diminution de l'intervalle en après-midi le samedi et le dimanche					
	8	Ligne 2: Variation graduelle de 8 à 10,5 min. en soirée et tôt le matin					
	9	Ligne 2: Ajout d'un 34e train sur la ligne 2 aux heures de pointes					
	10	Ligne 4: Changement au mode opératoire en heure de pointe: 5 trains de 2 éléments MR-63 (au lieu de 4 trains de 3 éléments MR-73)		-61,7			
	11	Ligne 5: Diminution de l'intervalle aux extrémités des pointes en semaine		839,1			
	12	Ligne 5: Variation graduelle de 8 à 10,5 min. en soirée et tôt le matin					
	13	Toutes les lignes: ajustement de l'offre aux variations de l'achalandage	31,9		869,4	308,8	592,3
	Véh-km totaux ajoutés / an (x1000)		4 486,2	11 037,6	869,4	308,8	592,3
	TOTAL (M km)				17,29		
	TOTAL (excluant le prolongement à Laval)				12,57		

► Bus

Par rapport à ce qui avait initialement été prévu et déposé par la STM au MTQ comme programmation, quelques mesures ont été ajoutées au cours des 5 années du PASTEC. En effet, des ajouts de service ont été faits sur les Métrobus et Express aux heures de pointe également, l'Île-des-Sœurs a bénéficié d'une bonification de sa desserte, certaines artères commerciales ont vu leur service augmenter en dehors des heures de pointe, le réseau de nuit a été complètement révisé et des dessertes récréo-touristiques ont été créées ou bonifiées. Toutes les autres mesures prévues ont donc été réalisées, sauf l'ajustement du réseau au train de l'Est et de nouvelles dessertes par un lien routier sur le boulevard Cavendish, en raison de la non-réalisation de ces projets par les partenaires de la STM.

La projection initiale de bonification du service bus déposée au MTQ rassemblait un ensemble de projets dont la mise en place engendrait un ajout de 11,6 M km à la fin du programme. Par la suite, l'autorisation gouvernementale d'augmenter cette enveloppe a permis à la STM de s'ajuster et de réaliser des mesures qui ont finalement engendré 15,1 M km supplémentaires pour le programme complet. Le tableau de la page suivante donne un aperçu des mesures mises en place par stratégie ainsi que l'importance relative de chacune d'elles par rapport aux ajouts totaux dans le réseau. Voici la répartition des efforts entre les quatre stratégies ainsi que quelques projets d'importance qui les caractérisent :

Stratégie 1: Améliorer la desserte du centre-ville et de sa périphérie → **28 % du km ajouté**

- Ajout de service en dehors des heures de pointe sur tous les Express
- Création des lignes 427-Express Saint-Joseph et 747 – Aéroport P-E-Trudeau/Centre-ville

Stratégie 2: Améliorer la compétitivité du TEC sur les axes à fort achalandage → **31 % du km ajouté**

- Mise en place du réseau 10 minutes MAX
- Création de la ligne 467-Express Saint-Michel

Stratégie 3: Améliorer la structure du réseau dans les secteurs stratégiques → **30 % du km ajouté**

- Création des lignes 26-Mercier-Est, 41-Quartier Saint-Michel/Ahuntsic et 495-Express Lachine/LaSalle
- Ligne 72-Alfred-Nobel : prolongement à la station de métro Côte-Vertu et ajout de service en hors pointe

Stratégie 4: Adapter l'offre aux clientèles spécifiques → **11 % du km ajouté**

- Refonte du réseau de nuit
- Création de 10 navettes Or
- 444-Express Cégep Marie-Victorin : Ajout de service en dehors des heures de pointe

En résumé, 14 lignes de bus et 10 Navettes Or ont été créées et 144 lignes de bus ont bénéficié d'ajouts de service pendant les 5 années du PASTEC.

Tableau 6 : Véhicules-km totaux par mesure- Réseau des bus

Stratégies	Mesures	Phasage					Véhicules - km (x1000)					%mesure	
		2007	2008	2009	2010	2011	2007	2008	2009	2010	2011		
Améliorer la desserte du centre-ville et de sa périphérie	1	Métrobus & Express aux heures creuses jour	2 lignes	15 lignes	1 ligne	1 ligne	2 lignes	201,1	1 290,6	42,6	262,6	205,3	13,3 %
	2	Métrobus & Express aux heures de pointe			3 lignes					323,7			2,1 %
	3	Ajout de nouvelles lignes rapides directes et sans correspondance				2 lignes					1 398,3		9,3 %
	4	Synchronisation autobus-train aux gares des lignes Montréal/Rigaud et Montréal/Deux-Montagnes				5 lignes	6 lignes				101,8	88,5	1,3 %
	5	Amélioration de la norme de charge					14 lignes					254,8	1,7 %
Améliorer la compétitivité du TEC sur les axes à fort achalandage	6	Lignes à arrêts limités superposées aux lignes locales			1 ligne					435,4			2,9 %
	7	Lignes primaires - bonification de l'offre de service aux extrémités des pointes		3 lignes	26 lignes				146,4	945,1			7,2 %
	8	Lignes primaires - bonification de l'offre de service toute la journée (intervalle maximum)		2 lignes		31 lignes			31,8		1 447,1		9,8 %
	9	Amélioration de la norme de charge					52 lignes					1 718,5	11,4 %
Améliorer la structure du réseau dans les secteurs stratégiques	10	Amélioration de l'offre de service de l'Ouest		11 lignes					209,0				1,4 %
	11	Amélioration de la desserte vers le pôle d'emplois de Dorval (209)		1 ligne	1 ligne				153,3	50,0			1,3 %
	12	Bonification de la desserte interne Sud-Ouest				1 ligne					805,9		5,3 %
	13	Bonification de la desserte de l'Île-des-Sœurs	2 lignes	3 lignes	3 lignes		3 lignes	122,7	76,6	70,6		138,0	2,7 %
	14	Dessertes pour développements résidentiels, industriels, commerciaux ou récréo-touristiques		8 lignes	10 lignes	3 lignes	4 lignes		1 237,6	710,9	113,5	693,2	18,3 %
Adapter l'offre aux clientèles spécifiques	15	Amélioration de la norme de charge					6 lignes				170,4		1,1 %
	16	Artères commerciales - Service hors pointe plus fréquent		3 lignes					72,2				0,5 %
	17	Dessertes pour les besoins spécifiques des personnes âgées		4 lignes	6 lignes	3 lignes	1 ligne		202,3	95,9	53,4	25,1	2,5 %
	18	Refonte du réseau de nuit					17 lignes					773,9	5,1 %
	19	Dessertes d'institutions d'enseignement, d'établissements de soins de santé, de lieux de travail		6 lignes			2 lignes		296,3			41,6	2,2 %
	20	Amélioration de la norme de charge					8 lignes					79,6	0,5 %
Véh-km totaux ajoutés / an (x1000)								323,8	3 716,0	2 674,2	4 182,6	4 188,9	100 %
TOTAL (M km)										15,09			

➤ Taxis collectifs

Finalement, le tableau ci-bas montre ce qui a été réalisé pour les services à contrat (taxis collectifs) entre 2007 et 2011.

Tableau 7 : Mesures PASTEC – Services de taxis collectifs

Stratégies	Mesures	Phasage				
		2007	2008	2009	2010	2011
Avenue Phillips	Nouveau taxi collectif	■				
Campus Bell Île-des-Sœurs	Nouveau taxi collectif		■			
Technoparc Saint-Laurent	Nouveau taxi collectif		■			
Pointe-Claire / Stewart Hall	Nouveau taxi collectif				■	
Île-Bizard	Prolongement de service et ajout d'arrêts				■	
Baie d'Urfé	Nouveau taxi collectif				■	
Sainte-Marie-L'Anse-à-l'Orme	Nouveau taxi collectif					■

4. COÛTS ADDITIONNELS ASSOCIÉS AU PASTEC

Toutes les mesures présentées dans les sections précédentes ont grandement contribué à bonifier l'offre en transport collectif, l'augmentation de 25 % du kilométrage effectué sur les réseaux de la STM en témoignant.

Les coûts reliés à cette augmentation sont présentés de façon détaillée dans le tableau 8. Il est important de noter que les nombres négatifs apparaissant en 2007 pour le réseau des bus sont le résultat d'une légère baisse (de 0,1 %) de l'offre de service en 2007 par rapport à 2006. En effet, le PASTEC débutait et peu d'interventions ont été réalisées cette année précise (voir tableau 9). Jumelé à la grève des employés d'entretien en mai 2007, ces deux facteurs expliquent les résultats négatifs observés.

Les coûts reliés aux améliorations à l'offre de service ont donc nécessité un investissement de 304,2 M\$, en ne tenant compte ici que des coûts d'exploitation. De plus, ils ont été financés à hauteur de 50 % par le MTQ et de 50 % par l'agglomération de Montréal et les revenus de la clientèle. Le tableau 9 montre la répartition des coûts et des revenus annuels pour la période 2007-2011, ainsi que les résultats globaux pour le programme de cinq ans.

Tableau 8 : Coûts relatifs à l'amélioration des services offerts et à la promotion du transport en commun

PASTEC	2007	2008	2009	2010	2011
BUS					
Hres de service totales (VS 2006)	-34 891	96 081	389 288	541 505	734 813
KM de service totaux (VS 2006)	-69 072	2 354 205	7 544 431	11 337 769	15 088 308
Coûts Bus	-4 884 K\$	18 549 K\$	45 210 K\$	50 623 K\$	68 591 K\$
MÉTRO					
Km-voitures totaux (VS 2006)	4 486 245	15 523 802	16 393 162	16 701 994	17 294 287
Coûts Métro	10 049 K\$	18 856 K\$	23 040 K\$	29 408 K\$	34 296 K\$
Autres coûts BUS et MÉTRO	-66 K\$	292 K\$	146 K\$	682 K\$	643 K\$
Coûts TAXIS COLLECTIFS	3 K\$	29 K\$	67 K\$	85 K\$	102 K\$
COÛTS RÉSEAU Positionnement du TeC	0 K\$	817 K\$	1 010 K\$	3 054 K\$	3 549 K\$
COÛTS TOTAUX (incluant Laval)	5 103 K\$	38 542 K\$	69 473 K\$	83 851 K\$	107 181 K\$
	304 151 K\$				

Tableau 9 : Résumé des coûts et des revenus - PASTEC

PASTEC	2007	2008	2009	2010	2011	Total programme
Coûts d'exploitation						
Bus	-4 884 K\$	18 549 K\$	45 210 K\$	50 623 K\$	68 591 K\$	178 089 K\$
Métro	10 049 K\$	18 856 K\$	23 040 K\$	29 408 K\$	34 296 K\$	115 649 K\$
Bus-Métro	-66 K\$	292 K\$	146 K\$	682 K\$	643 K\$	1 698 K\$
Taxis collectifs	3 K\$	29 K\$	67 K\$	85 K\$	102 K\$	285 K\$
Promotion	0 K\$	817 K\$	1 010 K\$	3 054 K\$	3 549 K\$	8 430 K\$
Sous-total coûts	5 103 K\$	38 542 K\$	69 473 K\$	83 851 K\$	107 181 K\$	304 151 K\$
Revenus						
Contribution MTQ	4 226 K\$	17 392 K\$	29 978 K\$	39 851 K\$	49 887 K\$	141 334 K\$
Contribution agglomération de Montréal*	877 K\$	21 150 K\$	39 495 K\$	44 000 K\$	57 294 K\$	162 818 K\$
Sous-total revenus	5 103 K\$	38 542 K\$	69 473 K\$	83 851 K\$	107 181 K\$	304 151 K\$
Écart des revenus sur les coûts	0 K\$	0 K\$	0 K\$	0 K\$	0 K\$	0 K\$

Note : Tous les coûts et les revenus du métro incluent le prolongement de la ligne 2 à Laval

*Inclut les revenus clients

Subventions à l'acquisition de bus

Le programme d'aide gouvernementale à l'amélioration des services de transport en commun prévoyait une subvention de 50 % au comptant pour l'acquisition des véhicules nécessaires à l'amélioration des services. La STM a procédé à l'acquisition de 1 056 bus, soit 854 bus réguliers et 202 articulés ainsi que de 12 minibus pendant la période 2007-2011, pour remplacer ses véhicules vieillissants et augmenter son parc de bus.

En tenant compte du remplacement des bus réguliers désuets, ce sont finalement 191 bus équivalents réguliers qui ont permis de bonifier l'offre de service. Sur ce nombre, 121 bus (90 en 2008 et 31 en 2009) ayant nécessité un investissement total de 56,1 M\$, ont été subventionnés via le PASTEC pour 27,8 M\$.

Équipements additionnels requis

Des projets d'investissement et des modifications aux installations de la STM étaient requis afin de soutenir le programme d'amélioration des services. Les projets d'investissement, d'une valeur de 72 M\$, ont été réalisés afin de mettre en place les divers éléments du programme et ont été subventionnés à 75 % par le PAGTCP (agrandissement du centre de transport Legendre pour accueillir les bus articulés et réfection du centre de transport Frontenac). Les modifications aux installations de la STM ayant coûté 3 M\$ n'ont pas été admissibles aux programmes de subvention existants (réfection à Saint-Denis, interventions diverses à Mont-Royal).

Mise en place de mesures préférentielles pour bus (MPB)

En collaboration avec la ville de Montréal, la STM a installé sur 136 kilomètres des mesures préférentielles pour bus (MPB), accordant la priorité aux clients du transport collectif. Les MPB sont financées à hauteur de 75 % par le programme régulier de subvention du MTQ, soit le PAGTCP (Programme d'aide gouvernementale au transport collectif des personnes).

Dans la phase I, ces mesures concernent principalement l'implantation de voies réservées et de feux prioritaires fixes de type chandelle aux intersections signalisées sur les axes MPB. Les axes suivants ont été réalisés depuis le début du programme :

Tableau 10 : Mesures préférentielles pour bus

Juin 2008	63,2 km	De La Commune (+2,3 km)
Août 2008	98,6 km	Saint-Michel, Beaubien, Rosemont (+35,4 km)
Décembre 2009	99,1 km	Louis-H.-Lafontaine (+0,5 km)
Août 2010	99,1 km	Détection bus - axe de démonstration St-Michel
Décembre 2010	100,7 km	Côte-Vertu (+1,6 km)
Mai 2011	105,3 km	A25 (+4,6 km)
Juin 2011	110,1 km	Saint-Joseph (+4,8 km)
Novembre 2011	130,8 km	Saint-Patrick, Notre-Dame, A20, Sherbrooke Est (+20,7 km)
Décembre 2011	136,0 km	Jean-Talon (+5,2 km)

Orientations tarifaires

Depuis 2007, la STM procède à des indexations tarifaires basées sur les critères suivants :

- Évolution des indices des prix à la consommation (IPC) et des prix du transport (IPT) de l'année précédente;
- La part des revenus clients (cible : 50 % des dépenses);
- L'augmentation du service et les investissements majeurs;
- L'impact sur l'achalandage;
- Diminution progressive de l'écart entre le tarif ordinaire et le tarif réduit en prévision d'atteindre 40 % de rabais en 2015.

Le graphique de la page suivante présente l'évolution des tarifs des CAM mensuelles ordinaires et réduites depuis 2006 en dollars courants et constants de 2006.

Graphique 4 : Évolution des tarifs des CAM mensuelles ordinaires et réduites depuis 2006 en \$ courants et constants (\$2006)

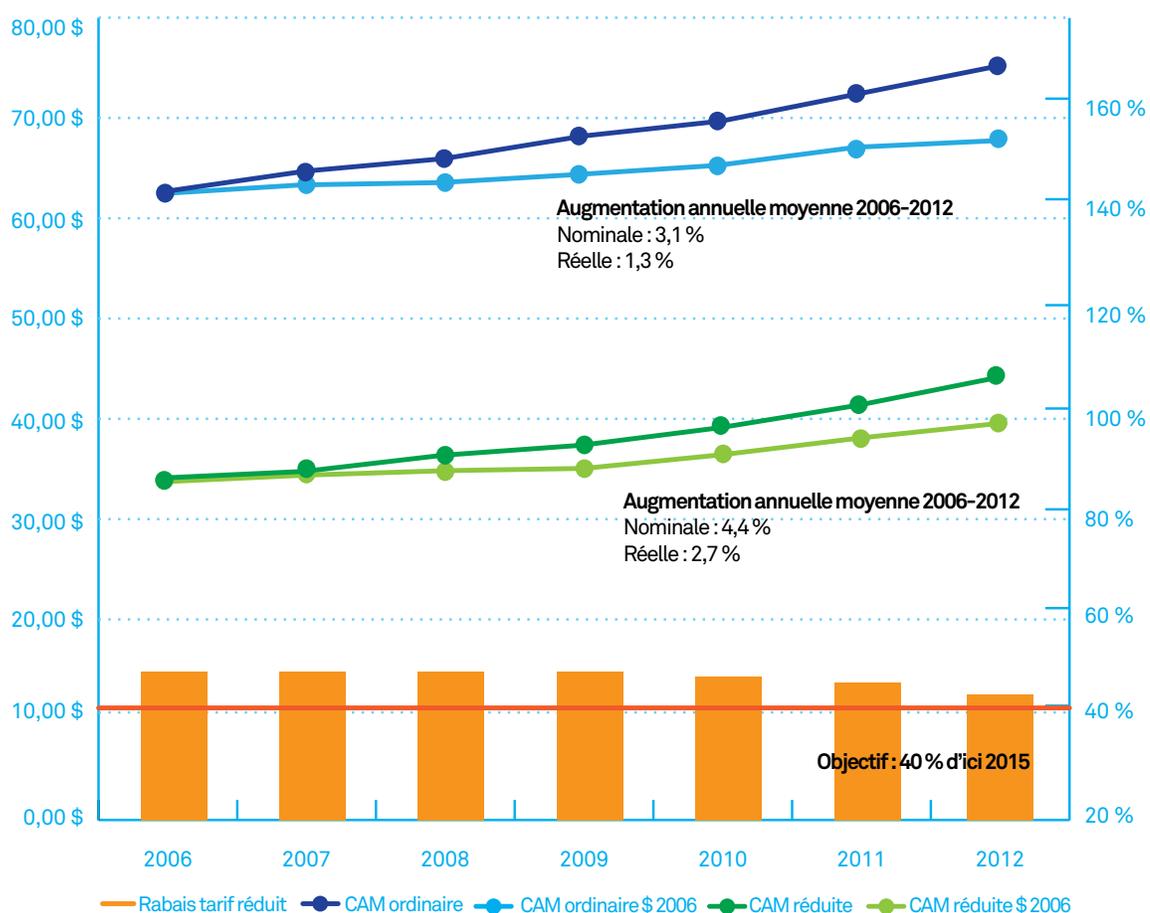


Tableau 11 : évolution de l'IPT pour la période 2006-2011

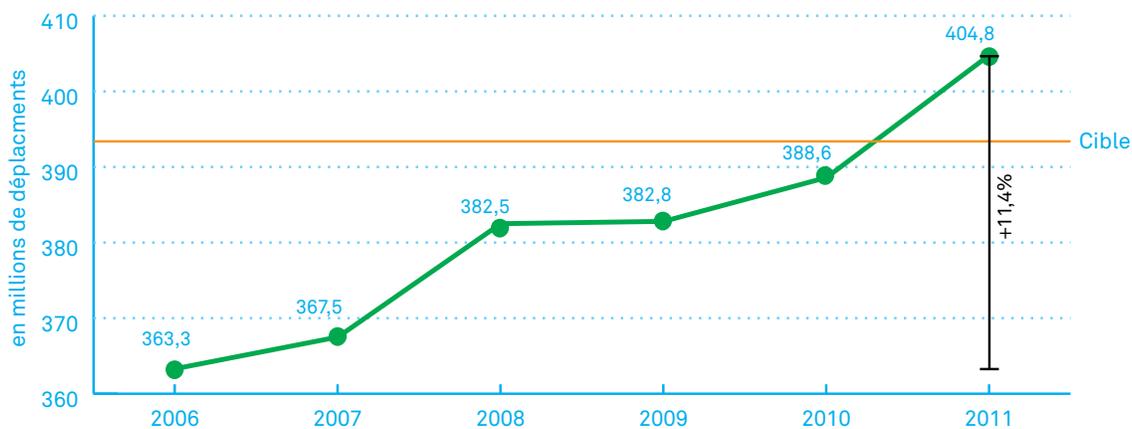
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
IPT	2.8 %	1.2 %	2.6 %	-6.7 %	4.2 %	7.3 %

Tel que mentionné précédemment, depuis l'introduction de la carte OPUS en 2008, la gamme tarifaire de la STM s'est considérablement étendue, permettant l'augmentation du revenu moyen par déplacement au-delà de l'indexation des tarifs des titres mensuels et unitaires. Cette diversification tarifaire a permis l'accroissement de l'achalandage, notamment en période hors pointe alors que l'offre de service excède la demande.

5. LES IMPACTS SUR L'ACHALANDAGE ET LA SATISFACTION CLIENTÈLE

Toutes les mesures mises en place au cours du PASTEC ont eu des répercussions importantes sur l'achalandage de la STM. En effet, celui-ci est passé de 363,3 M de déplacements en bus et métro en 2006 à 404,8 M en 2011, soit une augmentation de 11,4 %. L'objectif gouvernemental de 8 % a donc été dépassé, comme le montre le graphique suivant.

Graphique 5 : Évolution des déplacements bus et métro annuels 2006-2011



De façon détaillée, la hausse de l'achalandage se chiffre à 354 600 passagers-lignes supplémentaires par semaine, ou une augmentation de 7 % dans le réseau des bus. Cette augmentation se décline comme suit (à noter que les passagers par jour des quelques exemples suivants sont calculés pour un jour moyen de semaine) :

Stratégie 1 : Améliorer la desserte du centre-ville et de sa périphérie

33 % de la croissance des déplacements

- Ligne 470 – Express Pierrefonds : 12 000 passagers par jour (+183 %)
- Ligne 496 - Express Victoria : 3 100 passagers par jour (+193 %)
- Ligne 747 – Aéroport P-E-Trudeau/Centre-ville : 3 700 passagers par jour
- Ligne 427-Express Saint-Joseph : 2 400 passagers par jour
- Ligne 468-Express Pierrefonds : 2 800 passagers par jour (+478 %)

Stratégie 2 : Améliorer la compétitivité du TEC sur les axes à fort achalandage

39 % de la croissance des déplacements

- Réseau 10 minutes MAX : 553 000 passagers par jour (+4,2 %)
- Ligne 467-Express Saint-Michel : 15 700 passagers par jour

Stratégie 3 : Améliorer la structure du réseau dans les secteurs stratégiques

27 % de la croissance des déplacements

- Ligne 495-Express Lachine/LaSalle : 3 600 passagers par jour
- Ligne 41-Quartier Saint-Michel/Ahuntsic : 4 100 passagers par jour
- Ligne 26-Mercier-Est : 1 200 passagers par jour
- Ligne 72-Alfred-Nobel : 1 900 passagers par jour (+644 %)

Stratégie 4 : Adapter l'offre aux clientèles spécifiques

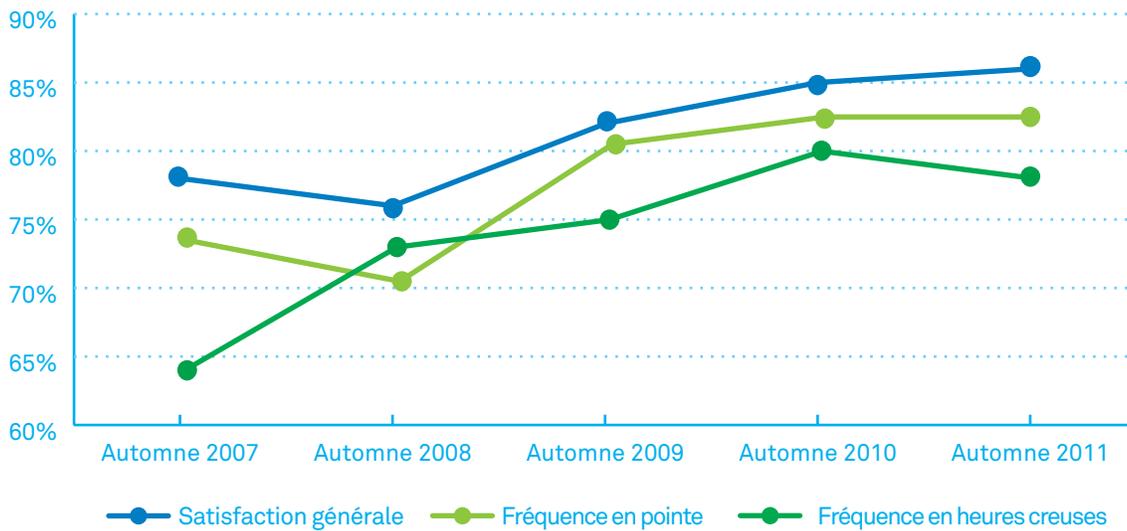
1 % de la croissance des déplacements

- Réseau de nuit : 5 200 passagers par jour (+41 %)
- Ligne 444-Express Cégep Marie-Victorin : 1 400 passagers par jour (+107 %)

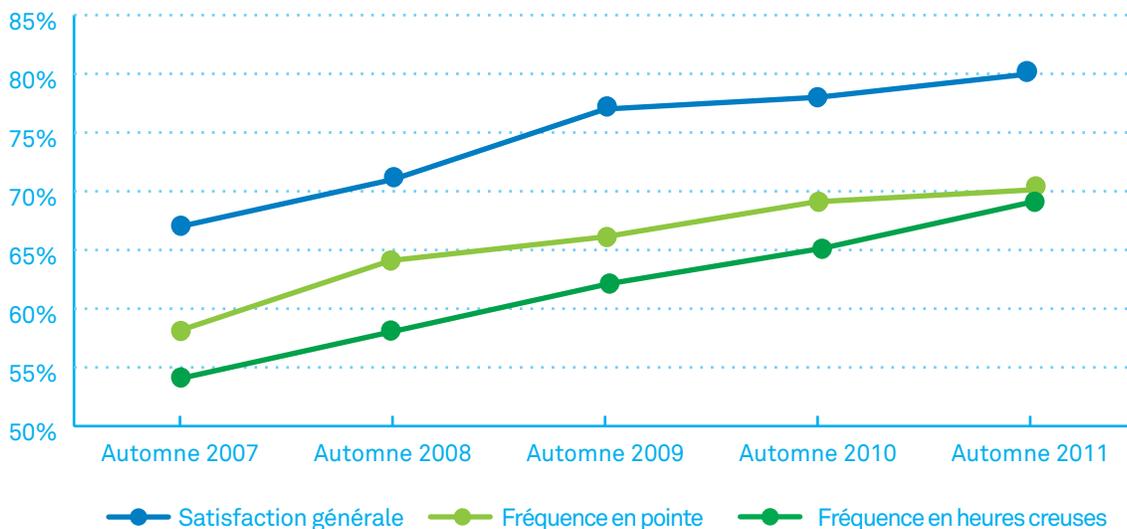
Quant au réseau du métro, les résultats démontrent une augmentation de l'achalandage aux tourniquets de 14 % entre 2006 et 2011, pour atteindre 250 millions de passagers en 2011. Finalement, les taxis collectifs ont vu leur achalandage croître de 29 %, pour se situer à près de 39 000 déplacements en 2011.

En ce qui concerne la satisfaction générale de la clientèle à l'égard du service offert par la STM, elle était de 89 % en 2011, soit 5 % de plus qu'en 2006, avant le début du PASTEC. Elle a même atteint un sommet de 90 % à l'automne 2011. Pour le réseau du métro, la satisfaction générale a fait un bond de 8 % depuis 2006, pour atteindre 86 % à l'automne 2011. Dans le réseau des bus, c'est une hausse de 13 % de la satisfaction de la clientèle qui a été observée; elle était à 80 % à l'automne 2011. Les graphiques suivants illustrent les variations de la satisfaction à l'égard des services de métro et de bus, selon 3 critères : la satisfaction générale, la fréquence en pointe et la fréquence en heures creuses.

Graphique 6 : Évolution de la satisfaction clientèle pour le réseau du métro



Graphique 7 : Évolution de la satisfaction clientèle pour le réseau des bus



6. CONCLUSION

Au cours des cinq dernières années, dans le cadre du *Programme d'amélioration des services de transport en commun* du MTQ, la STM a pu faire bénéficier ses clients d'une augmentation de 25 % de l'offre de service dans ses réseaux de bus et de métro (+21,6 % et +28,9 % respectivement). Parallèlement, l'achalandage a connu une hausse de 11,4 % pour atteindre près de 404,8 millions de déplacements, un record jamais égalé dans l'histoire contemporaine du transport collectif à Montréal. La satisfaction de la clientèle a quant à elle grimpé à 90 % à l'automne 2011, un sommet comparativement à 84 % en 2006. L'objectif fixé par la PQTC, qui visait à accroître de 16 % l'offre de service pour augmenter de 8 % l'achalandage en cinq ans a donc été largement dépassé.

Par ailleurs, il faut rappeler que cette augmentation de l'achalandage n'est pas uniquement due à la bonification de l'offre de service, mais également aux autres mesures évoquées dans ce rapport. En effet, des initiatives telles que la promotion du transport collectif, les mesures préférentielles pour bus (MPB), la stratégie tarifaire, l'image de marque, les partenariats, l'introduction du système de perception OPUS ainsi que d'autres facteurs exogènes à la STM sont autant de facteurs explicatifs de la croissance de l'achalandage.

Bref, les résultats du PASTEC démontrent que les investissements dans le transport collectif résultent en une augmentation de son utilisation et en une moins grande dépendance de la population à l'auto solo. Ces mêmes résultats ont permis de fixer les objectifs ambitieux du *Plan stratégique 2020*, qui visent à augmenter de 40 % l'achalandage et d'atteindre 540 millions de déplacements en 2020 tout en réduisant de façon appréciable la dépendance à l'auto. Comme au cours des prochaines années, les ressources financières demeureront insuffisantes pour assurer les investissements nécessaires et prioritaires pour le maintien des actifs et le développement de l'offre de service présentés dans son Plan, la STM doit donc pouvoir compter sur la mise en place de nouvelles sources de financement dédiées, indexées et récurrentes.

