

CREDOC

C.R.E.D.O.C.  
BIBLIOTHÈQUE

Etude sur l'Offre et la Demande  
en équipements collectifs.

INFLUENCE DES CARACTERISTIQUES  
DE L'OFFRE

Sou1968-2356

Etude sur l'Offre et la Demande  
en équipements collectifs.  
Influence des caractéristiques de  
l'offre / V. Scardigli. (Déc. 1968).

CREDOC-Bibliothèque



Première partie :  
Introduction  
et principaux résultats

45

CENTRE DE RECHERCHES  
ET DE DOCUMENTATION  
SUR LA CONSOMMATION

Etude effectuée  
sur financement  
de la D.G.R.S.T  
Contrat 67 00 737

Etude sur l'Offre et la Demande  
en équipements collectifs

INFLUENCE DES CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE

Première partie :

INTRODUCTION ET PRINCIPAUX RESULTATS



V. SCARDIGLI - 3249

décembre 1968

R<sup>4</sup>53

## SOMMAIRE

|   | Pages |
|---|-------|
| - INTRODUCTION  | I     |
| ↔ PRINCIPAUX RESULTATS :  |       |
| A - Cantines scolaires  | 1     |
| B - Cantines d'entreprise                                       | 34    |
| C - Bibliothèques   | 66    |
| D - Spectacles sportifs   | 87    |
| E - Activités sportives   | 94    |
| F - Piscine   | 107   |
| G - Transports en commun  | 121   |
| H - Résultats complémentaires :<br>les problèmes de financement | 153   |

---

|                         |
|-------------------------|
| I N T R O D U C T I O N |
|-------------------------|

RAPPEL DU CADRE GENERAL DE LA RECHERCHE ET OBJET DU PRESENT RAPPORT.

Cadre général.

Les consommations collectives, c'est-à-dire l'utilisation par les ménages de biens et services sous une forme collective, constituent l'une des caractéristiques majeures de notre époque : par l'importance qu'elles occupent dès à présent dans l'économie de la nation et dans la vie quotidienne de chaque être humain, comme par les choix qu'elles requièrent pour l'avenir et leurs conséquences sur l'évolution de notre société, elles posent des problèmes fondamentaux à notre pays et, semble-t-il, à la plupart des pays connaissant un développement industriel comparable au nôtre.

A l'instigation du Commissariat Général du Plan, puis sur financement de la DGRST, le CREDOC a entrepris depuis 1963 un ensemble de recherches sociologiques et micro-économiques sur les comportements des ménages dans ce domaine.

Une première série de travaux (comportant notamment une recherche bibliographique, une enquête pilote, et enfin la réalisation d'une enquête auprès de deux mille ménages, ainsi que son exploitation approfondie) a permis, pensons-nous :

- de mieux connaître les caractéristiques objectives des comportements à l'égard de l'ensemble des équipements et services collectifs étudiés ;

- de mieux comprendre ces consommations grâce à l'analyse des principaux facteurs d'utilisation liés aux ménages eux-mêmes : en particulier, caractéristiques socio-économiques et attitudes psychosociologique.

Il est apparu nécessaire de compléter cette analyse des consommations collectives des ménages par une seconde approche, privilégiant l'étude des caractéristiques de l'offre. C'est pourquoi le CREDOC a effectué en 1965 une seconde enquête auprès d'un échantillon restreint (dénommée "enquête complémentaire offre-demande" dans les pages qui suivent).

Cette enquête complémentaire a donné lieu à une première série de travaux (1) montrant l'intérêt présenté par la confrontation de certaines caractéristiques objectives de l'offre (densité des équipements et répartition spatiale) avec la localisation et les autres caractéristiques des usagers.

#### Objet du rapport.

La présente recherche a pour objet de tirer de l'enquête complémentaire des hypothèses sur l'influence des autres caractéristiques - et notamment des caractéristiques économiques- de l'offre sur les comportements des ménages.

Nous commençons par analyser dans la première partie les relations entre comportements des ménages et caractéristiques de l'offre, à propos d'un certain nombre d'équipements : équipements de loisirs (bibliothèques collectives, stades fréquentés pour les spectacles sportifs, pratique sportive et notamment natation) ; équipements ou services utilitaires (cantines scolaires et de travail, transports en commun urbains par autocars ou tramways).

---

(1) Voir "Le niveau d'équipement et son influence", Fascicules I à III, CREDOC Ronéo. Décembre 1966.

La seconde partie, présentant une synthèse de ces résultats, débouche sur la formulation d'hypothèses relatives au processus de décision des ménages (en ce qui concerne les diverses catégories d'équipements collectifs), et propose une réflexion sur la méthodologie de l'étude de l'offre, à savoir comment les caractéristiques de l'offre : fonctions remplies, "qualité", "image" et surtout prix, peuvent intervenir dans la décision des ménages.

Soulignons que, du fait même de la conception de l'enquête pilote (échantillon de taille restreinte, formulation provisoire des questions), les résultats mentionnés ne sont à considérer que comme de simples indications, permettant de mieux formuler les hypothèses qui, en tout état de cause, restent à tester, que ce soit au sein d'une nouvelle enquête extensive sur l'offre en équipements collectifs, ou d'autres enquêtes sur les processus de décision économique des ménages.

#### BREF RAPPEL METHODOLOGIQUE (1)

Nous nous contenterons ici de décrire brièvement les sources utilisées ; nous reviendrons ultérieurement sur les raisons des choix méthodologiques qui avaient été effectuées et les problèmes que posent ces options.

Nous utiliserons essentiellement les apports de l'"enquête pilote offre-demande", qui comportait une enquête proprement dite et un recensement de l'offre.

---

1) Les méthodes mises en oeuvre ont été décrites de façon détaillée dans le rapport déjà cité fasc. I (pour le principe du recensement et le plan de sondage) et dans le fascicule III (en ce qui concerne les équipements et l'échantillon des ménages effectivement étudiés).

a. Enquête proprement dite.

Rappelons que l'enquête a été effectuée en mai et début juin 1965.

Quatre quartiers (situés à Nevers, Chalon-sur-Saône, Toulouse-Soupetard et Toulouse-Croix-de-Pierre) ont été choisis comme aires d'enquête, en fonction des caractéristiques de l'offre locale en équipements collectifs, et des facilités de communications avec le centre de l'agglomération.

Après tirage au hasard d'une centaine de familles par aire d'enquête, 391 mères de famille ont été interrogées sur les comportements et attitudes de l'ensemble des membres du foyer.

Soulignons qu'il s'est agi uniquement de ménages :

- . dont le chef de famille était ouvrier ou employé ;
- . où étaient présents au foyer : à la fois le père, la mère, et au moins un enfant de 6 à moins de 21 ans.

Ces caractéristiques de l'échantillon étaient destinées à faciliter l'analyse de l'influence de l'offre, en contrôlant au maximum les variations des comportements imputables aux caractéristiques des ménages : faible dispersion des revenus, des niveaux d'instruction, ainsi que des caractéristiques démographiques des ménages interrogés.

b. Recensement de l'offre.

Pour chaque ville de l'enquête-pilote, nous avons recensé l'ensemble des équipements et services collectifs, et effectué une enquête auprès des responsables des équipements.

Ce recensement a représenté un travail considérable, notamment dans le cas des équipements très peu importants et officieux (par exemple, cantines et bibliothèques de petites entreprises), dont nous avons cependant complété la liste chaque fois que de tels équipements étaient mentionnés par un ménage.

CONVENTIONS ADOPTEES POUR LA SUITE DU RAPPORT.

a. Individu et ménage.

- Pour faciliter l'analyse des résultats, nous n'avons étudié les fréquentations qu'au niveau du ménage : nous dirons qu'un ménage est usager lorsqu'un de ses membres, au moins, utilise le service étudié. Dans l'ensemble du rapport, nous emploierons donc de façon équivalente les mots "mères de famille interviewées", "ménages".

Cette convention est évidemment discutable dans le cas où l'on peut craindre que la mère reflète mal les opinions et les attitudes d'autres personnes du ménage ; nous reviendrons sur ce point dans la seconde partie du rapport.

b. Définition de l'utilisation.

- Nous emploierons indifféremment les termes utilisation ou fréquentation.
- Sauf indication contraire, l'utilisation est toujours définie par le simple fait d'avoir recours, même exceptionnellement, au service ou équipement collectif concerné. Aucun compte n'est tenu de la fréquence d'utilisation, ni du nombre d'usagers dans chaque ménage. (Nous reviendrons ultérieurement sur les problèmes posés par cette définition).

c. Signes conventionnels utilisés dans les tableaux.

\* Pourcentage qui n'est calculé qu'à titre indicatif, sur un sous-échantillon très petit.

\*\*Effectifs.

\*

\*

\*

\*

A - CANTINES SCOLAIRES

## A - CANTINES SCOLAIRES

### REMARQUES PREALABLES SUR LES INTERRELATIONS ENTRE OFFRE ET DEMANDE, DANS LE CAS DES CANTINES.

Les cantines, scolaires et d'entreprise, se distinguent des autres catégories d'équipements collectifs par deux caractéristiques :

- leur utilisation est "liée" à une autre activité ;
- elles remplissent une fonction utilitaire ; mais leur fréquentation peut aussi prendre des significations d'ordre psychologique et sociologique.

Nous précisons ces aspects, d'abord pour le cas des cantines d'entreprise, puis pour les cantines scolaires.

#### CANTINES D'ENTREPRISE.

##### I - Il s'agit d'un service collectif à "utilisation liée".(1)

Dans le cas des cantines, cette situation appelle plusieurs remarques :

- a) La fréquentation de cantines par les habitants dépend, évidemment, des possibilités qui leur sont offertes sur leur lieu de travail ou à l'école ; on ne peut parler de densité d'équipements offerts à un individu, puisque chaque individu ne se voit offrir qu'un seul équipement (ou aucun). De même, il est peu important d'étudier la notoriété de ces équipements, car on peut considérer que pratiquement tous les travailleurs d'une entreprise savent si celle-ci leur ouvre une cantine (ceci est peut être moins vrai lorsque les

---

1) Voir la définition de ce concept page 30 ("Annexe méthodologique sur les cantines").

"décideurs" ne sont pas les "utilisateurs" : les parents sont peut être moins informés des possibilités offertes par les établissements scolaires fréquentés par leurs enfants).

- b) Cette situation donne une importance accrue aux autres caractéristiques de l'offre elle-même (voir plus loin), mais aussi aux caractéristiques de l'établissement "impliqué", et notamment les caractéristiques "distance" et "temps".

- Contrairement au cas des équipements "non liés", une grande distance domicile-équipement joue ici dans un sens favorable à la fréquentation de la cantine d'entreprise de même, elle peut dissuader les parents d'effectuer quatre trajets pour ramener leurs enfants déjeuner à domicile.

La durée de la pause-déjeuner est une variable importante parce qu'on peut agir sur elle : elle concrétise l'arbitrage pratiqué par chaque entreprise, au nom de son personnel, en ce qui concerne le mode de vie le plus "équilibré" pour l'individu. La "journée continue", c'est-à-dire 30 à 45 minutes de pause-déjeuner, constitue une dissuasion au retour chez-soi (surtout lorsqu'elle se combine avec une distance domicile-travail supérieure à quelques minutes). Au-delà, une pause de 1h 30 par exemple, a une fonction permissive, offrant de façon inégale (ce sont notamment ceux qui sont motorisés qui peuvent effectivement choisir), le choix entre le repas sur place et le retour à domicile.

Une pause très longue (plus de 2 heures), permet de considérer le déjeuner à domicile comme la solution la plus "normale" (même dans une grande ville), même si le choix reste théoriquement possible.

La situation est moins simple dans le cas des cantines scolaires : en particulier les horaires parfois très irréguliers de l'enseignement secondaire peuvent interdire certains jours le retour à la maison, ou d'autres jours laisser les enfants plusieurs heures sans structure d'accueil leur permettant d'attendre la reprise des cours après les repas.

Passons maintenant aux caractéristiques propres à l'offre elle-même.

II - En première approximation, les aspects "rationnels" ont une grande importance.

Répondant à un besoin physiologique, les cantines remplissent en effet une fonction d'abord utilitaire, ce qui nous amène à considérer l'individu comme un être rationnel, effectuant le choix (entre le repas pris à la cantine ou au restaurant - et le retour au domicile), en fonction :

- du prix de la cantine,
- de la qualité des repas (plats abondants, variés.....)
- des caractéristiques qualitatives du service (confort, esthétique et propreté du local ; modalités de fonctionnement : doit-on apporter son couvert ? self-service, ou service traditionnel ? contraintes d'inscription à l'avance, de fixité des horaires, etc....)

L'enquête a surtout analysé ces aspects "rationnels", que nous étudierons donc plus en détail ci-dessous. Mais il faut souligner que le prix ou la qualité ne sont souvent que des prétextes faciles

à invoquer pour expliquer la décision de fréquenter ou non la cantine. La décision a en fait des déterminants psychologiques ou sociologiques beaucoup plus complexes.

III - La cantine remplit aussi des fonctions psychologiques et sociologiques, liées à la signification du repas.

a) Le repas est un loisir.

La pause déjeuner peut constituer un moment de détente, de délassement après le travail scolaire ou professionnel. Selon ses caractéristiques propres, la cantine peut, ou non, être perçue comme une occasion de converser entre camarades, de jouer aux cartes après le café ; mais on peut préférer profiter de cette pause pour s'évader hors du cadre du travail, fuir les contraintes hiérarchiques (pour ne pas retrouver ses supérieurs ou ses subordonnés), trouver un silence reposant après le bruit de l'atelier, écouter la radio ou la télévision, etc....

b) Le repas prend une signification sociale au niveau du groupe de travail.

Il permet de confirmer les statuts. Ainsi, dans de nombreuses entreprises, il est "normal" qu'un cadre rentre chez lui : déjeuner à la cantine est signe d'un statut peu élevé. D'autres entreprises, suivant d'ailleurs le souhait de nombreux salariés, confirment la discrimination hiérarchique en pratiquant des tarifs différents, en émettant des tickets de couleur différente, en servant des nourritures différentes dans des locaux séparés ; les grandes entreprises distinguent souvent une "cantine" pour non cadres, et un "restaurant" pour cadres.

c) Enfin, le repas familial est une institution sociale.

La pression sociale va dans le sens d'un respect de cette tradition sociale très ancienne du repas familial : le retour des travailleurs et des enfants au foyer marque l'unité familiale et la renforce ; de plus, le repas familial est un "temps fort" de la relation éducative parents-enfants. C'est souvent le seul moment de la journée où le père peut voir ses enfants.

Ces raisons, s'ajoutant à la fonction "loisir", expliquent que le repas pris en famille soit un comportement très valorisé en France, dans de nombreux groupes sociaux.

CANTINES SCOLAIRES.

Les considérations précédentes semblent rester valables pour les cantines scolaires ; il faut sans doute y apporter quelques nuances, notamment dans le cas des jeunes enfants, pour lesquels le "décideur" est très nettement distinct de l'usager (on peut en effet penser que les enfants plus grands sont aptes à donner leur avis, et souvent prennent eux-mêmes la décision).

On peut faire l'hypothèse que la "qualité" au sens large joue peu : les parents sont surtout soucieux du caractère diététique de la nourriture, mais estiment souvent qu'ils peuvent faire confiance à cette institution vénérable qu'est l'école. Il n'est pas certain qu'il se préoccupent autant de ce que le repas de leurs enfants soit une occasion de détente et de repos.

Par contre, le caractère normatif et institutionnel du repas en famille est sans doute plus marqué en ce qui concerne les enfants : les parents estiment que nourrir les jeunes enfants est une attribution spécifique de la famille.

Enfin, les autres aspects sociologiques du choix sont sans doute moins forts qu'en ce qui concerne les adultes ; certes, la pause-déjeuner peut être l'occasion d'une intense et complexe vie sociale entre enfants, mais on peut penser que les parents y accordent peut-être moins d'importance que dans le cas du repas des adultes.

\*  
\*            \*  
\*

Avant d'entamer une analyse plus détaillée des informations que notre enquête a permis de recueillir sur ces différents thèmes, soulignons que les données utilisées ne suffisent pas à une prise de décision.

Une décision visant à favoriser le développement de ce type d'équipement collectif doit être prise en tenant compte des avantages et inconvénients non-monétaires des deux formules : "courte pause-repas cantine", "longue pause-repas à domicile". Les brèves remarques qui précèdent montrent, nous semble-t-il, que de telles décisions peuvent avoir d'importantes répercussions sur l'individu, la famille et la société française : remise en cause de l'équilibre personnel, d'un certain "art de vivre", etc.....

Les hypothèses que nous allons maintenant formuler sur les rapports entre offre et demande, exigent d'être complétées par une telle analyse des coûts et avantages non monétaires des deux termes de l'alternative.

CANTINES SCOLAIRES : ANALYSE DES INTERRELATIONS ENTRE OFFRE ET DEMANDE.

I - LA VARIABLE A EXPLIQUER : L'UTILISATION DE CANTINES SCOLAIRES.

La variable considérée est l'utilisation, même irrégulière d'une cantine scolaire par un ou plusieurs enfants du ménage.

Soulignons dès le départ les défauts de cette définition : car si les décisions concernant les différents enfants d'un même ménage ne sont pas indépendantes, on peut néanmoins s'attendre à ce qu'elles relèvent pour une grande part des caractéristiques propres à chaque enfant (âge, état de santé), à chaque établissement (distance, horaires) et à chaque cantine (prix, qualité .....).

Dans notre échantillon, 16 % des ménages sont utilisateurs.  
(tableau CS 1, ci-après).

Analysons à présent les principales sources de variations de ce taux d'utilisation.

UTILISATION DES CANTINESTableau CS 1 :Répartition de l'Ensemble des ménages

(en pourcentage)

|   | Ensemble des ménages | Ménages déclarant disposer d'une cantine (1) |
|---|----------------------|--|
| - "Il n'y a pas de cantine scolaire"                    | 20                   | -  |
| - Il existe une (ou plusieurs) cantine, et :            |                      |  |
| . aucun enfant n'y va                                   | 63                   | 82   |
| . un (ou plusieurs) enfants y vont même irrégulièrement | 16                   | 18   |
| - Imprécis  | 1                    | -  |
| Univers   | 391 = 100            | 294 = 100                                    |

Tableau CS 2 :Répartition des utilisateurs, par ville d'enquête

(en pourcentage)

|   | Toulouse        |            | Nevers   | Chalon  | Ensemble |
|---|-----------------|------------|----------|---------|----------|
|   | Croix-de-Pierre | Soupe-tard |          |         |          |
| Utilisateurs  | 22              | 25         | 9        | 13 *    | 18       |
| Non utilisateurs  | 78              | 75         | 91       | 87 *    | 82       |
| Total des ménages déclarant disposer d'une cantine scolaire | 77 = 100        | 92=100     | 78 = 100 | 47=100* | 294=100  |

(1) Pour l'étude approfondie des comportements et opinions des ménages disposant d'une cantine, nous avons préféré éliminer un petit nombre de ménages (24) dont les déclarations étaient sujettes à caution : enfants fréquentant l'école (maternelle) de façon très irrégulière, enseignements non identifiés, etc...

## 1 - Variations selon les villes.

Parmi les ménages déclarant disposer d'une cantine pour leurs enfants le taux d'utilisation est nettement plus élevé dans la grande ville que dans les villes moyennes (voir tableau CS 2, page 8 ).

Ces variations peuvent relever de trois facteurs : prix, distance, contexte sociologique.

### a) Le prix du repas de la cantine.

Le tableau CS 3 ci-après montre d'importantes différences entre les prix pratiqués dans les trois villes de l'enquête : il apparait notamment que le prix médian indiqué par les ménages est nettement plus élevé à Nevers et Châlon, qu'à Toulouse (1)

Tableau CS 3 :

Prix des cantines scolaires, par ville.

| Villes   | Prix extrêmes effectivement pratiqués.                                  | Médiane des prix déclarés par les ménages (d'après l'enquête). |
|----------|---|--|
| Toulouse | 0F à 2,20 F   | 1,53   |
| Nevers   | 1F à 2,50 F   | 2,07   |
| Châlon   | { écoles publiques : 0F à 1,80 F }<br>{ écoles privées : 2,80 F à 3 F } | 1,92   |

(1) Il s'agit de prix déclarés par les ménages. Les prix effectifs pratiqués sont mentionnés également sur le tableau CS 3 ; mais il ne serait évidemment pas légitime de calculer un "prix effectif" médian (ou moyen) par ville.

Notons en outre que les prix varient en fonction de critères qui sont souvent spécifiques à chaque ville ou commune ; assez souvent, des tarifs plus bas (ou même la gratuité) sont consentis aux familles nombreuses, (parfois aux "élèves nécessiteux") et aux jeunes enfants fréquentant les écoles maternelles ou primaires ; enfin certains établissements (notamment les C.E.G. et Lycées) ne pratiquent que des tarifs "au mois" ou "au trimestre".

b) La distance domicile-établissement scolaire.

Ces distances sont en moyenne plus élevées dans la plus grande ville, notamment pour les grands enfants qui fréquentent un lycée ou un établissement technique. Les cartes précédemment établies à propos de cette enquête pilote permettent en outre de constater que les interviewés de Nevers sont souvent plus éloignés des cantines scolaires qu'à Châlon (Voir Fasc. II, cartes 1, 2, et 13).

Il faut cependant se garder d'accorder une attention exclusive à ce facteur.

L'enquête précédente avait montré que la contrainte de distance n'était jamais absolue : de nombreux enfants continuent de rentrer déjeuner chez eux au prix de très longs trajets ; ces faits se retrouvent au niveau du présent échantillon (voir tableau CS 4).

c) L'évolution du système de valeurs et du mode de vie, liée à une urbanisation croissante.

On peut penser que l'accroissement de taille des villes s'accompagne d'une atténuation des valeurs attachées au repas familial traditionnel, d'une acceptation ou d'une valorisation de modes de vie nouveaux (avec réduction du temps libre à midi et accroissement des temps libres en soirée et week-end) enfin, acceptation de la prise en charge par la collectivité de certaines fonctions "utilitaires" autrefois dévolues à la famille.

Les données actuelles ne permettent pas de hiérarchiser l'importance respective de ces trois ordres de facteurs, résumés ci-dessous :

| Villes   | Fréquentation observée<br>(en % de ménages utilisateurs) | Influence attendue des facteurs<br>(+ = favorable à la fréquentation) |      |   |
|----------|--|---|------|---|
|          |  | Distance  | Prix | Facteurs sociologiques liés à l'urbanisation. |
| Toulouse | 22 à 25  | +   | +    | +   |
| Châlon   | 13   | -   | -    | -   |
| Nevers   | 9  | -   | -    | -   |

2 - Variations selon les caractéristiques socio-économiques des individus.

- L'enquête précédente avait souligné que l'utilisation des cantines scolaires s'accroissait sensiblement avec l'âge de l'enfant, ce qui peut traduire un changement à la fois dans les contraintes de distance (les grands enfants fréquentent des établissements en moyenne plus éloignés) et dans les attitudes des parents (qui concèdent plus d'autonomie à leurs adolescents).
- L'"enquête complémentaire" dont nous analysons les résultats nous amène à penser qu'il existe en outre une certaine sensibilité de la fréquentation au revenu (voir tableau CS 4). L'utilisation d'une cantine scolaire s'observe un peu plus fréquemment au niveau des ménages disposant de faibles revenus.

Mais l'explication de cette variation n'est pas évidente. D'autres enquêtes (1) permettent de penser que le "repas-cantine" revient légèrement plus cher que le "repas-maison" même pour ces foyers de bas revenus. On peut dès lors estimer que leur taux plus élevé de fréquentation s'explique par l'absence d'obstacles psychologiques ou sociologiques : la fréquentation de la cantine scolaire par l'enfant est jugée aussi "normale" que celle de la cantine d'entreprise par le père ; aucune image d'assistance sociale n'est associée par ces ménages à la cantine scolaire. Mais ces points demanderaient à être confirmés par une nouvelle investigation, plus approfondie.

Des ménages de revenus très modestes (833 F. de revenu mensuel total) pouvaient, deux ans avant notre enquête, préparer à leurs enfants des repas revenant à 60 ou 80 centimes seulement.

(Calculs effectués sur 831 ménages, tirés d'une enquête réalisée par le CREDOC et l'UNCAF, en 1962-1963, auprès de 1.200 familles environ ayant de deux à six enfants, habitant uniquement les villes de province).

En estimant arbitrairement que le repas du midi représente environ la moitié des dépenses alimentaires quotidiennes, on parvient aux valeurs moyennes suivantes

| Coût moyen du repas de midi pour chaque enfant (pour des familles de 2 à 6 enfants, y compris les nourrissons et enfants d'âge pré-scolaire.)<br>- Année 1962 - 1963 - | Pour des familles de revenu total mensuel moyen égal à :<br>- Année 1962 - 1963 - |
|--|---|
| 0,56 à 0,84 F.   | 833 F.  |
| 0,74 à 1,13 F.   | 1.250 F.  |
| 0,93 à 1,29 F.   | 1.670 F.  |

- Au niveau de l'échantillon de l'enquête pilote, l'effet d'autres variables socio-économiques n'est pas net : profession, nombre d'enfants au foyer, ni même travail de la mère (qui semble donc disposer, dans la plupart des cas, d'un temps suffisant pour rentrer chez elle et servir le déjeuner).
  
- Enfin, les attitudes générales à l'égard des équipements collectifs ne semblent avoir aucun rôle, ce qui tendrait à confirmer que l'utilisation des cantines dépend surtout des caractéristiques concrètes de cet équipement et des contraintes.

°  
°   °  
°

Tableau CS 4 :

Utilisation de la cantine scolaire selon le revenu et la distance.

(en pourcentage)

| Revenu total<br>du ménage :                | Utilisation de la cantine |                 | Univers : Ménages<br>déclarant disposer<br>d'une cantine. |
|--|---------------------------|-----------------|---|
|  | Utilisent                 | N'utilisent pas |   |
| Non déclaré                                | 5 **                      | 24 **           | 29 **   |
| Moins de 1000 F.                           | 13 = 21 *                 | 48 = 79 *       | 61 = 100 *  |
| 1000 à 1199 F.                             | 14 = 25 *                 | 43 = 75 *       | 57 = 100 *  |
| 1200 à 1599 F.                             | 12 = 13                   | 77 = 87         | 89 = 100  |
| 1600 F et plus                             | 6 = 14 *                  | 38 = 86 *       | 44 = 100 *  |
| <u>Temps de trajet<br/>école-domicile.</u> |                           |                 |   |
| 0 à 5 minutes                              | 4 = 8                     | 44 = 92         | 48 = 100 *  |
| 6 à 15 minutes                             | 22 = 14                   | 134 = 86        | 156 = 100   |
| 16 à 25 minutes                            | 5 = 14                    | 32 = 86         | 37 = 100 *  |
| 26 minutes et +                            | 18 = 53                   | 16 = 47         | 34 = 100 *  |
| Imprécis                                   | 1 **                      | 4 **            | 5 **  |
| TOTAL .....                                | 18                        | 82              | 280 = 100   |

\* Pourcentage qui n'est calculé qu'à titre indicatif, sur un sous-échantillon très petit.

\*\* Effectif.

## II - ANALYSE DE QUELQUES CARACTERISTIQUES LIEES A L'OFFRE.

Avant de tenter une analyse plus approfondie du rôle du prix, présentons brièvement quelques éléments qui tendent à confirmer l'analyse précédente.

Ces éléments apparaissent au travers des réponses à trois questions (présentés sur les tableaux CS 5, 6 et 7).

- a) Ces réponses confirment l'importance du caractère "lié" de cet équipement collectif.

Les contraintes de distance et de temps constituent le principal, sinon l'unique, critère de décision invoqué par les parents, aussi bien en cas de fréquentation que de non-fréquentation (tableau CS 5). Son importance est confirmée par le fait qu'un ménage utilisateur sur quatre se déclare peu satisfait de la cantine, mais y envoie néanmoins son enfant. (Tableau CS 6).

- b) Il faut cependant, considérer que l'importance des autres facteurs est sous-évaluée : les ménages ont, en effet, fourni les réponses les plus "faciles" psychologiquement, c'est-à-dire les plus stéréotypées ; et une investigation plus approfondie serait nécessaire pour étudier les motivations plus difficiles à évoquer, soit parce qu'elles sont peu prestigieuses (faire des économies sur les dépenses de nourriture) ou parce qu'elles sont difficiles à verbaliser (attachement à certains principes éducatifs, désir d'une vie familiale plus intense, prise de distance par rapport aux normes d'un groupe social).

- c) Ni la qualité de la nourriture, ni l'"image sociale des utilisateurs" ne semblent mises en cause par les non-usagers.

Tableau CS 5 :

Motifs de fréquentation ou de non fréquentation de  
la cantine scolaire.

(en pourcentage)

| <u>UTILISATEURS :</u>   | <u>NON-UTILISATEURS :</u>  |
|---|--|
| <u>Question</u> : "Pourquoi votre enfant ne rentre-t-il pas déjeuner à la maison ?" | <u>Question</u> : "Pourquoi vos enfants ne déjeunent-ils pas à la cantine ?" |
| <u>Thèmes abordés</u> :   | <u>Thèmes abordés</u> :  |
| . Contraintes :   | . Pas de contrainte de distance,   |
| - de distance, temps, fatigue. 66 *   | temps, enfants pas admis .... 56   |
| pour l'enfant   |  |
| - de travail pour la mère .... 10 *   | . Raisons de prix ..... 2  |
| . Raisons de prix ..... 3 *   | . Préférence des enfants ..... 14  |
|   | . Préférence des parents,  |
| . Préférence de l'enfant ..... 2 *  | raisons éducatives ..... 10  |
| . Raisons éducatives ..... 11 *   | . Problèmes de régime, de santé 5  |
|   | . A cause de la qualité ..... 12   |
| . Autres ..... 8 *  | . Autres ..... 1   |
| Univers : utilisateurs (1) .... 54 =100*  | Univers : non utilisateurs dispo-<br>sant d'une cantine ..... 240 = 100      |

Pourcentage qui n'est calculé qu'à titre indicatif, sur un sous-échantillon très petit.

) Si plusieurs enfants fréquentent la cantine scolaire, le ménage est interrogé sur le plus jeune.

Tableau CS 6 :

Satisfaction procurée par la cantine scolaire.

(en pourcentage)

| U t i l i s a t e u r s   | N o n - U t i l i s a t e u r s   |
|---|---|
| <u>Question</u> : "Etes-vous satisfaits de la cantine où vous envoyez votre enfant ?" | <u>Question</u> : Savez-vous si les parents qui mettent leurs enfants à la cantine en sont satisfaits ? |
| Oui ..... 74 *  | Oui ..... 48  |
| Non ..... 25 *  | Non ..... 13  |
| N.S.P. .... 1 *   | N.S.P. .... 37  |
| Univers utilisables 54 = 100%*  | Univers : non utilisateurs disposant d'une cantine : 247 = 100%   |

\* Pourcentage qui n'est calculé qu'à titre indicatif, sur un sous-échantillon très petit.

Tableau CS 7 :

Image que les non-utilisateurs se font des utilisateurs.

(en pourcentage)

Question : "A votre avis quels sont les enfants qui vont à la cantine ?"Thèmes abordés spontanément :

|   |           |
|---|-----------|
| . Ceux dont la mère travaille, ou est malade .....  | 67        |
| . Ceux qui habitent loin de l'école, sont fatigués, ou trop jeunes pour revenir seuls, etc..... | 56        |
| .   |           |
| . Les familles nombreuses .....   | 14        |
| . Ceux qui sont pauvres .....   | 2         |
| . Ceux dont les parents ne s'occupent pas .....   | 3         |
| . Ceux qui ont une bonne santé, qui peuvent s'en contenter .....                                | 2         |
| . Autres réponses .....   | 8         |
| . N.S.P. ....   | 3         |
| Univers : non utilisateurs disposant d'une cantine .....<br>(plusieurs réponses possibles)      | 240 = 100 |

### III - ANALYSE PLUS APPROFONDIE DU ROLE DU PRIX DANS LA FREQUENTATION.

Nous avons vu que, à en croire les déclarations des parents, le prix n'est presque jamais un élément de la décision d'envoyer ou de ne pas envoyer leurs enfants à la cantine scolaire.

Ceci demande à être nuancé en fonction des résultats d trois constatations :

1. Connaissance du prix : les non-utilisateurs tendent à sur-évaluer le prix de la cantine scolaire.

Le graphique . 2 présente les estimations du prix du repas, faites par les ménages interrogés.

Il demande à être commenté avec prudence, du fait du nombre très restreint d'interviewés qui composent chacun des trois sous-échantillons :

- utilisateurs : c'est-à-dire ménages dont au moins un enfant fréquente, même irrégulièrement, la cantine scolaire;
- Parmi les non-utilisateurs, nous n'avons retenu que ceux qui déclarent avoir une cantine à leur disposition. Ils se décomposent en deux sous-groupes :
  - ceux qui estiment connaître le prix de la cantine
  - ceux qui ne connaissent pas de façon précise le prix. Ils ont cependant été invités à en proposer une estimation (1)

---

1) Les questions posées aux non-utilisateurs étaient les suivantes :  
 "Savez-vous quel est le prix de la cantine ?" (si réponse négative :)  
 "A combien pensez-vous que puisse se monter le prix du repas ?"

L'examen de ce graphique 2 montre une nette différence entre les estimations des utilisateurs et des non-utilisateurs : la moitié des utilisateurs situent le prix du repas entre 1 F et moins de 1,60 F. avec de nombreuses réponses mentionnant 1,50 F. (mode).

Chez les non-utilisateurs, tout se passe comme si deux populations étaient superposées :

- une population, apparemment proche de celle des utilisateurs, qui fournit des estimations légèrement plus élevées (Mode à 1,50, médiane à 1,75 F.).
- et une population qui manifeste une nette tendance à donner des prix plus élevés = de très nombreuses réponses se situent aux alentours de 2 F. (Mode) ou même 2,50 F. (1), la médiane étant à 2,24 F.

L'existence de ce phénomène nous semble pouvoir être expliquée par deux hypothèses, nullement exclusives :

- l'analyse des tarifs effectivement pratiqués (2) nous montre qu'il existe des variations objectives de tarifs entre établissements, entre villes et même entre catégories d'enfants (beaucoup de cantines pratiquent des tarifs préférentiels en faveur des jeunes enfants, des habitants de la commune, des "familles assistées", etc....).

---

1) Il faut cependant, se garder d'interpréter de façon trop littérale l'allure bi ou tri modale des graphiques : elle traduit pour une part un simple phénomène de concentration des réponses sur des "chiffres ronds" (2F., 2,50 F., 3F., etc...)

2) La dispersion des tarifs pratiqués rend malheureusement impossible toute comparaison entre les prix réels et ceux évoqués par les ménages.

Par rapport aux non-utilisateurs, les utilisateurs pourraient donc comporter un plus grand nombre de ménages bénéficiant de ces bas tarifs. En d'autres termes, la différence pourrait être en partie imputée à des différences objectives au niveau de l'offre, ou au niveau des caractéristiques socio-économiques et démographiques des ménages.

- Mais il n'y a pas de raison de supposer que de telles différences interviennent entre les deux catégories de non-utilisateurs. Or, les ménages qui déclarent ne pas connaître le prix fournissent des estimations qui sont encore plus élevées que celles des autres non-utilisateurs.

On peut donc faire l'hypothèse qu'il se produit un phénomène psychologique de surestimation des prix, chez une partie des non utilisateurs ; de plus, on peut penser que cette surestimation croît avec le manque d'informations sur ce service collectif.

Cette surestimation peut avoir des explications multiples : elle peut en effet traduire :

- l'impression, ressentie par les ménages, d'une bonne qualité de la nourriture ;
- une référence au coût plus (élevé) des repas pris à la maison ou encore des tarifs pratiqués par les cantines d'entreprise ;
- ou bien au contraire, l'impression d'un coût plus bas du "repas-maison" (ceci pouvant traduire le désir plus profond de préserver l'autarcie familiale, et la tradition des repas pris en famille).

Nous nous trouvons certes là en présence d'un problème d'information insuffisante du public ;

mais, on peut penser qu'une meilleure information ne suffirait pas dans la plupart des cas, à modifier l'attitude des ménages dont on peut penser que s'ils ne s'informent pas c'est qu'ils ne se sentent pas concernés par cet équipement.

## 2. Opinions sur le prix.

- Au niveau global, la plupart des ménages estiment que la cantine scolaire n'est pas chère ; et l'on remarquera que sur ce point les usagers ne diffèrent pas significativement des non-usagers. Une minorité d'usagers semble s'estimer contrainte de faire appel à cet équipement collectif (puisqu'elle le trouve cher) ; l'attitude des non-usagers tend à confirmer que les prix actuellement pratiqués ne sont pas un obstacle à la fréquentation. (Tableau CS 8 ci-après).

Tableau CS 8 :  
Opinion sur le prix.

(en pourcentage)

| <u>Question</u> : "Est-ce que vous trouvez que le prix du repas que vous venez d'indiquer est cher ?" |              |                  |
|---|--------------|------------------|
|   | Utilisateurs | Non-utilisateurs |
| - Cher .....  | 15 *         | 9                |
| - Pas cher .....  | 82 *         | 79               |
| - Pas d'avis, N.S.P. ....   | 3 *          | 12               |
| Univers .....   | 54 = 100 *   | 240 = 100        |

\* Pourcentage qui n'est calculé qu'à titre indicatif, sur un sous-échantillon très petit.

- Les raisons alléguées pour justifier ce jugement sur la cherté rejoignent celles, plus générales, sur les motifs de fréquentation ou de non-fréquentation.

Parmi ceux qui apprécient le caractère peu onéreux de la cantine scolaire, la plupart estiment son prix très avantageux par rapport à celui des repas préparés à la maison, ou plus généralement au coût de la vie.

Une minorité s'efforce d'effectuer une confrontation entre prix de ce repas-cantine, et qualité de la nourriture.

Il semble que ces même thèmes soient repris, mais dans un sens opposé (repas-maison moins coûteux, et surtout de meilleure qualité) par les ménages qui jugeaient sévèrement le prix de la cantine.

Notons enfin qu'on n'observe aucune variation en fonction de l'utilisation (ce qui nous a amenés à regrouper les réponses sur le tableau ci-après CS.9).

Tableau CS 9 :

( en pourcentage)

| P o u r q u o i ?                         | Question : Est-ce que vous trouvez (ce prix) cher ? |           |
|---|---|-----------|
|   | Cher  | Pas Cher  |
| - en comparaison du prix d repas maison   | 5 = 16 *  | 43        |
| - par rapport au coût de la vie           | 1 = 3 *   | 24        |
| - à cause de la qualité                   | 14 = 45 *   | 24        |
| - plusieurs enfants reviennent cher       | 5 = 16 *  | -         |
| - autres raisons                          | 6 = 20 *  | 10        |
| Univers<br>(Imprécis éliminés du tableau) | 31 = 100  | 230 = 100 |

\* Pourcentage qui n'est calculé qu'à titre indicatif, sur un sous-échantillon très petit.

#### IV - MODIFICATIONS HYPOTHETIQUES DE FREQUENTATION EN FONCTION DU PRIX.

Pour la cantine scolaire comme pour les autres équipements étudiés, nous n'avons pas eu la possibilité d'observer les modifications effectives de fréquentation entraînées par des changements de prix.

Nous devons donc nous contenter d'analyser les réponses des interviewés à des hypothèses de baisse ou de hausse des tarifs. (1)

Cette méthode doit être utilisée avec prudence, car elle appelle deux réserves :

- on connaît mal la relation entre une déclaration d'intention de changer de comportement (c'est-à-dire de passer de l'utilisation à la non-utilisation, ou vice-versa), et le comportement en cas de changement effectif de prix.
- elle est sans doute plus justifiée dans l'hypothèse de hausse : en effet les ménages ont constamment à réagir, dans leur vie courante, à des hausses de tarifs ; tandis qu'ils ne se sont jamais trouvés en présence d'une baisse importante de tarif.

En outre, la faiblesse des effectifs ne permet malheureusement pas d'effectuer une analyse des caractéristiques des ménages qui "changent" (caractéristiques socio-démographiques, attitudes à l'égard de la vie familiale, etc....).

##### a) Hausse de prix.

Dans notre échantillon, seule une minorité se déclare sensible aux hausses de prix évoqués : 13 ménages sur 53 hésitent ou envisagent d'abandonner en cas de hausse de prix de 1 F. (ce qui représente une augmentation de tarif importante : 50 à 80 %, pour la plupart des tarifs mentionnés par les usagers).

---

(1) Les questions posées étaient les suivantes :  
 "Si on demandait 1 franc de moins (100 anciens francs) par repas ; est-ce que vous enverriez vos enfants à la cantine ?"  
 "Si on vous demandait 50 centimes de plus pour le repas de votre enfant, est-ce que vous l'enverriez quand même ?"  
 "Et si c'était 1 franc de plus ?"

Le graphique 4 s'efforce d'apprécier le déplacement de prix accepté par les ménages utilisateurs : il superpose la distribution des prix actuels, et celle des prix maxima acceptés (1).

L'analyse des motifs de non changement permet de penser que, dans la limite de cette augmentation, le prix reste "acceptable", pas "exagéré", voire "avantageux" ; beaucoup (20 ménages sur 35) invoquent des contraintes impératives de fréquentations : l'école est trop loin, l'enfant n'a pas le temps de revenir déjeuner chez lui, la mère travaille, etc.....

b) Baisse de prix.

Les ménages non-utilisateurs (mais disposant d'une cantine scolaire) étaient invités à indiquer leur réaction à une baisse de prix du repas de 1F : ce qui représentait une diminution de 40 à 80% pour la plupart des interviewés (puisque ceux-ci avaient fourni une estimation du prix du repas le plus souvent comprise entre 1,20 F. et 2,50 F.), et arrivait presque à la gratuité pour certains interviewés.

Seule une très faible proportion de non-utilisateurs envisagerait alors d'utiliser la cantine scolaire ; ce qui semble bien confirmer les observations faites plus haut : le repas à la cantine

---

1) Ces prix maxima PM ont été calculés de la façon suivante :

$$P_{Mi} = P_i + H_i$$

$P_i$  étant le prix actuel payé par le ménage  $i$

$H_i$  étant la hausse acceptée par ce ménage ( $H$  peut être égal à 0, à 50 centimes, ou à 1 franc).

n'est pas jugé cher, et le prix actuel (1) de la cantine ne constitue pas un obstacle à la fréquentation de la plupart des ménages.

L'analyse des motifs de refus (tableau ci-après CS10) montre que le développement de l'utilisation des cantines scolaires se heurte à une absence de motivations positives, tout au moins dans certaines villes de province :

- mettre les enfants à la cantine est souvent considéré comme un pis-aller, qu'on ne pratiquerait que faute de ne pouvoir faire autrement.  
37 % des ménages justifie leur refus de la cantine même en cas de baisse, en disant simplement qu'aucune contrainte matérielle ne les oblige à envoyer leur enfant à la cantine.
  - La plupart des ménages non utilisateurs ne voient aucun reproche à faire à la cantine ; seule une minorité (16 %) évoque des problèmes de qualité et d'hygiène.
  - Enfin, de nombreux ménages traduisent leur attachement à la tradition du repas familial (le repas est un moment privilégié de la relation éducative ; l'un des devoirs maternels est d'assurer le repas des enfants) en disant simplement que les parents préfèrent voir l'enfant rentrer à midi (21 %).
- Par contre, il n'est pratiquement personne, parmi les non-usagers

---

) Rappelons que ce que nous appelons, par simplification "prix actuel" est le prix pratiqué au moment de l'enquête (1965)

pour évoquer le repas à la cantine scolaire en termes positifs :  
ouverture à la vie sociale, débrouillardise, etc.....

Tableau CS 10 :

Motifs de refus persistant de la cantine,  
en cas de baisse des tarifs.

(en pourcentage)

|  |           |
|--|-----------|
| <u>Questions</u> : "Si on demandait un franc de moins (100 anciens francs) par repas, est-ce que vous enverriez vos enfants à la cantine . (Si non) Pourquoi ? |           |
| <u>Thèmes abordés spontanément</u> :   |           |
| - Absence de contraintes matérielles (temps, distance, fatigue).....   | 37        |
| - Préférence des parents .....   | 21        |
| - Préférence des enfants .....   | 14        |
| - Problèmes de qualité .....   | 16        |
| - Problèmes de régime, de santé .....  | 5         |
| - A cause du prix élevé .....  | -         |
| - Ce n'est pas un question de prix (s.a.i.) .....  | 5         |
| - autres, n.s.p. ....  | 2         |
| <u>Univers</u> : non-utilisateurs maintenant leur refus en cas de baisse (plusieurs réponses possibles)  | 212 = 100 |

## CONCLUSIONS SUR LES CANTINES SCOLAIRES.

Rappelons que ces conclusions ne peuvent être qu'hypothétiques, nos réserves étant de deux ordres :

- faiblesse de l'échantillon. En particulier, il est impossible d'analyser de façon approfondie les caractéristiques des usagers (54 ménages), et encore moins des ménages qui changent d'avis en cas de changement de prix (13 ménages en cas de hausse, 11 en cas de baisse).
- insuffisance de l'approche destinée à "couvrir" de multiples équipements : le questionnaire n'a pu comporter une batterie de questions permettant de tourner les résistances des mères à évoquer des critères non rationnels de décision.

Ceci dit, il semble que la fréquentation dépende moins des caractéristiques propres à l'offre, que de caractéristiques de l'équipement impliqué (contraintes temps et distance), et des attitudes des ménages :

- I - Les caractéristiques de l'offre ne semble avoir qu'une importance restreinte.
- le prix apparaît rarement comme un des principaux motifs de fréquentation ou de non-fréquentation : les usagers semblent prêts à supporter une élévation sensible du prix ; à contrario une baisse importante ne paraît pas suffire à modifier la position des non-usagers.
  - de même, la qualité de la nourriture et du service offert est rarement mise en cause en partie sans doute parce que tout ce qui est associé à l'Ecole jouit d'un à priori favorable.

II - Comme l'avait déjà souligné un rapport antérieur (1), le recours à cet équipement collectif n'est pas "normal"; ce qui signifie deux choses :

- l'inertie des habitudes autarciques de consommation familiale s'oppose à l'adoption de la formule "cantine". Dans la plupart des cas, il n'y a même pas de décision des ménages, à proprement parler : seul un bouleversement peut amener le ménage à remettre en question son comportement quotidien. Tout se passe comme si la cantine ne faisait pas partie de "champ psychologique", de l'univers familier du ménage : "cet équipement est sans doute très bien, mais il ne nous concerne pas". C'est sans doute ce que traduit la forte proportion de mères qui déclarent ne pas savoir le prix de la cantine scolaire : elles ne semblent pas chercher à être informées.
- Dans le système de valeurs auquel se réfèrent la plupart des Français, le repas en famille est une institution respectée et valorisée ; il faut une bonne raison pour manquer à ce devoir et priver l'enfant de cette tradition bénéfique.  
Il semble cependant que ce système de valeur soit différent dans certains milieux modestes, où l'on trouve "normal" que les travailleurs et même les élèves déjeunent à l'extérieur.

III - Il semble que des circonstances bien particulières doivent être réunies pour qu'il y ait fréquentation de la cantine : il s'agit de l'existence de contraintes de fréquentation : distance domicile-établissement scolaire, brève durée de la pause-repas (2). Si ces contraintes jouent rarement de façon absolue, elles sont cependant assez importantes pour amener environ un ménage sur quatre (dans l'échantillon) à fréquenter la cantine bien qu'il n'en soit pas satisfait.

---

(1) B.MATALON : Opinions sur quelques équipements collectifs, et fréquentation. CREDOC, Janv. 1967, ronéo.

(2) On remarquera que parmi ces contraintes, nous n'avons pratiquement pas rencontré l'impossibilité pour la mère de famille de rentrer chez elle pour assurer le déjeuner des enfants.

Il serait fructueux d'approfondir cette recherche d'hypothèses, en étudiant :

a) les modalités du passage à l'utilisation.

. Quels sont les changements qui peuvent amener une restructuration du champ psychologique, permettant au ménage d'envisager la cantine parmi les solutions possibles ? Rôle de l'urbanisation, des changements de domicile, d'établissement scolaire, évènements familiaux, etc..... ?

Les changements de comportement suivent-ils des changements de système, de valeurs, ou les précèdent-ils ?

. Y-a-t-il des ménages qui servent de "relai" à la transmission de l'information sur les cantines ? des ménages-pilotes, dont on suit les changements de système de valeurs, et de comportements ?

. Quel est le rôle joué par les enfants dans la transformation des systèmes de valeurs des enfants ?

b) les significations attachées à la pause-repas, au repas pris à la cantine ou à la maison. Il serait en particulier nécessaire de connaître les attitudes des parents sur certains points :

. importance accordée aux aspects de loisirs, détente physique, équilibre nerveux, contacts sociaux; aux aspects éducatifs, etc., associés à ces modalités de repas.

NOTE SUR LE CONCEPT D' "ACTIVITE LIEE".

Nous disons que l'utilisation d'un équipement collectif (et plus généralement la réalisation d'une activité) A est "liée" à l'exercice d'une activité B, lorsque B est condition nécessaire (mais non suffisante) de A. C'est le cas, par exemple des cantines et des bibliothèques d'entreprise, des transports en commun de ramassage, scolaire ou d'entreprise (1): l'utilisation de chacun de ces équipements implique nécessairement l'exercice d'une activité scolaire ou professionnelle hors du domicile, c'est-à-dire la fréquentation d'un établissement scolaire ou d'une entreprise.

Faire appel à ce concept d' "activité liée" nous paraît utile à la fois pour disposer d'un outil plus adéquat que le raisonnement statistique et pour avancer dans l'analyse des fonctions remplies par les services.

- a) Le concept d' "activité liée" se réfère à un raisonnement logique d'implication ( $A \implies B$ ) valable pour le comportement de chaque individu (et donc pour l'ensemble des comportements).

---

Bien que les transports en commun urbains soient surtout utilisés par des travailleurs ou des scolaires, il est pratiquement impossible de distinguer ces motifs d'utilisation des autres motifs. On ne peut donc pas considérer ce service collectif comme "lié" nécessairement au travail ou à la scolarité.

Par rapport au concept statistique de liaison probabiliste entre deux activités A et B, ce concept a sans doute :

- un pouvoir descriptif et prédictif plus grand (un coefficient de corrélation n'indique généralement pas de façon certaine la valeur de B associée à A pour chacun des individus de la population) (1).
- un pouvoir explicatif moins grand (contrairement au raisonnement statistique, il ne peut amener à faire rechercher de nouvelles relations causales, à mettre en évidence des effets de complémentarité ou de substitution d'activités, etc.....)

Si l'on veut utiliser un tableau tétrachorique de contingence, permettant de répartir les individus selon leur pratique de A et B, on peut dire que dans le cas de l'implication deux cases sur quatre seront absolument vides, alors qu'en cas de simple liaison probabiliste les quatre cases peuvent être (inégalement) remplies.

Cas général

Cas d'implication

absence de relation entre la pratique de A et de B.

a) et absence de relation entre la pratique de A et de B.

|           | B | $\bar{B}$ |
|-----------|---|-----------|
| A         |   |           |
| $\bar{A}$ |   |           |

|           | B | $\bar{B}$ |
|-----------|---|-----------|
| A         |   | ○         |
| $\bar{A}$ |   | ○         |

existence d'une relation.

b) et existence d'une relation.

|  |    |  |    |  |
|--|----|--|----|--|
|  | ou |  | ou |  |
|--|----|--|----|--|

|  |   |
|--|---|
|  | ○ |
|  | ○ |

Même dans les cas les plus évidents, il peut être utile de souligner cette relation d'implication, pour mettre en lumière la nécessité d'étudier les facteurs explicatifs de l'activité "impliquée".

Par exemple, rappeler que la fréquentation de bibliothèques est "liée" à la pratique de la lecture, signifie que la fréquentation de la bibliothèque ne peut s'expliquer sans une connaissance approfondie de la genèse de la lecture.

On peut, en outre, espérer rencontrer une telle liaison dans d'autres cas, moins évidents que le cas des cantines (par des techniques du type de l'analyse hiérarchique gutmanienne) et pour lesquels le concept aurait alors une valeur heuristique.

b) Ce concept d'"activité liée" est à distinguer nettement des concepts qualifiant la ou les fonctions remplies par le service collectif. Théoriquement, on peut en effet rencontrer des "services liés" ou "non liés" :

- aussi bien parmi les services utilitaires ou "de nécessité" (transports en commun, garderies d'enfants) que parmi les services "libres" (équipements de loisirs).
- aussi bien parmi les services recherchés pour eux-mêmes, parce qu'ils apportent la satisfaction d'un "besoin" au sens large (cantine, équipements de loisir), que parmi les services "médiateurs", c'est-à-dire destinés à permettre l'accès à d'autres services (transports en commun).

Cette implication peut concerner :

- a) une catégorie d'équipements ("implication lâche") : on peut dire par exemple que la fréquentation de n'importe quelle bibliothèque implique que l'on sache lire ;

- b) ou un équipement et un seul (implication "stricte", ou terme à terme) : la fréquentation de la bibliothèque de l'entreprise X.... implique que l'on travaille dans cette entreprise.

L'"implication stricte" a des corollaires importants pour l'étude des interrelations entre offre et demande :

- a) il devient inutile d'étudier la "densité" d'équipements offerts à un individu, puisque l'offre se résume à un équipement, présent ou absent.
- b) par contre, il devient plus nécessaire d'étudier les caractéristiques de l'équipement"impliquant" (qualité de l'offre, fonctions remplies) et les contraintes imposées par l'équipement"impliqué". Voir par exemple, l'analyse qui en est faite dans le cas des cantines.

\*

\*

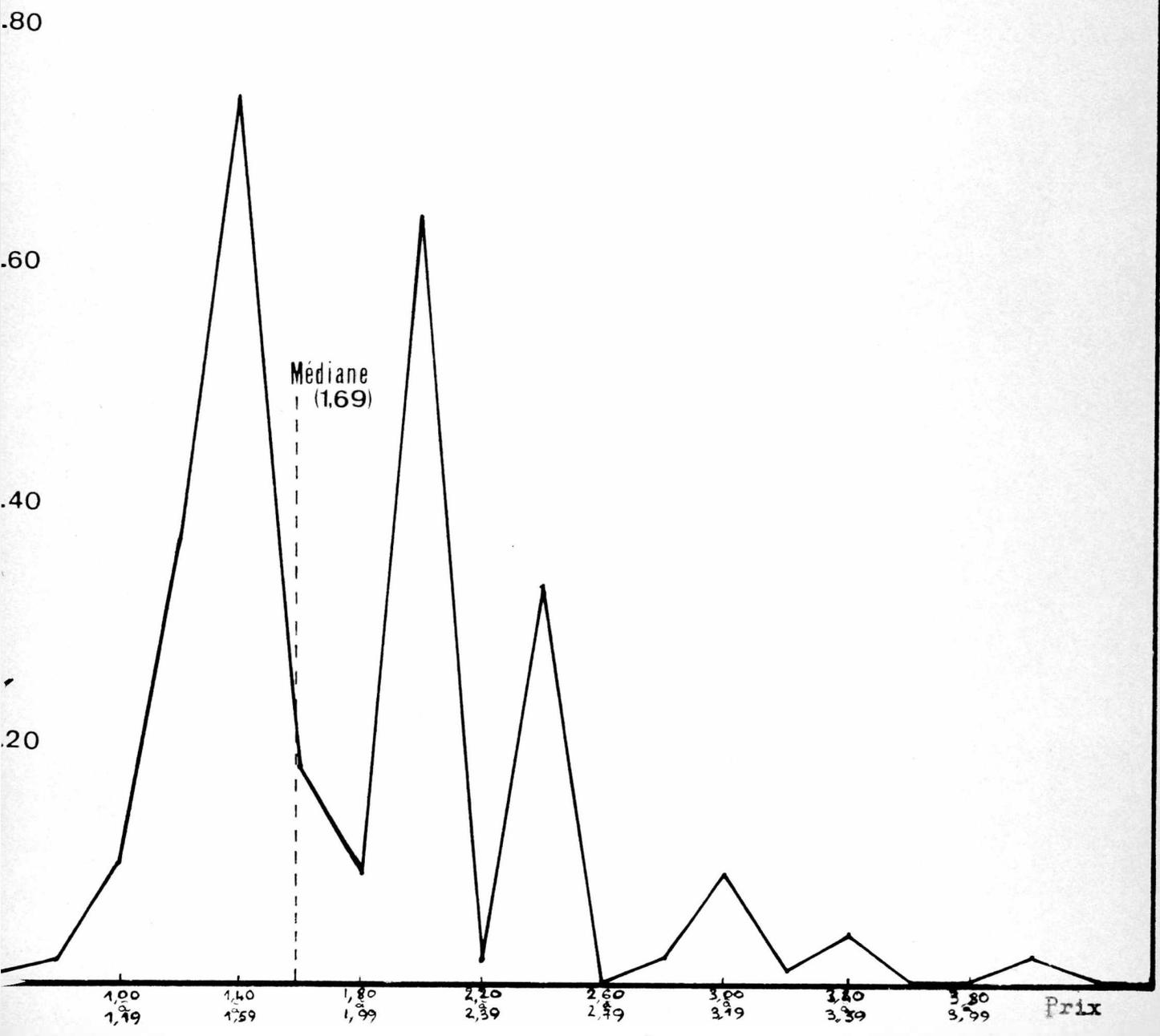
\*

\*

# Graphique 1

## ESTIMATION DU PRIX DE LA CANTINE SCOLAIRE.

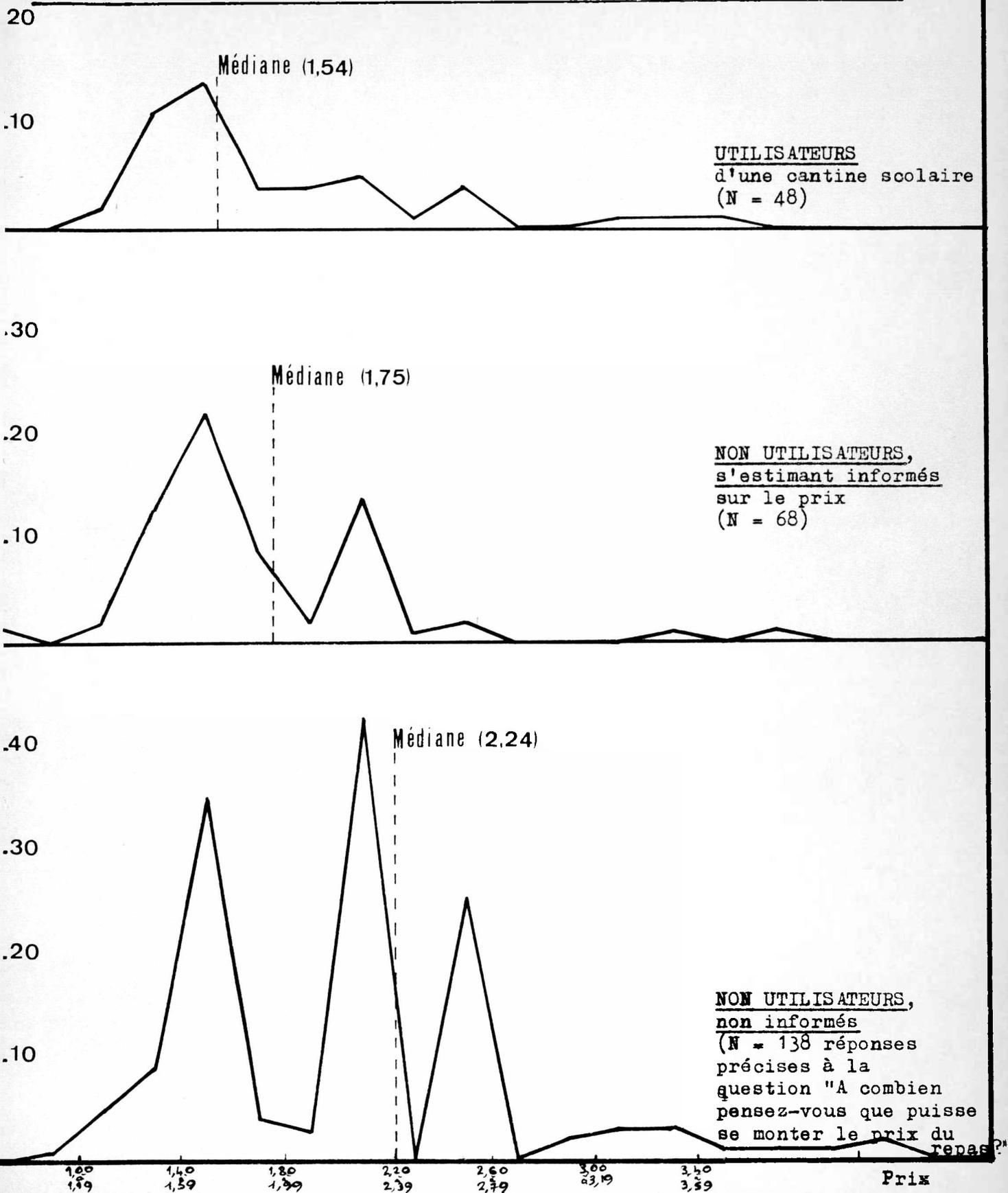
Univers : Ensemble des ménages  
déclarant disposer d'une cantine,  
et fournissant une réponse précise.  
(N = 268)



## Graphique 2

### PRIX DE LA CANTINE SCOLAIRE : variation

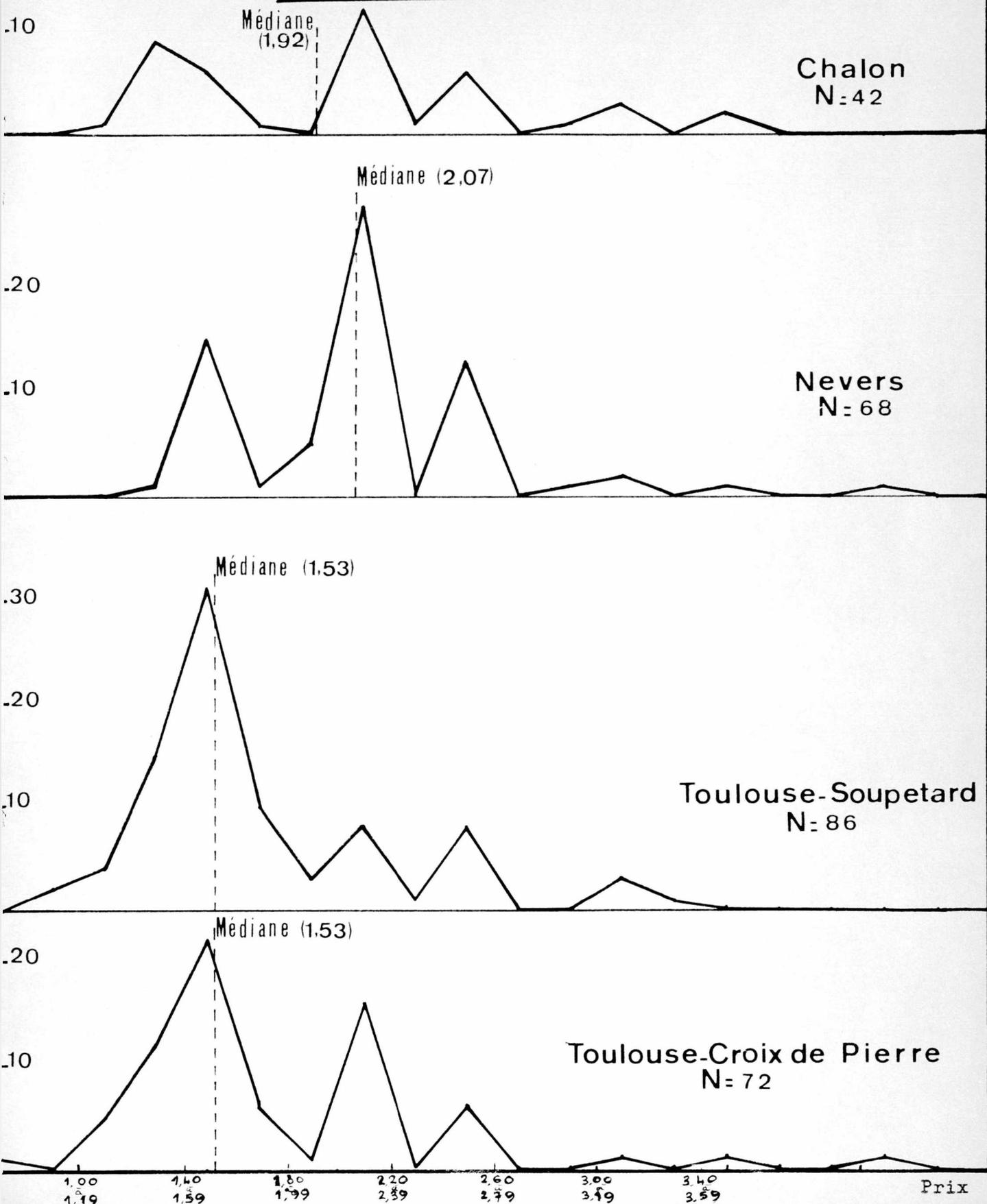
des estimations, en fonction de la fréquentation et du niveau d'information



### Graphique 3

Effectifs

## PRIX DE LA CANTINE SCOLAIRE : variation des estimations selon le lieu d'enquête

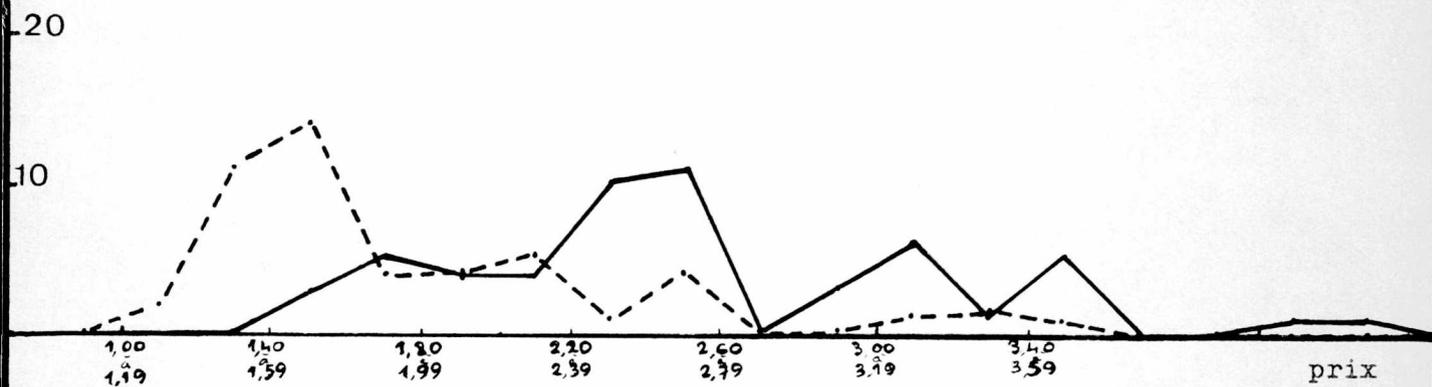


Graphique 4

PRIX ACCEPTES PAR LES UTILISATEURS

----- Le tracé en pointillés indique le prix actuel

— Le tracé plein indique le prix maximum que les usagers se déclarent prêts à accepter.



B - CANTINES D'ENTREPRISE

## B - CANTINES D'ENTREPRISE

### ANALYSE DES INTERRELATIONS ENTRE OFFRE ET DEMANDE

#### I. LA VARIABLE A EXPLIQUER : L'UTILISATION DES CANTINES D'ENTREPRISE

La variable considérée est l'utilisation, même irrégulière, par le chef de famille d'une cantine sur le lieu de travail.

#### Remarques sur cette définition :

- Du fait de la construction de l'échantillon, le chef de famille est obligatoirement un homme ; il n'y a dans le logement ni ascendants ni collatéraux du père de famille; le comportement de la femme n'est pas pris en compte par cette définition.
- Nous parlerons dans la suite du texte de "cantine d'entreprise", bien que dans certains cas il s'agisse de cantines juridiquement indépendantes de l'entreprise et de son comité d'établissement.
- La méthode, consistant à étudier la fréquentation du père en interviewant la mère, pose un problème de validité des déclarations : les risques d'erreurs et de biais systématique sont importants au niveau des comportements, et plus encore des motivations.

#### Quelques résultats au niveau de l'ensemble des ménages

Dans l'échantillon étudié, l'utilisation d'une cantine par les pères est encore moins répandue que la cantine scolaire par les enfants : 12% seulement de l'ensemble des hommes sont utilisateurs.

Il est vrai qu'un ménage sur deux déclare ne pas disposer de cantine de travail ; parmi les pères qui en disposent, environ le quart fréquente (régulièrement, ou non) la cantine. On remarquera que, parmi ceux qui n'ont pas de cantine à leur disposition, une proportion identique souhaiterait pouvoir utiliser une cantine sur le lieu de travail. (tableaux ci-après 11 et 12).

Tableau 11

FREQUENTATION D'UNE CANTINE SUR LE LIEU DE TRAVAIL.

(en pourcentage)

|   | Ensemble des ménages. | Ménages déclarant disposer d'une cantine. |
|---|-----------------------|---|
| - "Il n'y a pas de cantine de travail" ..     | 49                    | -   |
| - Il existe une cantine, et :                 |                       |   |
| . le père ne la fréquente jamais              | 39                    | 76  |
| . le père la fréquente (même irrégulièrement) | 12                    | 24  |
| <u>Univers</u> .....                          | 391 = 100             | 201 = 100                                 |

Tableau 12

OPINIONS DES MENAGES NE DISPOSANT PAS D'UNE CANTINE DE TRAVAIL.

(en pourcentage)

| <u>Question</u> : "S'il existait (une cantine), est-ce que votre mari l'utiliserait ?" |           |
|--|-----------|
| - Oui .....  | 24        |
| - Non .....  | 75        |
| - n.s.p. ....  | 1         |
| <u>Univers</u> : ménages déclarant ne pas disposer d'une cantine                       | 190 = 100 |

Le "service concurrent" le plus fréquent de la cantine est, de bien loin, le repas pris au foyer (70% de l'ensemble des ménages); l'utilisation du restaurant apparaît marginale. (voir tableau 13).

#### 1 - Variations selon les villes.

On observe une importante différence de taux d'utilisation entre les ménages de Châlon (2%) et ceux des autres villes (14 à 16%) (voir tableau 14).

Ce fait s'explique vraisemblablement en grande partie par le sous-équipement de Châlon en entreprises proposant une cantine à leur personnel : parmi les interviewés, seulement un chef de famille Châlonnais sur quatre dispose d'une cantine, alors que la proportion est de 1/2 ou de 1/3 dans les autres aires d'enquête.

Mais d'autres facteurs de variations entre villes peuvent également intervenir, identiques à ceux déjà mentionnés à propos des cantines scolaires :

- Variations de distances domicile travail (les distances sont en moyenne plus courtes à Châlon, facilitant le retour des chefs de famille à déjeuner).
- Evolution sociologique liée à l'urbanisation, les travailleurs des grandes villes adoptant plus souvent l'habitude nouvelle du repas pris hors du domicile.
- Nous ne citerons que pour mémoire les oscillations de prix de l'offre d'une ville à l'autre. Ce facteur apparaissait important dans le cas des cantines scolaires : chaque municipalité peut préconiser une politique originale de tarification, ce qui peut réduire la dispersion des prix au sein d'une même commune, et les accroître d'une ville à l'autre.

Dans le cas des cantines d'entreprise, il n'y a pas de raison de supposer l'existence de tels mécanismes de régulation des prix.

Les interviews que nous avons pratiquées auprès des responsables de

Tableau 13

36bis.

LIEU DU DEJEUNER DU PERE (JOURS OUVRES)

(en pourcentage)

|  |           |       |
|--|-----------|-------|
| . A la cantine régulièrement .....         | 7         |       |
| . A la cantine irrégulièrement .....       | 5         |       |
| dont : - cantine et maison .....           |           | (3)   |
| - cantine et restaurant .....              |           | (0,5) |
| - cantine et autre solution ...            |           | (1,5) |
| . Retour à la maison, régulièrement ....   | 70        |       |
| . Au restaurant, régulièrement .....       | 2         |       |
| . Autres repas sur place (gamelle, panier) | 5         |       |
| . Autres solutions, variable .....         | 11        |       |
| <u>Univers</u> : ensemble des ménages      | 391 = 100 |       |

Tableau 14

REPARTITION DES UTILISATEURS PAR VILLE D'ENQUETE.

(en pourcentage)

|                         | T o u l o u s e |           | Nevers | Chalon | TOTAL   |
|-------------------------|-----------------|-----------|--------|--------|---------|
|                         | Croix de Pierre | Soupetard |        |        |         |
| . Pas de cantine .....  | 48              | 30        | 42     | 76     | 49      |
| . Existence de cantines |                 |           |        |        |         |
| - ne l'utilisent pas    | 36              | 55        | 44     | 22     | 39      |
| - l'utilisent .....     | 16              | 15        | 14     | 2      | 12      |
| <u>Univers</u> .....    | 94=100          | 104=100   | 97=100 | 96=100 | 391=100 |

cantines des principales entreprises montrent d'ailleurs une forte dispersion des tarifs au sein d'une même ville (1,22 à 2,65 F à Toulouse; prix auxquels peuvent s'ajouter des suppléments de boisson, café, parfois pain...).

Les déclarations des ménages de notre échantillon confirment cette constatation : il semble que les prix déclarés soient extrêmement dispersés au sein d'une même enquête, tandis que les médianes varient peu d'une ville à l'autre (voir graphique 7).

## 2 - Variations selon les individus

Du fait même de sa construction, l'échantillon ne permet pas de constater de variations importantes du taux de fréquentation selon la catégorie socio-professionnelle, ou le niveau de revenus.

En outre, contrairement à ce qu'on aurait pu attendre, il n'apparaît aucune variation significative en fonction des attitudes vis-à-vis du collectif, ou de celles à l'égard du rôle des services publics, ni en fonction de l'indice global de fréquentation des équipements par le foyer (1).

On peut donc penser que la fréquentation de la cantine de travail est relativement indépendante de celle des autres équipements collectifs (2), et qu'elle relève moins d'attitudes à l'égard de l'utilisation de services collectifs en général, que de facteurs circonstanciels : existence d'une cantine pratique et ayant bonne réputation, contraintes spécifiques à la fréquentation de la cantine de travail.

- 
- (1) Il s'agit d'un indice attribuant à chaque ménage une note correspondant au nombre d'équipements collectifs qu'il fréquente. (Pour la constitution de cet indice, voir le rapport précédent, Fasc.III).
- (2) Nous retrouvons là la constatation, effectuée lors de l'enquête précédente, d'indépendance ou de corrélation très faible entre les divers services collectifs étudiés.

## II . ANALYSE DE QUELQUES INTERRELATIONS ENTRE L'OFFRE ET LES MENAGES

Les caractéristiques de l'échantillon ne nous permettent malheureusement pas d'étudier, pour chacune des caractéristiques possibles de l'offre (c'est-à-dire de chaque cantine d'entreprise), les diverses caractéristiques possibles (comportements, attitudes et situation) des individus.

Nous sommes donc amenés à effectuer en quelque sorte une analyse qualitative du problème, en recoupant les diverses informations dont nous disposons sur les ménages.

Les réponses enregistrées nous apportent quelques informations sur les motifs d'utilisation ou de non utilisation de la cantine, lorsqu'elle existe; il s'agit de questions portant notamment sur les motifs :

- de non utilisation (par les ménages disposant d'une cantine);
- d'intention d'utilisation ou de non utilisation (par les ménages ne disposant pas d'une cantine, et interrogés sur leurs souhaits).
- de satisfaction ou de mécontentement;
- de changement ou de non changement de la fréquentation, en cas de modification des tarifs.

A travers les réponses, les relations entre l'offre et la demande apparaissent marquées par quatre facteurs étroitement intriqués.

- 1 - Certaines caractéristiques de l'équipement "impliqué", c'est-à-dire de l'entreprise à laquelle est "liée" l'utilisation de la cantine.

Il s'agit en particulier de la distance domicile-travail, et du temps de pause déjeuner : dans certains cas (grande distance, pause de brève durée) ces variables jouent à la manière de contraintes, empêchant le travailleur de rentrer déjeuner chez lui ; dans les autres cas elles constituent au contraire des variables permissives, offrant à l'individu toute possibilité de choisir entre l'équipement collectif et des solutions plus individuelles .

Ceci tend à être confirmé par le Tableau 15 A et B.

Tableau 15

QUELQUES VARIABLES RELIEES A L'UTILISATION DE LA CANTINE DE TRAVAIL.

|   | Fréquentation de la cantine de travail par le père |               | T O T A L   |
|---|--|---------------|-------------|
|   | Utilise (même irrégulièrement)                     | N'utilise pas |             |
| <u>A. Temps de trajet domicile-travail.</u>   |  |               |             |
| . 0 à 5 minutes .....   | 2 **   | 23 **         | 25 **       |
| . 6 à 15 minutes .....  | 24 = 21 %  | 89 = 79 %     | 113 = 100 % |
| . 16 à 25 minutes .....   | 7 **   | 26 **         | 33 **       |
| . 26 minutes et plus .....  | 12 **  | 12 **         | 24 **       |
| <u>B. Durée de la pause du midi.</u>  |  |               |             |
| . 1 heure et moins .....  | <u>17</u> **                                       | 24 **         | 41 **       |
| . plus d'une heure et moins de 2 heures .....   | 3 **   | <u>28</u> **  | 31 **       |
| . 2 heures et plus .....  | 6 **   | <u>47</u> **  | 53 **       |
| . Journée continue, travail par poste, pas de pause-déjeuner ..                           | 8 **   | 44 **         | 52 **       |
| . Variable, irrégulier .....  | 11 **  | 7 **          | 18 **       |
| <u>C. Possession d'une voiture par le ménage.</u>   |  |               |             |
| . Possesseurs .....   | 31 %   | 69 %          | 95 = 100 %  |
| . Non-possesseurs .....   | 18 %   | 82 %          | 101 = 100 % |
| Univers : Ménages disposant d'une cantine de travail (imprécis éliminés du tableau) ..... | 24 %   | 76 %          | 201 = 100 % |

\*\* Effectif

## 2 - Les facteurs d'ordre psychologique et sociologique

Tout se passe comme s'il existait une norme communément admise et pratiquée : il est traditionnel, et valorisant pour les travailleurs, que les repas se prennent en famille et à la maison (le contexte psychologique et sociologique de cette valorisation du repas pris à la maison a été brièvement analysé dans le Préambule des cantines scolaires et d'entreprise).

C'est sans doute ce que signifie, dans la plupart des cas, l'explication simple que les non-usagers fournissent de leur comportement : "c'est une préférence personnelle", "je n'ai aucune raison pour aller à la cantine alors que je peux rentrer chez moi". (c'est la réponse de 83% des non-usagers) (voir tableaux 16 et 20).

Pour que ce comportement soit modifié, il faut une raison suffisamment valable, presque une excuse. On retrouve ici l'invocation assez générale de contraintes de temps et de trajet, plus rarement l'absence au foyer d'une personne pouvant préparer le repas de midi (1) (voir par exemple les tableaux 21 et 22).

---

(1) Bien que l'influence de ce facteur (exercice d'une activité professionnelle hors du domicile par l'épouse) soit hautement vraisemblable, il n'a pas été possible de la mettre en évidence, dans la présente enquête. Sans doute une grande partie des épouses qui travaillent ont-elles le temps de rentrer à midi, pour préparer leur repas et celui de leur époux et de leurs enfants.

On notera cependant qu'il ne s'agit pas toujours de contraintes impératives, puisque même dans les cas où le retour au foyer est le plus difficile ou fatigant (brève pause à midi, et surtout durée du trajet aller-retour atteignant ou dépassant 1 heure) on rencontre encore une très forte proportion de pères de famille rentrant chez eux à midi (1).

En somme, au niveau des comportements réels comme au niveau des motifs invoqués par les ménages, il apparaît une assez grande inertie. C'est l'indifférence qui caractérise les attitudes à l'égard de ce type d'équipement collectif ; on ne fait appel à lui que lorsque la solution traditionnelle "individuelle" (au sens de "familiale") n'est plus possible. On peut dès lors s'attendre à ce qu'il reste peu de liberté de jeu pour deux variables pourtant essentielles dans les relations offre-demande : la qualité et le prix.

### 3 - La qualité du service offert.

Nous retrouvons, sur ce point, les limites imposées par notre échantillon : il n'est pas possible de confronter les comportements des ménages et les caractéristiques qualitatives de chaque cantine fréquentée. Notons simplement que les déclarations des ménages, usagers comme non usagers, traduisent une satisfaction générale mais qui nous renseigne peu. On ne critique que rarement la nourriture, le service, le local, etc... (voir tableaux 17 et 18).

---

(1) Rappelons qu'une observation identique avait été faite, à propos de la cantine scolaire, lors de la précédente enquête auprès de 2000 ménages : 48% des enfants rentraient déjeuner chez eux malgré un trajet aller-retour de 3/4 heure ou une heure. (Source : "Etude sur les consommations collectives ; IV : facteurs socio-économiques". CREDOC, Avril 1966).

Les critiques n'apparaissent que lorsqu'on demande de comparer cantine et repas-maison (tableau 26) : mais il est difficile de faire la part des réactions imputables à l'amour-propre de la ménagère, soucieuse de défendre la qualité de "sa" nourriture.

#### 4 - Le prix

Constatons dès à présent que les usagers comme les non usagers s'accordent à déclarer que les tarifs pratiqués sont peu élevés, ou avantageux ; il ne se trouve pratiquement personne pour citer le prix parmi les motifs pour lesquels il ne fréquente pas la cantine ou ne la fréquenterait pas s'il en existait une. (voir tableaux n° 16, 18, 20).

Ces observations vont dans le sens d'une hypothèse accordant aux variations de prix, et peut-être de qualité, une importance moindre dans le cas de services utilitaires, et fréquentés pour des raisons de contraintes matérielles. Ce raisonnement n'étant sans doute valable qu'en dessous d'un certain seuil de prix qui resterait à déterminer.

Analysons à présent plus en détail l'effet du prix sur les comportements des ménages.

Tableau 16

MOTIFS DE NON-FREQUENTATION DE LA CANTINE DE TRAVAIL.

(en pourcentage)

| Questions: "Pourquoi votre mari n'y déjeune-t-il pas ?"<br><u>S'il n'existe pas de cantine :</u><br>"S'il en existait une, est-ce que votre mari l'utiliserait ? Si non, pourquoi ?" | Ménages non-utilisateurs |   |
|--|--------------------------|---|
|  | disposant d'une cantine  | ne disposant pas d'une cantine mais déclarant qu'ils ne l'utiliseraient pas s'il en existait une. |
| <u>Thèmes abordés spontanément :</u>   |                          |   |
| . Préférences personnelles (raisons familiales, c'est plus reposant, etc..)  | 34                       | 38  |
| . Absence de contraintes : distance trop courte, etc.....  | 41                       | 51  |
| . Problème de régime, goûts difficiles du mari .....   | 8                        | 6   |
| . Qualité médiocre .....   | 6                        | 5   |
| . Prix trop élevé .....  | 1                        | -   |
| . Autres (mauvaise organisation, pas pratique, incompatible avec l'horaire, etc....) .....   | 9                        | -   |
| . Ne sait pas .....  | 1                        | -   |
| <u>Univers</u> : ménages non utilisateurs .....  | 155 = 100                | 144 = 100   |

Tableau 17

JUGEMENTS DE SATISFACTION.

(en pourcentage)

| Question : "Votre mari est-il satisfait (non utilisateurs : ceux qui y vont sont-ils satisfaits) de cette cantine ?" | Utilisateurs | Non utilisateurs |
|--|--------------|------------------|
| . Satisfaits .....   | 92 *         | 89               |
| . Mécontents .....   | 4 *          | 4                |
| . n.s.p. ....  | 4 *          | 7                |
| <u>Univers</u> : Ménages disposant d'une cantine sur le lieu de travail du père .....                                | 46 = 100 *   | 155 = 100        |

\* Univers faible

Tableau 18

MOTIFS DE SATISFACTION OU DE MECONTENTEMENT DE LA CANTINE DE TRAVAIL.

(en pourcentage)

| Question : "Ceux qui y vont sont-ils satisfaits de cette cantine ?" Pourquoi ?"  | Ménages parlant de : |                |
|--|----------------------|----------------|
|  | Satisfaction         | Mécontentement |
| <u>Motifs évoqués spontanément :</u>   |                      |                |
| . La cantine résout les problèmes de temps, de fatigue .....                     | 2                    | -              |
| . Raisons tenant à la qualité (bonne ou mauvaise) .....                          | 67                   | 6 **           |
| . Prix avantageux .....  | 25                   | -              |
| . Autres raisons .....   | 3                    | -              |
| . N.S.P. ....  | 3                    | -              |
| <u>Univers</u> : non utilisateurs disposant d'une cantine (imprécis éliminés) .. | 139 = 100            | 6 **           |

\*\* Effectif

Tableau 19

MOTIFS POUR LESQUELS LE PRIX DE LA CANTINE N'EST PAS JUGE CHER

|   | Usagers      | Non-utilisateurs<br>disposant d'une<br>cantine |
|---|--------------|--|
| . Pas cher, par rapport au prix du <u>repas-</u><br><u>maison</u> (ou de la gamelle) .....      | 14 = 33 % *  | 52 %   |
| . C'est une somme peu élevée en <u>valeur</u><br><u>absolue</u> , par rapport au coût de la vie | 12 = 29 % *  | 31 %   |
| . par rapport à la <u>qualité</u> .....   | 14 = 33 % *  | 13 %   |
| . Autres raisons (par rapport au restau-<br>rant, en égard au service rendu, etc..)             | 2 = 5 % *    | 4 %  |
| <u>Univers</u> : ménages ayant répondu que "le<br>prix n'était pas cher".....                   | 42 = 100 % * | 144 = 100 %                                    |

\* Univers faible

Tableau 20

MOTIFS DE REFUS PERSISTANT DE LA CANTINE D'ENTREPRISE, EN CAS DE BAISSSE DES TARIFS.

(en pourcentage)

| Questions : "Si on demandait 1 franc (100 anciens francs) de moins par repas,<br>est-ce que votre mari irait à la cantine ? Si non, pourquoi ?" |             |
|---|-------------|
| <u>Thèmes abordés spontanément</u> :  |             |
| . Absence de contraintes matérielles de temps, trajet, etc.....   | 27          |
| . Préférence pour le repas au foyer .....   | 53          |
| . Qualité insuffisante, variable, etc .....   | 7           |
| . Problèmes de santé, de régime ; repos après le repas etc.....   | 7           |
| . Prix trop élevé .....   | 1           |
| . Autres .....  | 3           |
| . Ne savent pas .....   | 3           |
| <u>Univers</u> : non-utilisateurs, maintenant leur refus en cas de baisse   | 147 = 100 % |

MOTIFS D'UTILISATION PERSISTANTE DE LA CANTINE, MALGRE UNE HAUSSE DES TARIFS DE 1F.

Question : "Et si le repas coûtait 1 F. de plus ?"

Thèmes abordés spontanément :

|   |    |    |
|---|----|----|
| . Les contraintes persistent (temps de trajet, fatigue, etc.) ..... | 21 | ** |
| . Le prix reste avantageux, abordable .....                         | 7  | ** |
| . Qualité satisfaisante, bonne .....                                | 3  | ** |
| . Autres, n.s.p. ....   | 3  | ** |

Univers : utilisateurs, maintenant leur fréquentation malgré la hausse 34 \*\*

\*\* Effectif

Tableau 22

MOTIFS D'UTILISATION ALLEGUES PAR LES MENAGES DESIREUX DE FREQUENTER UNE CANTINE S'IL EN EXISTAIT UNE.

Question (posée aux ménages ne disposant pas de cantine) :

"S'il en existait une, est-ce que votre mari l'utiliserait ? Si oui, pourquoi ?"

Thèmes abordés spontanément :

|  |    |    |
|--|----|----|
| . Existence de contraintes (distance, temps trop court pour déjeuner, personne à la maison, raisons de commodité .....) .... | 32 | ** |
| . Prix avantageux, abordable .....   | 6  | ** |
| . Qualité satisfaisante, bonne .....   | 3  | ** |
| . Préférences personnelles, autres raisons .....   | 3  | ** |

Univers : ménages se déclarant désireux de disposer d'une cantine de travail et de l'utiliser ..... 44 \*\*

\*\* Effectif

Tableau 23

O P I N I O N S   S U R   L E   P R I X .

(en pourcentage)

| Question : "Est-ce que vous trouvez que le prix du repas, que vous venez d'indiquer) est cher ?" |              |                  |
|--|--------------|------------------|
|  | Utilisateurs | Non utilisateurs |
| . Cher .....   | 2 *          | 3                |
| . Pas cher .....   | 91 *         | 93               |
| . Ne savent pas .....  | 7 *          | 4                |
| <u>Univers</u> .....   | 46 = 100*    | 155 = 100        |

\* Univers faible.

Tableau 24

COMPARAISON ENTRE CANTINE D'ENTREPRISE ET RESTAURANT

- en pourcentage -

|  |           |
|--|-----------|
| <u>Question</u> : "Comment se fait-il que le repas à la cantine revienne moins cher qu'un repas au restaurant ?" |           |
| Thèmes évoqués spontanément :  |           |
| - <u>Achat en gros</u> ; moins de choix pour l'utilisateur ;<br>régularité du nombre de convives                 | 60        |
| - <u>Subventions</u> extérieures, pas de taxes,<br>prix préférentiels pour les achats.                           | 33        |
| - Moins bonne <u>qualité</u> de la nourriture, du service,<br>de la présentation.                                | 21        |
| - Pas de <u>bénéfice</u> , c'est une organisation "sociale".   | 9         |
| - Meilleure gestion, pas de gaspillage   | 1         |
| - Ne sait pas  | 6         |
| <u>Univers</u> : ensemble des ménages interviewés<br>(plusieurs réponses possibles)                              | 391 = 100 |

Tableau 25COMPARAISON DES PRIX ENTRE CANTINE ET REPAS A DOMICILE

- en pourcentage -

|  |           |
|--|-----------|
| <u>Question</u> : "Pensez-vous qu'un repas à la maison revienne moins cher qu'un repas à la cantine ?" |           |
| . Oui, moins cher à la maison  | 20        |
| . Non  | 77        |
| . Ne savent pas  | 3         |
| <u>Univers</u> : Ensemble des ménages interviewés  | 391 = 100 |

Tableau 26MOTIFS INVOQUES DANS LA COMPARAISON ENTRE CANTINE ET REPAS A DOMICILE

- en pourcentage -

| ESTIMENT QUE LE REPAS MAISON .....                               |          |  |   |
|--|----------|--|---|
| EST MOINS CHER, PARCE QUE :                                      |          | N'EST PAS MOINS CHER, PARCE QUE :                    |   |
| - "Quand on est nombreux à la maison, on s'arrange"              | 48       | - La cantine achète à des prix de gros               | 53  |
| - Pas de gaspillage à la maison, meilleure organisation          | 42       | - Les repas cantine sont moins bons ou moins copieux | 40  |
| - Possibilité de faire des économies sur la qualité, à la maison | 2        | - La cantine est subventionnée                       | 7   |
| - Ne sait pas  | 8        | - La cantine est moins chère (s.a.i)                 | 13  |
| <u>Univers</u> :   | 78 = 100 | <u>Univers</u> :                                     | 301 = 100<br>(plusieurs réponses possibles) |

### III . ANALYSE PLUS APPROFONDIE DU RÔLE DU PRIX DANS LA FREQUENTATION

- 1 - La non fréquentation ne semble pas devoir être imputée à une mauvaise information sur les prix.

Les questions posées aux ménages (questions qui sont identiques à celles étudiant le prix de la cantine scolaire) ont permis d'établir les graphiques 5 à 7; soulignons, ici encore, que la faiblesse des effectifs interdit toute conclusion définitive; enfin, on ne peut qu'étudier avec prudence des variations de quelques dizaines de centimes, les questions posées n'étant pas entrées dans le détail des "prix supplémentaires" (boissons, café, pain...).

Les réponses des usagers sont relativement dispersées, ce qui traduit la diversité des tarifs pratiqués par les cantines d'entreprise ; la plupart des tarifs évoqués se situent entre 2F,20 et 3F.(Graphique n° 5).

Les estimations fournies par les non-usagers - qu'ils s'estiment, ou non, bien informés des prix - n'apparaissent pas significativement différents, de par leur tendance centrale (médiane et moyenne), des estimations faites par les usagers (Graphique n° 6). On ne retrouve donc pas le phénomène, constaté à propos de la cantine scolaire, de surestimation des prix par les non-utilisateurs.

On constate, simplement, une certaine dispersion des estimations des non-usagers : leur moins bon niveau d'information les amène à citer plus fréquemment des prix relativement plus bas (1F80, 2F) ou plus élevés (3F, 3F50).

2 - La gamme de prix actuels apparaît rarement comme un obstacle.

Bien que cela n'ait pas été directement analysé, il est hautement vraisemblable que la décision de fréquenter ou non la cantine dépend pour une part, du résultat d'une comparaison : comparaison entre cantine d'entreprise et restaurant privé; mais surtout, de façon beaucoup plus générale, comparaison entre cantine d'entreprise et repas consommé à domicile.

Cette comparaison peut porter sur les prix, et la qualité : l'étude de ces deux facettes, bien classiques, d'un même choix pose des problèmes évidents dans le cas des cantines d'entreprise :

- qui faut-il interviewer : le mari (qui est le seul à pouvoir parler de la qualité de la cantine, mais aussi de ses autres motivations à choisir l'une ou l'autre formule) ? ou l'épouse (plus compétente pour les dépenses alimentaires du ménage) ?
- l'épouse est-elle capable d'effectuer un calcul du prix du repas maison ? Invitée à effectuer une comparaison, n'aura-t-elle pas tendance à sous-estimer ses dépenses alimentaires, et à sur-estimer la qualité du repas qu'elle confectionne elle-même ?
- enfin, est-il légitime d'étudier le problème comme si chaque ménage se trouvait chaque jour dans une situation effective de choix entre les deux solutions ?

Ces réserves indiquent les limites d'interprétation des quelques questions que nous avons posées aux enquêtés sur ce thème :

- "est-ce que vous trouvez (le prix indiqué précédemment par l'interviewée) cher ? Pourquoi ?" (voir tableau 23).

- "comment se fait-il qu'un repas à la cantine revienne moins cher qu'un repas au restaurant?"

- "pensez-vous qu'un repas à la maison revienne moins cher qu'un repas à la cantine? Pourquoi?" (voir tableaux 24 à 26).

Les réponses confirment que, pour la presque totalité des ménages, les prix semblent n'intervenir que faiblement dans la décision.

- Plus des trois quarts (77%) des ménages, usagers comme non-usagers, estiment que la cantine n'est pas plus chère que le repas-maison. La presque totalité (91 à 93%) va même jusqu'à trouver que la "cantine n'est pas chère" (lorsqu'aucun élément de comparaison n'est suggéré). On peut donc en conclure que la gamme de prix actuelle est "raisonnable", voire "bon marché", ou en tout cas ne constitue pas un obstacle à la fréquentation de la cantine d'entreprise.

- Si l'on tente d'analyser plus finement le cas des usagers, on peut faire l'hypothèse que le prix "raisonnable" de la cantine est rarement un motif, ou tout au moins un motif avoué de fréquentation.

De même, le désir de "profiter au maximum des subventions de la collectivité" (désir qui avait été rencontré à propos d'autres équipements collectifs, lors de la première enquête) ne semble pas intervenir ici : on peut d'ailleurs observer que l'existence de telles subventions n'est pas connue (ou tout au moins, pas mentionnée) par un grand nombre d'interviewés.

#### IV . HYPOTHESES DE VARIATIONS DE PRIX DE COMPORTEMENTS

La méthode d'enquête utilisée est identique à celle des cantines scolaires (1) ; les réserves que nous avons formulées sont également valables dans le cas présent.

Ajoutons que les variations de prix étudiées sont proportionnellement moins fortes, puisque le prix de départ est généralement plus élevé (Médiane = 2,44 F dans le cas des cantines d'entreprise).

##### a. Hypothèses de hausses de prix

Le graphique 8 permet de comparer les prix actuellement payés par les usagers de notre échantillon, et le prix maximum qu'ils accepteraient de payer ( ce prix pouvant être le prix actuel, un prix supérieur de 50 centimes, ou de 1 franc).

Bien que des hausses plus importantes n'aient pas été évoquées, les seules questions posées permettent déjà de se rendre compte de ce que le "prix accepté" semble pouvoir être très supérieur au prix actuellement payé. 12 ménages sur 46 envisageraient d'abandonner la cantine, ou hésiteraient à le faire, pour une hausse de 1 franc.

(1) Les questions étaient les suivantes :

- |             |   |  |
|-------------|---|--|
| Usagers     | { | - Si l'on demandait à votre mari 50 centimes de plus (50 anciens francs), est-ce qu'il irait encore à la cantine ? |
|             | { | - Et si c'était 1 franc de plus (100 anciens francs) ?   |
| Non usagers | { | - Si on demandait 1 francs de moins (100 anciens francs) par repas, est ce que votre mari irait à la cantine ?     |

b. Hypothèse de baisse de prix

Une baisse importante des tarifs pratiqués ne semble pas suffire à déclencher une élévation sensible de la proportion d'utilisateurs (1) : la presque totalité des ménages non-utilisateurs mais disposant d'une cantine déclarent qu'ils continueraient de ne pas fréquenter la cantine d'entreprise, même s'ils bénéficiaient d'une baisse importante de tarif.

Réflexions sur ces résultats

Les réactions des usagers comme des non usagers, si elles ne peuvent en aucun cas être extrapolées, vont cependant dans le sens des hypothèses développées précédemment :

- pour un service à "utilisation liée" et de tarifs actuels, le niveau de prix n'exerce généralement pas une influence décisive sur le comportement d'utilisation ou de non-utilisation ;
- toujours dans ces limites, des variations de prix ne sont pas un facteur susceptible de déterminer une remise en cause des décisions antérieures et des habitudes quotidiennes.

Il reste à déterminer quelles sont les limites du raisonnement : est-il possible de déterminer un seuil à partir duquel cette inertie psychologique n'intervient plus ? Le "prix-plafond" est-il fixé par l'individu en fonction du prix attribué au repas-maison ? au restaurant ? en fonction du prix d'autres biens et services, alimentaires ou non alimentaires ?

---

(1) Il se peut qu'elle agisse sur la fréquence d'utilisation par les ménages utilisateurs : cet aspect n'a pas été étudié au cours de notre enquête.

en fonction de son expérience antérieure ? des informations transmises par son entourage ? de l'exemple fourni par les individus qui lui servent de modèle de référence ? etc...  
On doit en outre s'attendre à ce que des courbes de sensibilité au prix, peut-être parentes des courbes d'élasticité-prix, varent très nettement selon les revenus des ménages : les tarifs ayant sans doute une importance plus nette pour les ménages de revenus très bas (qui, en cas de contrainte de temps ou de distance, peuvent adopter la solution "gamelle").

---

## CONCLUSIONS SUR LES CANTINES D'ENTREPRISE

### 1 - Quelques résultats en forme d'hypothèses.

Les réserves faites à propos des cantines scolaires restent valables dans le cas présent : dimension restreinte de l'échantillon, limites des méthodes d'observation utilisées.

Ceci dit, l'analyse qui précède tend à confirmer les hypothèses relatives à l'utilisation des cantines d'entreprise, et plus généralement des deux types de cantines étudiés.

a - Il serait illusoire de rechercher une relation simple entre les caractéristiques de l'offre et celles de la demande . De multiples facteurs contribuent à modifier les effets d'une variation des services offerts.

Il peut notamment s'agir de facteurs de trois ordres :

- facteurs d'ordre psychologique et sociologique : poids des traditions, des normes sociales valorisant telle ou telle forme de prise de repas ; exemple de groupes ou d'individus pilotes, au sein de l'entreprise; influence des préférences de l'épouse, etc...

On peut faire l'hypothèse que ce contexte psychosociologique s'oppose, dans de nombreux cas, à la diffusion des cantines scolaires et d'entreprise : il semble souvent jouer dans le sens d'un attachement au "repas pris chez soi", qui reste la norme; tandis qu'une certaine indifférence peut caractériser les attitudes à l'égard de l'équipement collectif, quelle que soit sa qualité.

- caractéristiques qualitatives de l'offre.

L'étude de la relation entre offre et demande est souvent difficile même pour des biens de grande consommation, aux caractéristiques relativement standardisées. Elle apparaît incomparablement plus délicate dans le cas des services, individuels ou collectifs, dont les caractéristiques varient fortement d'un équipement donné à un autre.

En particulier, les aspects qualitatifs jouent un grand rôle, servant de "catalyseur" aux facteurs psychosociologiques : selon les caractéristiques concrètes du local, du service, etc... chacun s'y sent à l'aise, peut s'y détendre, y converser avec qui il souhaite; ou au contraire éprouve de la gêne à côtoyer ses supérieurs ou subordonnés, se sent contraint de déjeuner tous les jours avec des gens peu sympathiques, se plaint du bruit, des files d'attente, de l'absence de serviettes, de la propreté douteuse des tables, de l'obligation d'apporter son couvert, de porter son plateau, etc...

- caractéristiques de l'"équipement impliqué"(entreprise, ou école) :

l'apparition de contraintes impératives (instauration de la journée continue, ne permettant qu'une brève pause-déjeuner) ou très pénible (trajets domicile-travail longs et fatigants) semble être un facteur nécessaire à la prise de décision de fréquenter une cantine d'entreprise.

Cette liste présente évidemment un caractère très provisoire, de nombreux facteurs restant encore inconnus.

b - L'hypothèse précédente pourrait amener à une hypothèse d'évolution de la demande de ce type de services collectifs. En effet, on s'accorde généralement à prévoir, pour les dizaines d'années à venir, une généralisation de la journée continue, et une urbanisation croissante (avec, en particulier, l'extension des grandes villes). Si ces phénomènes se produisent effectivement, on peut alors s'attendre à une généralisation de l'utilisation de ce service collectif.

Il nous faut cependant souligner qu'une telle extrapolation ne tiendrait aucun compte des facteurs d'ordre psychologique et sociologique, encore mal connus, mais qui ont vraisemblablement une grande importance par rapport aux aspects économiques de l'arbitrage entre cantine et retour au domicile.

c - Pour cette catégorie d'équipements à "utilisation liée", les prix couramment pratiqués ne semblent pas constituer une variable majeure : on peut faire l'hypothèse qu'ils sont rarement un obstacle pour les non-usagers, ou un avantage décisif aux yeux des usagers. Ainsi, seule une minorité de ménages envisagerait de modifier son comportement en cas de variations importantes de tarifs, comme le montre le graphique 9.

\*

\*

\*

Malgré leur caractère très exploratoire, les résultats qui précèdent permettent d'effectuer à propos de cette catégorie d'équipements quelques remarques plus générales sur :

- la "nature du collectif"
- les problèmes qui restent à résoudre, et l'amélioration de la méthode d'approche.

---

2 - Réflexion sur la place des cantines parmi les services collectifs.

L'enquête complémentaire a porté sur deux catégories de services de repas collectifs : les cantines scolaires, et les cantines d'entreprise.

Ces deux équipements ont été étudiés séparément parce qu'ils s'adressent à des publics différents, et peuvent théoriquement être choisis en fonction de critères différents : par exemple les critères d'ordre moral (bonne éducation des enfants, intégration familiale) pourraient être plus fréquemment invoqués à propos des cantines scolaires.

En fait, l'enquête semble indiquer que les deux équipements présentent de nombreuses analogies du point de vue des interrelations entre l'offre et la demande, et se distinguent à plusieurs titres des autres types de services collectifs :

- ils sont caractérisés par une "utilisation liée", c'est-à-dire dépendant étroitement d'un autre type d'activité, quasi-obligatoire : travail ou scolarité.
- contrairement aux transports en commun, ils ne sont pas (ou pas seulement) un moyen pour pratiquer d'autres activités, mais ont une finalité propre : répondre à un besoin physiologique d'alimentation. A cela s'ajoute une importante fonction de loisir, et d'occasion de vie sociale.
- l'utilisation des cantines se fait rarement sous l'effet d'une contrainte absolue. Elle ne présente pas le caractère pénible des voyages en autobus ou de leur attente.
- qu'ils soient publics ou privés, ces services n'ont pas de but lucratif; et ils sont généralement subventionnés par une collectivité plus large que celle des usagers (l'entreprise, la commune, etc...).

### 3 - Retour au problème plus général de l'analyse de ce type d'équipement.

Les difficultés rencontrées dans l'interprétation des observations de l'enquête doivent, nous semble-t-il, nous amener à la conclusion suivante : l'"explication" d'un comportement- même aussi simple, en apparence, que l'utilisation d'une cantine- exige une connaissance approfondie du contexte de ce comportement : contexte économique et psychosociologique, au niveau de l'offre et de la demande.

En d'autres termes, il serait nécessaire de procéder à :

1. Une étude systématique de l'offre

L'interprétation correcte des comportements du "public potentiel" d'une catégorie d'équipement est largement facilitée par un travail analogue au recensement de l'offre, que nous avons effectué au cours de cette enquête.

Ce recensement demande à être systématisé, pour résoudre de difficiles problèmes de comparaison (entre équipements ou aires d'enquête) des tarifications, et surtout des caractéristiques dites "qualitatives" (mais néanmoins objectives, c'est-à-dire observables).

Il demande aussi à être étendu aux "équipements impliqués" (c'est-à-dire aux entreprises et écoles, dans le cas des cantines), pour que nous soyons renseignés sur les localisations, horaires de travail, pauses, etc...

Enfin, il devrait dans de nombreux cas étudier les services non collectifs concurrents, c'est-à-dire susceptibles d'être choisis par le public de préférence à l'équipement collectif proposé.

On voit que la masse de renseignements à recueillir est considérable.

De tels travaux ne sauraient être entrepris à grande échelle avant une ou plusieurs expériences pilotes, aboutissant à préciser la liste des informations à recueillir, et à mettre au point des plans d'expérience permettant de contrôler la variation simultanée des principales caractéristiques de l'offre et de l'environnement : prix, "qualité", distances, densité, etc...

## 2. Des analyses approfondies au niveau du public

Là encore, dans un premier temps, de telles approches ne sauraient être menées simultanément à propos de comportements très divers, à la fois pour des raisons pratiques (un seul questionnaire ne peut tout approfondir) et théoriques (les problèmes, différents pour chaque comportement peuvent exiger des plans d'expérience et donc des échantillons différents).

- a - D'une façon générale, il s'agirait d'étudier, au niveau individuel (et/ou du ménage), les processus d'adoption, de maintien ou d'abandon d'un comportement.

Cette analyse pourrait être effectuée soit au moyen d'une "coupe instantanée", soit par une observation poursuivie pendant une période assez longue sur un panel.

Elle pourrait porter sur quatre sous-groupes de la population :

- deux sous-groupes d'individus ayant changé récemment (c'est-à-dire passés de l'utilisation à la non utilisation, ou vice-versa).
- deux sous-groupes d'individus "stables" (usagers et non-usagers).

L'investigation devrait notamment réserver une place importante :

- à la notoriété des services concernés (leur existence est-elle connue ? par quels canaux l'information a-t-elle été véhiculée ?), et à leur image (c'est-à-dire la perception, souvent très déformée, que l'individu se fait des caractéristiques objectives de l'offre : prix, qualité, etc...).

- aux normes sociales, traditions et systèmes de valeurs des groupes d'appartenance ;
- au repérage des groupes d'appartenance, des individus ou groupes de référence, etc. ;
- à l'analyse des interrelations entre les systèmes de valeurs du groupe, les attitudes de l'individu, les comportements.
- à certaines dimensions individuelles du choix : goût du changement, préférence pour l'absence de remise en question des habitudes; réduction de la dissonance entre comportements et attitudes....

b - On pourrait envisager une autre approche, tenant davantage compte de l'inertie qui caractérise probablement le comportement étudié.

Il s'agirait d'étudier de façon approfondie les réactions des individus soumis à un stimulus important, par exemple un changement (création d'une cantine là où il n'y en avait pas; déménagement de l'individu ou déplacement du lieu de travail, modification de la durée de la pause-déjeuner) qui peut favoriser une remise en question des "habitudes acquises".

### 3. Elargissement du problème.

Ce n'est qu'après la réalisation de semblables travaux sur divers types de services, qu'il pourrait être fructueux d'étudier chacune des combinaisons possibles de l'utilisation des divers services, ainsi que d'autres caractéristiques des ménages et des services. Mais on peut se demander si les méthodes de simulation actuellement utilisées suffiraient à appréhender les dimensions d'un tel problème.

\*

\*   \*

Les réflexions qui précèdent montrent la supériorité d'une méthode "récurrente" (c'est-à-dire remontant aux causes profondes ou conditions d'apparition des faits à expliquer) sur une démarche purement behavioriste, se contentant d'observer les variations de comportements obtenus par des manipulations des entrées de la "boîte noire" (mais sans chercher à comprendre ce qui se passe à l'intérieur de la "boîte noire", c'est-à-dire, en l'occurrence à l'intérieur du système d'interrelations offre-demande).

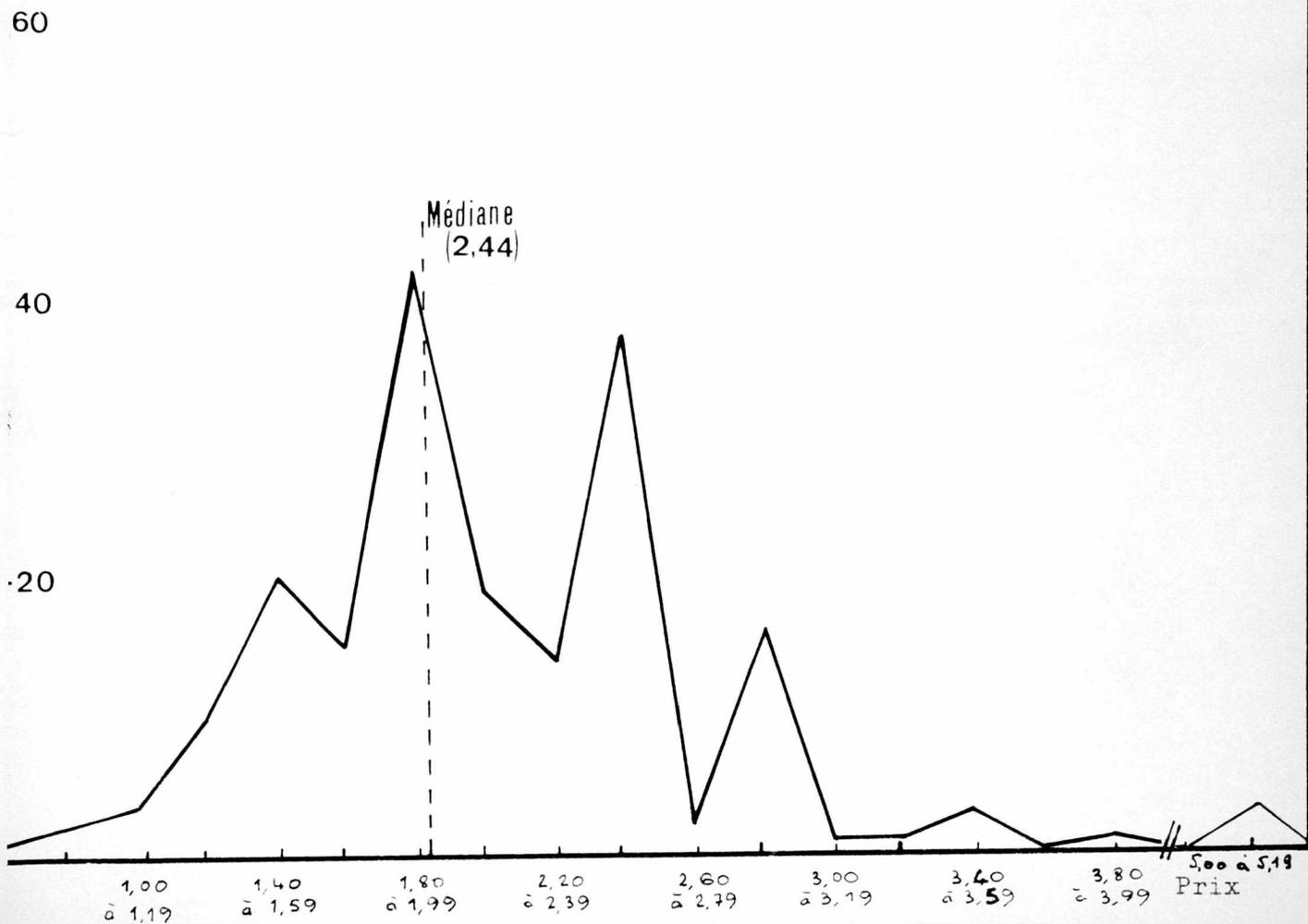
Mais de telles recherches, représentant la mise en oeuvre de moyens d'expérience considérables, seraient peut-être à entreprendre en priorité dans certains autres domaines, par exemple la culture ou les transports.

---

## Graphique 5

### ESTIMATION DU PRIX DE LA CANTINE D'ENTREPRISE

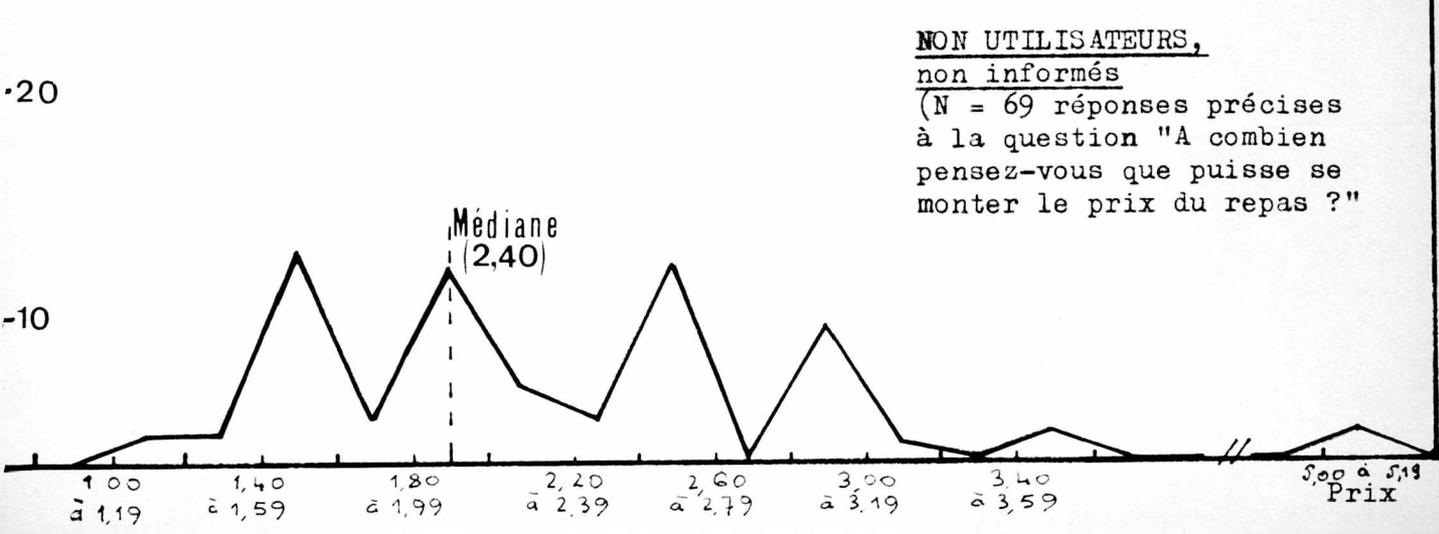
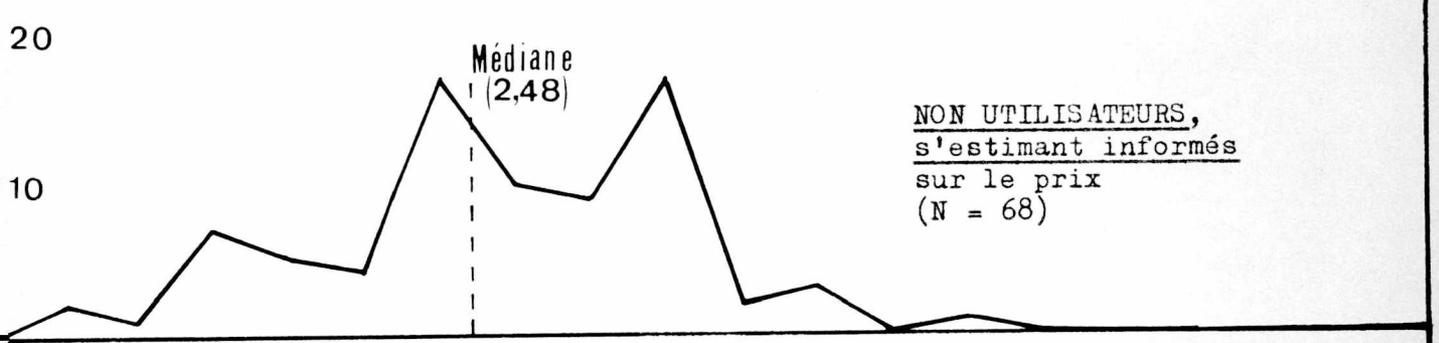
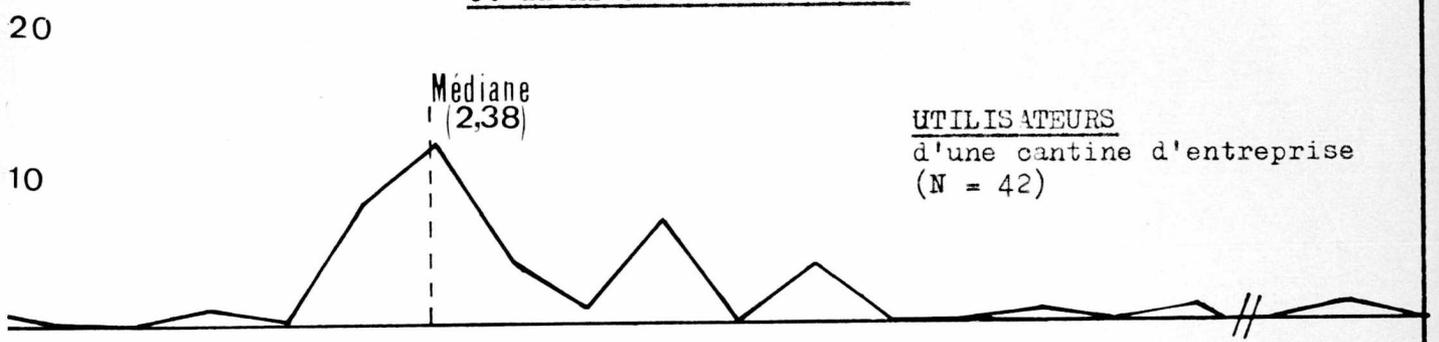
Univers : Ensemble des ménages déclarant disposer d'une cantine d'entreprise, et fournissant une réponse précise. (N = 191)



# Graphique 6

## PRIX DE LA CANTINE D'ENTREPRISE

variation des estimations, en fonction de la fréquentation  
et du niveau d'information

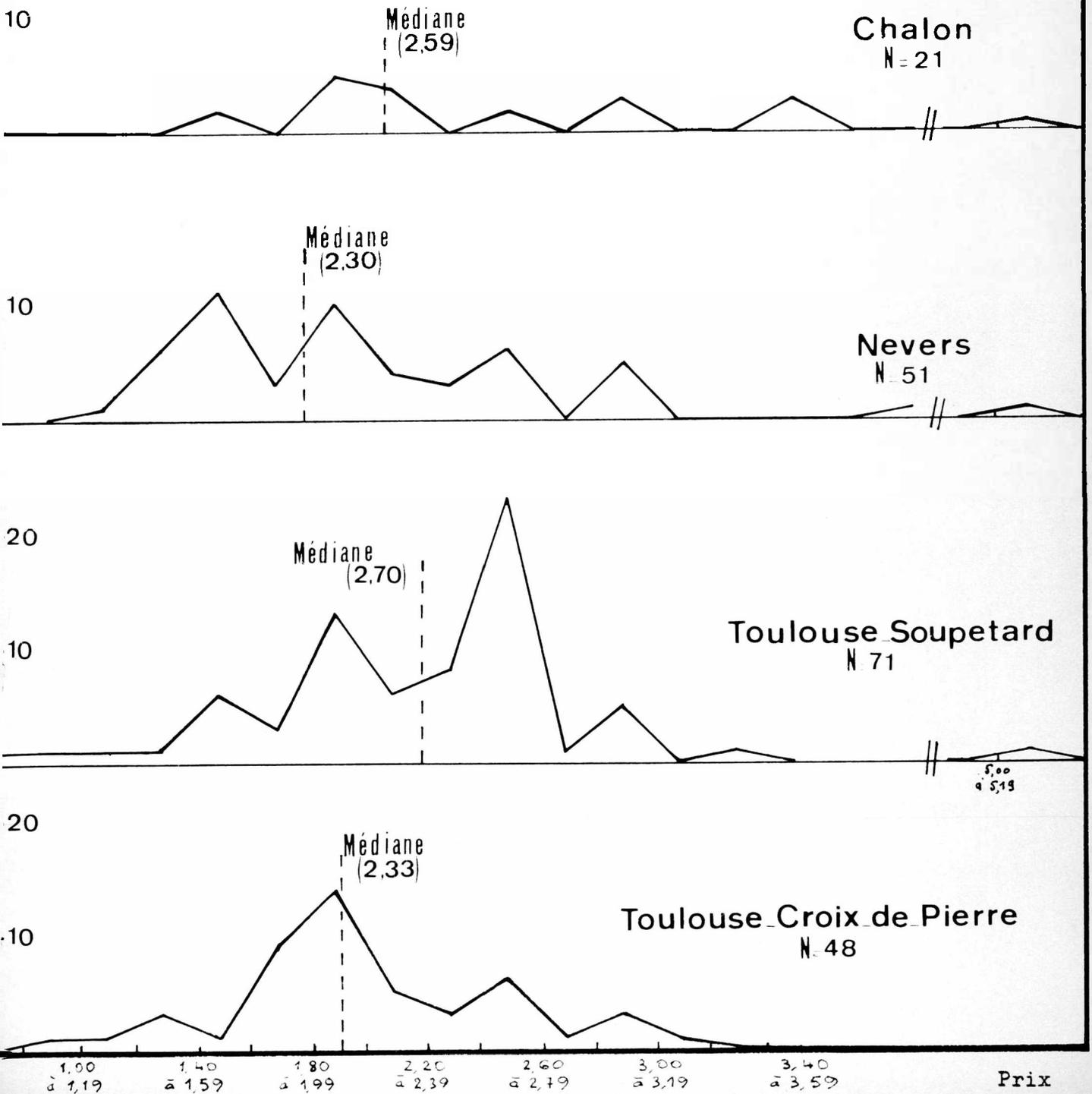


1,00 à 1,19    1,40 à 1,59    1,80 à 1,99    2,20 à 2,39    2,60 à 2,79    3,00 à 3,19    3,40 à 3,59    //    3,80 à 4,00  
Prix

# Graphique 7

## PRIX DE LA CANTINE D'ENTREPRISE

variation des estimations selon le lieu d'enquête

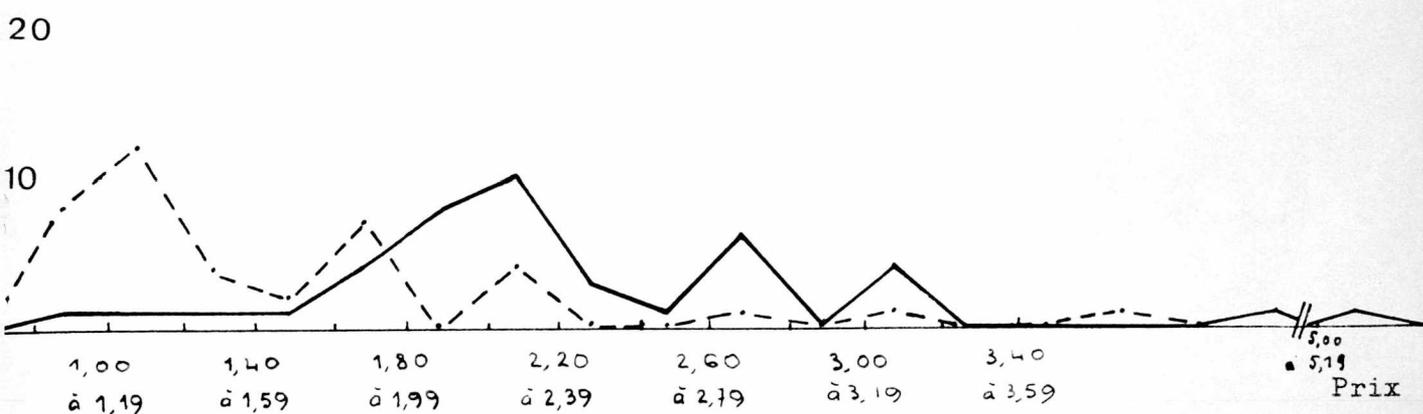


## Graphique 8

### PRIX ACCEPTES PAR LES UTILISATEURS

----- Le tracé en pointillé indique le prix actuel

—— Le tracé plein indique le prix maximum que les usagers se déclarent prêts à accepter.

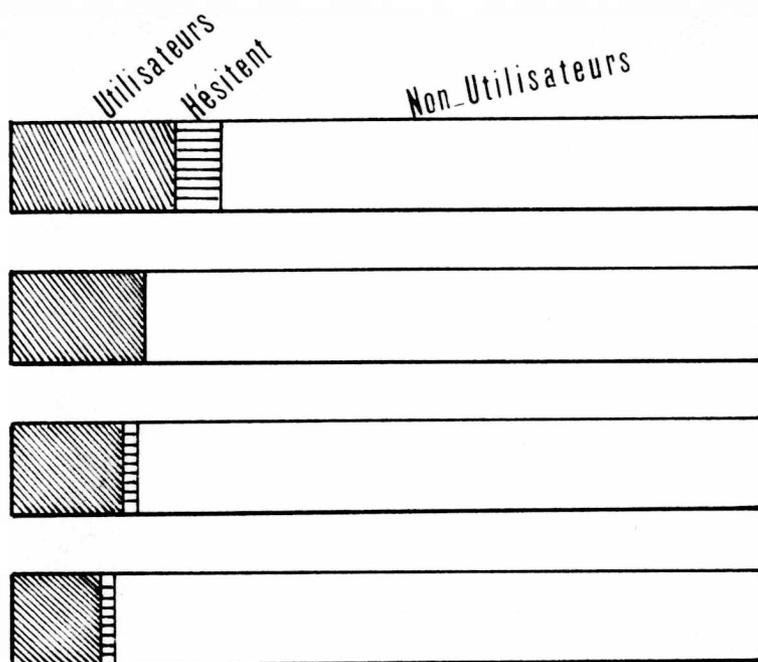


## Graphique 9

### INTENTIONS DE CHANGEMENT DANS LA FREQUENTATION

#### EN FONCTION DU PRIX

Cantines Scolaires (N= 294)



HYPOTHESES:

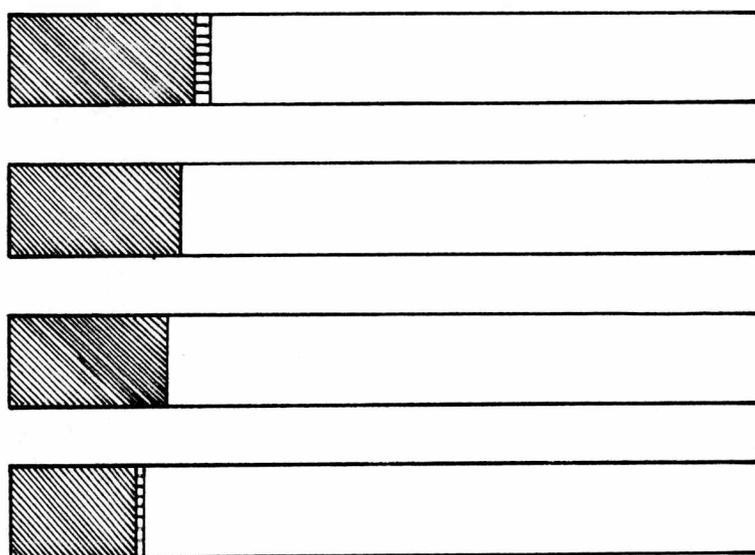
Baisse de Prix de 1fr.

Prix Actuel

Hausse de Prix de 0,fr50

Hausse de Prix de 1fr.

Cantines d'Entreprise (N=201)



Baisse de Prix de 1fr.

Prix Actuel

Hausse de Prix de 0,fr50

Hausse de Prix de 1fr.

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100% Ménages

C - BIBLIOTHEQUES

## C - BIBLIOTHEQUES

A partir des réponses de quatre cents ménages à une quinzaine de questions, on ne saurait tirer une leçon définitive, que ce soit sur la situation des bibliothèques collectives et leur avenir - une enquête spécifique sur ce sujet serait bien plus adaptée - ou plus directement sur l'objet de notre recherche. Il n'est possible d'avancer que des hypothèses modestes et peut-être très incomplètes.

### I - QUELQUES CARACTERISTIQUES DE LA FREQUENTATION DES BIBLIOTHEQUES COLLECTIVES

#### 1. Fonction remplie, et définition de la variable étudiée

##### a. Fonction remplie

- La fréquentation de ce type d'équipement collectif peut être considérée comme entièrement libre (au sens de non-obligatoire) et non-utilitaire : sauf rares exceptions (bibliothèque utilisée comme lieu de travail par les élèves ou étudiants), elle traduit une activité de loisir.  
Il peut s'agir dans certains cas (bibliothèques d'entreprise) d'"utilisation liée", au sens défini plus haut (page 30).
- On peut considérer que le "public potentiel" est l'ensemble des gens ressentant un intérêt pour la lecture. Cette notion est très discutable, et à juste titre, puisque des recherches ont démontré que ce "goût pour la culture" était le privilège d'une certaine classe sociale, ayant à la fois le temps, l'argent et le niveau d'instruction nécessaires pour s'adonner à cette activité - et les observations que nous allons faire sur le public des bibliothèques confirment entièrement cette démonstration.

Cependant, il reste du plus haut intérêt de savoir dans quelle mesure l'accès de tous à la lecture peut être facilité grâce aux bibliothèques collectives, ou si le succès de cette formule se heurte à certains obstacles.

Notons au passage que dans notre échantillon ( et un sondage a récemment fourni des indications semblables, pour la France entière), la lecture est peu répandue : les deux tiers des ménages n'achètent jamais de livres (tableau 27), ce qui est une façon indirecte de savoir qu'ils lisent peu ou pas du tout.

Tableau 27

ACHAT DE LIVRES

- en pourcentage -

Question : Avez-vous acheté des livres depuis les vacances dernières (1) en dehors des livres scolaires ? Si OUI, combien ?

|                                  |           |
|----------------------------------|-----------|
| - Aucun achat                    | 65        |
| - 1 à 5 livres                   | 12        |
| - 6 livres et plus               | 23        |
| - <u>Univers</u> : total ménages | 391 = 100 |

(1) C'est-à-dire depuis près d'un an (l'enquête ayant lieu en mai-juin)

b. Définition de l'utilisation de cet équipement collectif

Sont considérés comme usagers les ménages où au moins un adulte (père ou mère de famille) utilise une bibliothèque de prêt - sans indication de fréquence.

Ainsi définis, 21 % des ménages sont utilisateurs de cet équipement collectif.

2. Caractéristiques des usagers

Rappelons que l'enquête précédente avait permis de constater que l'utilisation de bibliothèques était liée à certaines caractéristiques des individus ou des ménages et notamment :

- l'âge (les bibliothèques touchent surtout les "plus de 10 ans")
- l'exercice d'une activité professionnelle (les jeunes au travail sont bien plus rarement des usagers)
- le niveau socio-économique et culturel du ménage (l'utilisation est surtout le fait de ménages aisés et possédant un certain niveau d'instruction).

II - EFFET DE QUELQUES CARACTERISTIQUES NON-MONETAIRES DE L'OFFRE

Remarque préalable

Il est particulièrement difficile d'effectuer un recensement des bibliothèques de prêt : si la liste des bibliothèques publiques et de leurs annexes (fixes ou ambulantes) est facile à établir, la chose est plus malaisée dans le cas des bibliothèques privées non-lucratives (paroisses, maisons de jeunes, foyers, mouvements et associations, comités d'entreprise) et pratiquement impossible pour les bibliothèques de prêt lucratives (organisées parfois par certains libraires).

Notre analyse de l'offre a porté essentiellement sur les bibliothèques municipales, les bibliothèques paroissiales, ainsi que les bibliothèques de prêt des entreprises les plus importantes.

Deux remarques :

- Ces bibliothèques sont, pour la plupart, situées ~~en~~ dehors des aires d'enquête : voir dans les rapports précédents (fascicule II, cartes 1, 2 et 13), la localisation respective des bibliothèques et des ménages interviewés.
- Qu'elles soient municipales, paroissiales, ou d'entreprise, ces bibliothèques ont des tarifs très bas (cotisation annuelle de l'ordre de deux à trois francs, et/ou participation de vingt à quarante centimes par volume), ou sont parfois entièrement gratuites.

#### 1. Densité de l'offre

Le degré d'équipement de la ville, ou en d'autres termes, la densité de l'offre (c'est-à-dire le nombre d'équipements proposés), varie sensiblement d'une ville à l'autre : deux bibliothèques seulement ont été recensées à Nevers, contre une dizaine dans chacune des deux autres villes d'enquêtes (1) ; dans la ville de Toulouse, en plus, la bibliothèque municipale possède un certain nombre de bibliobus (ou bibliothèques mobiles).

---

(1) Il semble cependant qu'au niveau global de l'échantillon, la densité de l'offre a un effet certain, mais faible : aucune différence n'apparaît entre Nevers et Chalon, pourtant très inégalement équipés. Par contre, les interviewés habitant ces villes sont nettement moins souvent des usagers que les Toulousains (Tableau 28).

Tableau 28

DENSITE DE L'OFFRE, ET FREQUENTATION

- en pourcentage -

| Villes           | Degré d'équipement de la ville   | Taux d'adultes (père ou mère) usagers d'une bibliothèque dans l'échantillon |
|------------------|--|---|
| Toulouse         | Très bien équipée (2 bibliothèques municipales, plusieurs bibliobus, 8 autres bibliothèques) | 25 à 30   |
| Chalon-sur-Saône | Bien équipée (1 bibliothèque municipale, 10 autres bibliothèques)                            | 15  |
| Nevers           | Mal équipée (1 bibliothèque municipale, 1 autre bibliothèque)                                | 16  |

2. "Disponibilité" de l'offre

Si la variable "densité de l'offre" paraît présenter un pouvoir explicatif faible, c'est sans doute parce qu'elle rend mal compte de ce qui importe pour le ménage pris individuellement : la facilité d'accès à l'équipement, le fait d'avoir celui-ci à sa disposition avec le moins d'effort.

A ce titre, l'analyse de la nature des bibliothèques fréquentées serait instructive ; dans notre échantillon, on peut observer que dans 65 % des cas, la bibliothèque utilisée est une bibliothèque d'entreprise (Tableau 29).

Les bibliothèques municipales sont moins fréquentées, sans doute entre autres raisons parce qu'elles exigent de la part du lecteur un effort de déplacement spécifique : alors qu'il est psychologiquement "facile" de "passer prendre un livre" à la bibliothèque d'entreprise (par exemple au moment du déjeuner) ou à la paroissiale (au sortir de la messe dominicale).

Tableau 29

NATURE DES BIBLIOTHEQUES FREQUENTEES PAR LES USAGERS

| - en pourcentage -                                       |          |
|--|----------|
| . Entreprise   | 65       |
| . Municipalité, bibliobus                                | 25       |
| . Paroisse, cercle, club privé                           | 4        |
| . Ecole  | 4        |
| . Ne sait pas, imprécis                                  | 2        |
| <u>Univers</u> : ménages utilisateurs d'une bibliothèque | 83 = 100 |

3. Notoriété du service

Si des équipements collectifs sont mis à la disposition des ménages, encore faut-il que ceux-ci en soient informés. Or, bien que toutes les villes d'enquête possèdent au moins une bibliothèque importante, ~~une mère de famille sur quatre en~~ ignore l'existence (voir Tableau 30-A).

C'est, en particulier, à propos des bibliothèques municipales que l'information semble mal circuler : elles sont moins connues et utilisées que les bibliothèques d'entreprise, ~~alors que~~ celles-ci sont en principe réservées à une clientèle plus limitée. (Tableau 30 B,C).

L'insuffisance de la publicité faite aux bibliothèques publiques ne saurait certes expliquer entièrement leur faible fréquentation (que l'on devine si l'on compare notoriété et utilisation : tableaux 29 et 30 C.). Les bibliothèques d'entreprise, par exemple, bénéficient d'autres facteurs favorables ; il se produit des comportements d'imitation, ou de prestige, au sein du groupe de travail ; l'équipement collectif lui-même est plus proche, plus "disponible" pour les usagers potentiels.

Il n'en reste pas moins que la notoriété insuffisante des équipements peut contribuer à leur faible utilisation.

#### 4. Représentation des avantages et inconvénients non monétaires

Dans les villes étudiées, le public semble généralement avoir une représentation favorable de cet établissement collectif.

- a. Avec le prix, le principal avantage des bibliothèques collectives sur la solution individuelle est (selon les utilisateurs de la première formule) la plus grande diversité des lectures possibles (voir Tableau 32).
- b. La qualité du service rendu n'est à peu près jamais mise en cause :
  - . Les utilisateurs apparaissent extrêmement satisfaits de leur bibliothèque collective, et la plupart d'entre eux ne voient aucun point sur lequel on pourrait apporter une amélioration (voir Tableau 31).
  - . De même, il ne se trouve aucun non-usager pour estimer que la bibliothèque collective est mal organisée (Tableau 31).

Les problèmes d'amélioration du local lui-même ou de l'accueil, les craintes relatives au manque d'hygiène des ouvrages passés de main en main, n'apparaissent pas aussi souvent qu'on aurait pu s'y attendre (Tableau 32).

Les données dont nous disposons sur l'offre ne nous permettent pas de confronter les caractéristiques qualitatives objectives des équipements, et la perception qu'en a le public.

On peut cependant s'étonner du décalage entre cette représentation favorable que les **interviewés** se font de la bibliothèque, et la situation peu brillante décrite par exemple dans la note "La Lecture publique en France " (1).

Certes les deux situations sont difficiles à comparer, puisqu'une grande partie des bibliothèques fréquentées par nos interviewés ne sont pas publiques, ou ont un caractère "pilote" (cas des bibliobus à Toulouse) ; on peut néanmoins faire l'hypothèse que, pour certaines catégories de la population, la qualité du service offert n'est pas un critère de décision fondamental. Aux yeux de nos interviewés, qui de nombreux points de vue sont "en transition vers une culture élitique", la bibliothèque se pare du prestige de la "culture du livre" : c'est peut-être un service collectif trop noble pour être jugé, et le public ne s'estime pas compétent pour le faire.

On peut d'ailleurs constater (Tableau 32) que la qualité, même entendue dans un sens très large, n'apparaît pratiquement jamais parmi les raisons ou prétextes de non-utilisation de la bibliothèque.

Ces remarques n'excluent évidemment pas la possibilité de voir les caractéristiques qualitatives de l'offre jouer un très grand rôle auprès de couches de la population plus exigeantes, dotées d'un niveau d'instruction plus élevé, etc...

- c. Les inconvénients de cette formule sont plus rarement mentionnés, même par les non-usagers (qui pour une grande part sont des personnes ne lisant jamais). On retrouve surtout des problèmes liés à l'"accessibilité" de l'offre : "la bibliothèque est loin, je n'ai pas le temps de m'y rendre" .

---

(1) Notes et Etudes Documentaires - N° 3458.

Tableau 30INFORMATIONS SUR LES BIBLIOTHEQUES DE PRET

- en pourcentage -

A.Question : Est-ce qu'il existe une bibliothèque où vous, parents, vous puissiez emprunter des livres ?

|                 |      |
|-----------------|------|
| - Oui           | 75   |
| - Non           | 23   |
| - Ne savent pas | 2    |
|                 | } 25 |

Univers : Total des ménages 391 = 100

B.Question : Comment en avez-vous entendu parler ?

|   |    |
|---|----|
| . par le travail                              | 41 |
| . par des amis, voisins, ouï-dire             | 25 |
| . par la presse, radio, annonces paroissiales | 11 |
| . par l'école, les enfants                    | 6  |
| . passe devant, est très connue (s.a.i)       | 12 |
| . autres, n.s.p                               | 5  |

Univers : ménages déclarant disposer d'une bibliothèque 295 = 100

C.Question : De quel organisme dépend (la bibliothèque dont on connaît l'existence) ?

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| . entreprise                   | 45 |
| . municipalité, bibliobus      | 37 |
| . paroisse, cercle, club privé | 5  |
| . école                        | 3  |
| . n.s.p                        | 10 |

Univers : ménages déclarant disposer d'une bibliothèque 295 = 100

Tableau 31

OPINIONS SUR LA QUALITE DES BIBLIOTHEQUESA - USAGERS

- en pourcentage -

|   |          |
|---|----------|
| <u>Question</u> : En êtes-vous satisfaits ?                 |          |
| . Oui   | 98       |
| . Non   | 2        |
| <u>Univers</u>  | 83 = 100 |
| <u>Question</u> : Quelles améliorations suggèreriez-vous ?  |          |
| . aucune, c'est parfait                                     | 71       |
| . choix de livres plus important, avoir les nouveautés..... | 13       |
| . meilleur accueil, local plus proche                       | 11       |
| . n.s.p   | 5        |
| <u>Univers</u>  | 83 = 100 |

B - NON-USAGERS, déclarant disposer d'une bibliothèque

- en pourcentage -

|  |           |
|--|-----------|
| <u>Question</u> : Est-ce bien organisé ? |           |
| . Très bien organisé                     | 66        |
| . Assez bien ; bien mais .....           | 4         |
| . Mal organisé                           | -         |
| . n.s.p                                  | 30        |
| <u>Univers</u>                           | 212 = 100 |

Tableau 32

MOTIFS DECLARES D'UTILISATION ET DE NON-UTILISATION

- en pourcentage -

| <u>Univers</u> : utilisateurs                                   |          | <u>Univers</u> : non-utilisateurs déclarant disposer d'une bibliothèque collective |           |
|---|----------|--|-----------|
| . par goût personnel (aime lire pour se distraire, s'instruire) | 54       | . n'aime pas lire, lit peu   | 19        |
| . la bibliothèque offre un grand choix de livres                | 23       | . la bibliothèque collective offre un choix insuffisant de livres                  | 1         |
| . revient moins cher  | 21       | . trop cher  | -         |
| . n.s.p   | 2        | . manque de temps, éloignement   | 63        |
|   |          | . préfère la télévision ou une autre activité                                      | 9         |
|   |          | . préfère acheter les livres (pour soi-même)                                       | 5         |
|   |          | . autres (n.s.p)   | 3         |
| <u>Univers</u> :  | 83 = 100 | <u>Univers</u> :   | 212 = 100 |

d. Enfin, l'image psychologique associée à cet équipement semble :

- plutôt favorable (on imagine rarement les usagers comme des ménages "ne pouvant pas se payer de livres", mais plutôt des gens instruits, ou des personnes qui aiment lire pour s'instruire) et très liée à l'idée même de loisir ("les personnes qui se distraient", "qui ont le temps") ;
- mais assez restrictive : beaucoup le pensent fréquenté surtout par une catégorie de population bien précise (soit les jeunes, soit les vieux, etc...) ce qui peut avoir comme contre-coup de rendre l'accès psychologiquement moins facile aux personnes qui pensent que "c'est pour les autres" (voir Tableau 33).

Tableau 33

IMAGE DES USAGERS

- en pourcentage -

Question (posée aux non-utilisateurs) : A votre avis, quels sont les gens qui vont à la bibliothèque ?

|  |    |
|--|----|
| • Une certaine catégorie de ménages (les personnes qui ont le temps ; les personnes âgées ; les jeunes, les gens sans enfant ; etc..). | 40 |
| • Les personnes qui aiment lire ; pour se distraire, s'instruire   | 34 |
| • Les étudiants et les gens instruits  | 8  |
| • Ceux dont le budget est limité   | 6  |
| • Autres réponses  | 4  |
| • n.s.p  | 8  |

Univers : non-utilisateurs déclarant disposer d'une bibliothèque collective

212 = 100

### III - PRIX, ET MECANISME DE FINANCEMENT

#### 1. Rôle du prix dans la décision des ménages

Le coût objectif de la fréquentation d'une bibliothèque est généralement minime ou nul : on peut donc s'attendre à ce que les tarifs pratiqués jouent au minimum comme une non-dissuasion, et dans de nombreux cas comme un attrait supplémentaire de cet équipement.

Les informations, peu nombreuses, dont nous disposons tendent à confirmer cette supposition : 1 % seulement des interviewés estime que la bibliothèque est chère (Tableau 34) ; personne ne cite le prix parmi les motifs de non-fréquentation (Tableau 32) ; par contre, une minorité d'usagers l'évoque comme motif d'utilisation (Tableau 32).

Ces résultats ne nous permettent cependant pas d'apprécier le poids et la place de cet argument dans le processus qui amène un individu à fréquenter une bibliothèque, puis à renouveler ce comportement.

#### 2. Information du public sur les mécanismes de financement

La bibliothèque collective, qu'elle soit privée ou publique, est considérée par les ménages comme un service financé par la collectivité : il se trouve très peu de ménages pour estimer que les tarifs payés par les usagers suffisent à assurer le fonctionnement (Tableau 34). Mais cela n'a aucune conséquence défavorable sur l'image psychologique de l'équipement qui, nous l'avons vu, ne s'apparente nullement à un équipement d'"assistance sociale".

Tableaux 34INFORMATION SUR LES PRIX

- en pourcentage -

|  |           |
|--|-----------|
| <u>Question</u> : Est-elle payante ? (Si OUI), est-ce cher ?   |           |
| . Gratuit  | 40        |
| . Ne savent pas si gratuit ou payant                           | 21        |
| . Payant mais pas cher   | 38        |
| . Payant et cher   | 1         |
| <u>Univers</u> : ménages déclarant disposer d'une bibliothèque | 295 = 100 |

INFORMATION SUR LES MECANISMES DE FINANCEMENT

- en pourcentage -

|  |           |
|--|-----------|
| <u>Question</u> : Est-ce que ce que l'on paie suffit à couvrir les frais et l'achat des livres ? |           |
| . Cela suffit  | 7         |
| . Ne suffit pas ; gratuité complète  | 67        |
| . Ne connaissent pas les tarifs, ne savent pas   | 26        |
| <u>Univers</u> : ménages déclarant disposer d'une bibliothèque                                   | 295 = 100 |

|                                  |
|----------------------------------|
| CONCLUSION SUR LES BIBLIOTHEQUES |
|----------------------------------|

I - Place de la bibliothèque parmi les différents types d'équipements et services collectifs

La bibliothèque offre un service collectif présentant les caractéristiques suivantes :

- a. C'est un équipement à fréquentation totalement libre, c'est-à-dire qu'aucune contrainte ne peut obliger à utiliser.  
Cette caractéristique est commune aux équipements collectifs de loisirs.
- b. Par rapport aux autres services et équipements collectifs de loisir, la bibliothèque présente certains aspects spécifiques :
  - . elle répond à des intérêts très divers (la lecture peut aussi bien avoir pour but de distraire, ou délasser, que d'épanouir la personnalité), mais est le plus souvent associée à une idée d'effort intellectuel ;
  - . elle donne lieu à une activité de loisir purement individuelle , et remplit rarement une fonction sociale (ce n'est pas, ou rarement, un lieu de rencontres amicales ou d'échanges d'idées) ;
  - . sa "clientèle" s'apparente moins à celle des équipements sportifs et de plein air, qu'aux équipements "culturels" comme le théâtre.
- c. C'est un équipement pour lequel existe un substitut individuel : les livres personnellement appropriés, c'est-à-dire achetés et possédés par un ménage ou un individu.

Mais, dans la mesure où l'utilisation est définie par référence à une période d'observation assez longue (n mois), un même individu peut pratiquer les deux solutions (c'est-à-dire, lire à la fois ses livres propres et ceux qu'il a empruntés). Ceci apparente la bibliothèque aux autres services collectifs non exclusifs de la solution individuelle :

transports en commun, services de santé, etc. Dans ce cas, il serait impropre de parler de substitution d'une modalité de consommation à l'autre : les deux sont complémentaires.

Et, en fait, c'est même la bibliothèque qui, au niveau de la vie de chaque individu, peut venir se substituer à l'achat de livres individuels.

- d. Ces deux solutions : individuelle et collective, offrent un bien identique (à quelques nuances près : car le livre remplit sans doute des fonctions complémentaires importantes : satisfaction liée à l'appropriation personnelle, prestige du livre exposé dans son logement, fonctions de décoration, de souvenir...). Dans les deux cas, la consommation proprement dite (c'est-à-dire la lecture) est totalement divisible.
- e. Aucune des deux solutions : individuelle ou collective, n'implique de décision importante. L'inscription à une bibliothèque, comme l'achat d'un livre, n'engagent à presque rien, si l'on compare ce problème et celui qui se pose à propos des transports. La dépense que représente l'achat individuel est ici relativement moins importante, et n'hypothèque pas l'avenir ; d'autre part, cette solution individuelle n'implique aucune mise de fonds initiale (ce qui n'est pas le cas de l'automobile).

## II - Rôles respectifs des caractéristiques des ménages et de l'offre

On peut penser que toutes les caractéristiques qui précèdent : aucune contrainte à l'utilisation, champ de choix plus large, grande facilité de passage d'une solution à l'autre (par inertie, ou par des décisions psychologiquement et économiquement peu importantes), identité du bien offert par les deux solutions individuelles et collectives, ont une conséquence importante sur les comportements d'utilisation/non-utilisation de l'équipement collectif :

ceux-ci seront assez "malléables", c'est-à-dire sensibles :

- . à des modifications de l'offre ;
- . et, tout au moins en principe, aux phénomènes conjoncturels (évolution de la situation économique du pays, phénomènes de modes de loisir, etc.).

Nous allons maintenant tenter de préciser les cas dans lesquels l'offre peut "entraîner" la demande.

- a. Il existe, au niveau des ménages, un certain nombre de "conditions minimales" nécessaires à l'apparition d'une demande.

Ces conditions peuvent être résumées par une "probabilité d'accès à la lecture-loisir", traduisant la notion d'intérêt pour la lecture comme activité loisir ; notion au pouvoir explicatif certes insuffisant, mais qui indique que la "clientèle potentielle" des bibliothèques est, approximativement, celle du livre non-scolaire en général : c'est une partie seulement de la population totale, celle qui participe à certaines normes culturelles valorisant ce type d'activité.

Comme la notion d'"intérêt pour la lecture-loisir", cette distinction entre clientèle potentielle et non-clientèle est, bien entendu, probabiliste : pratiquer la lecture est un comportement beaucoup plus probable chez un ménage de C.S.P, revenus et niveau d'instruction élevés, et chez un individu situé à certaines étapes du cycle de vie.

- b. Dans ces limites, très importantes, le "passage à l'acte" est déterminé par les caractéristiques de l'offre. Dans le cas de la bibliothèque, le "passage à l'acte d'utiliser la solution collective" se produit lorsque sont réunies trois conditions, classées par ordre à la fois chronologique (ou tout au moins logique) et "décisionnel" (importance décroissante dans le processus de choix).

- l'existence d'une offre "pratique", c'est-à-dire venant au-devant de l'usager potentiel : proximité géographique, horaires pratiques, etc.
- l'information sur l'existence de cette solution collective : par ouï-dire (amis, parents qui l'utilisent), par sollicitation visuelle (affiches ou vitrines sur les lieux de passage des usagers potentiels), etc...
- l'absence d'inconvénients très forts (ou le fait que ces obstacles peuvent être compensés par des avantages très appréciés).

Dans le cas de la bibliothèque, nous avons vu que ces obstacles, s'ils existent, sont généralement mineurs :

- . défauts de l'équipement : les locaux sont parfois jugés exigus ; mais on ne fait qu'y passer (1).
- . hygiène : seule une petite minorité redoute les microbes véhiculés par les livres ;
- . image des usagers : la bibliothèque et plus généralement la lecture sont, aux yeux de certains, réservées à certaines catégories sociales, ce qui peut empêcher un individu de fréquenter l'équipement s'il "ne s'y sent pas à sa place". Mais, il s'agit dans ce cas de catégories sociales "supérieures" et donc d'une image elle-même valorisée :

---

(1) Cela ne signifie pas qu'on doive négliger les locaux ou l'accueil, bien au contraire : les caractéristiques physiques des locaux, la variété et la nouveauté des ouvrages, la compétence et la serviabilité du personnel sont des conditions nécessaires pour attirer plus de lecteurs. En outre, des locaux plus vastes, permettant de lire sur place et d'avoir des contacts humains, pourraient transformer la nature de la fonction remplie par cet équipement.

contrairement à ce qu'on croit observer à propos d'autres équipements collectifs, le développement des bibliothèques n'est accompagné par aucune image d'"assistance sociale", "d'équipement pour ceux qui n'ont pas les moyens" (1).

On remarquera que nous n'avons fait intervenir :

- . ni le prix, qui joue plutôt à la façon d'un avantage, "apprécié par surcroît" ou décisif selon la fréquence de lecture de l'individu,
- . ni les attitudes générales qui peuvent restreindre le recours aux équipements collectifs : crainte des complications administratives (celles-ci sont réduites au minimum dans le cas de la bibliothèque), préférence pour l'appropriation définitive du bien, etc.

Il s'agit là de dimensions probablement importantes du problème, et qui demanderaient à être étudiées de façon poussée.

c. Relations entre caractéristiques de l'offre et de la demande.

Tout au long de ce processus logique (décrit en b.), les caractéristiques des ménages continuent d'interférer avec celles de l'offre.

---

(1) Cette différence a sans doute trois explications :

- . historique : le développement des bibliothèques collectives est relativement récent ;
- . psychologique : cet équipement a d'emblée été associé à une activité très valorisée, la lecture ;
- . enfin, pour beaucoup, cet équipement a sans doute une image purement fonctionnelle (il est fait pour rendre un service) et sans implication affective ou morale.

Ainsi, l'existence de l'offre est certes une variable qui conditionne l'apparition de celle-ci ; mais, l'offre est en quelque sorte "interprétée" par le ménage, et les caractéristiques psychosociologiques ou économiques des usagers potentiels vont intervenir dans une grande mesure pour expliquer que ceux-ci apprennent l'existence d'une bibliothèque (réseau de relations sociales ; degré de participation à la vie de la commune, de la paroisse, de l'entreprise ; lecture de la presse locale.... ), la considèrent comme pratique (habitude de trajets à pied, possession d'une automobile...), pas chère, etc.

### III - Services collectifs publics ou privés ?

Nous sommes dans une situation où coexistent deux formes d'équipement - privé et public - différentes à la fois de par leur statut, leur mode de gestion et de financement. Mais il s'agit d'un service privé non lucratif et subventionné.

Il serait hasardeux de tirer, de ce cas précis, une leçon généralisable à l'ensemble des choix entre collectif privé et collectif public. Tout au plus, peut-on faire l'hypothèse que, à équivalence de tarifs et de services rendus, la solution privée est préférée, et préférable, lorsqu'elle peut être plus proche de l'utilisateur, par exemple, en s'intégrant dans les cheminements familiaux (ce qui est le cas des bibliothèques d'entreprise, pour les travailleurs), ou en s'adaptant mieux aux goûts d'une clientèle bien délimitée.

#### IV - Problèmes qui restent à résoudre.

L'insuffisance des moyens d'observation mis en oeuvre lors de l'enquête complémentaire est particulièrement à déplorer pour cette catégorie d'équipement, qui pourtant pose problème dans notre pays, moins équipé que ses voisins en bibliothèques publiques, et pourtant désireux d'en ouvrir l'accès au plus grand nombre d'individus.

Des investigations plus approfondies seraient nécessaires pour mettre en relief les caractéristiques psychologiques, socio-culturelles (préférences en matière d'appropriation ; niveau de scolarisation) ou les aspects de l'offre qui sont susceptibles de favoriser une plus grande fréquentation de ce type d'équipement, ou de s'y opposer.

Il nous paraîtrait utile d'étudier, auprès de sous-groupes bien délimités d'individus, certains problèmes cruciaux : comment se fait le passage à la lecture (en général) ? comment débute l'utilisation d'une bibliothèque collective ? ou son abandon ? qui sont les "dupliquants" pratiquant à la fois la formule individuelle et la formule collective ?

De telles recherches approfondies, qui n'ont pas encore été effectuées, tout au moins à notre connaissance, permettraient d'avancer vers une meilleure compréhension des processus d'accès à la lecture ainsi qu'à ce type d'équipement collectif.

-----

D - SPECTACLES SPORTIFS

## D - SPECTACLES SPORTIFS

Nous présentons brièvement ci-dessous quelques informations rassemblées au cours de l'"enquête complémentaire" sur les spectacles sportifs organisés dans des équipements collectifs (généralement des stades).

### I - DEFINITION

- Il s'agit des matches ou autres compétitions sportives auxquels l'interviewé assiste, même irrégulièrement ; il s'agit essentiellement du football et du rugby.
- Dans notre échantillon, ces spectacles sportifs sont fréquentés dans :

- . 41 % des ménages étudiés, par le père ;
- . 26 %, par au moins un enfant du ménage ;
- . 5 % par la mère.

Il ne s'agit donc presque jamais d'un spectacle où l'on se rend en famille.

- Ce sujet d'interview repose le problème du choix de la personne à interviewer : la mère de famille pouvant être considérée comme moins compétente que son mari pour répondre sur ce thème.

### II - ATTITUDES A L'EGARD DES TARIFS D'ENTREE

Nous ne disposons, au niveau de l'enquête, que des jugements portés par les mères de famille interviewées sur les prix des spectacles sportifs.

- a. Le prix d'admission aux spectacles sportifs (matches de football et rugby) sont assez fréquemment jugés chers (Tableau 35).

Tableau 35

JUGEMENT PORTE SUR LE PRIX DES SPECTACLES SPORTIFS

- en pourcentage -

| <u>Question :</u>  | Pas cher | Cher | Indécis,<br>ne savent<br>pas | TOTAL     |
|--|----------|------|------------------------------|-----------|
| "Pensez-vous que les spectacles sportifs soient chers ?" | 30       | 51   | 19                           | 391 = 100 |

- b. Ce sentiment est relativement répandu, même chez les utilisateurs : le prix d'entrée est jugé élevé par 56 % des ménages où le père assiste à des matches, par 48 % des ménages où un enfant (ou plusieurs) y assistent (Tableau 36).
- c. Cette opinion sur le prix semble varier très nettement en fonction de l'offre locale : 60 % des Toulousains trouvent chère l'entrée à ces matches, contre 41 à 44 % des habitants de Nevers et Chalon. Le recensement des prix pratiqués à l'entrée des stades montre, en effet, que si les prix minima sont voisins d'une ville à l'autre (de l'ordre de 2 francs), les prix maxima sont nettement plus élevés à Toulouse (10 francs, contre 5 à 6 francs ailleurs), ce qui traduit sans doute un niveau différent de qualité à la fois de certains équipements toulousains et des équipes qui s'y produisent (Tableau 36).
- d. Les personnes qui ont estimé peu élevé le prix des entrées se réfèrent souvent, pour porter ce jugement, à d'autres spectacles : 40 % estiment que ces prix ne sont pas chers, en comparaison avec d'autres spectacles ; 19 % qu'ils ne sont pas chers, par rapport à l'intérêt, au plaisir trouvé dans ces spectacles (Tableau 37).

Tableau 36

VARIATIONS DU JUGEMENT SUR LE PRIX

- en pourcentage -

| Facteurs de variation                  |  | Pas<br>cher | Cher | Indécis,<br>ne savent<br>pas | TOTAL   |
|--|--|-------------|------|------------------------------|---------|
| FREQUEN-<br>TATION<br>DES              | <u>Ménages où le père :</u>  |             |      |                              |         |
|  | . fréquente  | 40          | 56   | 4                            | 162=100 |
| SPECTACLES<br>SPORTIFS                 | . ne fréquente pas<br>(1 imprécis, éliminé du tableau)             | 23          | 48   | 29                           | 228=100 |
|  | <u>Ménages :</u>   |             |      |                              |         |
|  | . où au moins un enfant<br>fréquente                               | 48          | 48   | 4                            | 102=100 |
|  | . où aucun enfant ne fréquente<br>(1 imprécis, éliminé du tableau) | 24          | 52   | 24                           | 288=100 |
| VILLES                                 | - Toulouse Croix-de - Pierre                                       | 23          | 64   | 13                           | 94=100  |
|  | - Toulouse Soupetard   | 29          | 57   | 14                           | 104=100 |
|  | - Nevers   | 38          | 41   | 21                           | 97=100  |
|  | - Chalon   | 29          | 44   | 27                           | 96=100  |
| <u>UNIVERS</u> : total des interviewés |  | 30          | 51   | 19                           | 391=100 |

Au contraire, les personnes qui trouvaient chers ces spectacles sportifs semblent éprouver plus de difficultés à justifier ces réponses (Tableau 37 - 1ère question).

Beaucoup attribuent le prix élevé à des frais importants de personnel (en particulier, d'entraînement des équipes) ; une minorité l'attribue à une mauvaise gestion ou organisation (voir Tableau 37 - 2ème question).

Comme dans le cas de la piscine, on notera que pratiquement personne ne se réfère spontanément à l'existence (ou à l'absence) de subventions municipales : en d'autres termes, l'idée semble encore peu répandue d'une aide de la collectivité, destinée à abaisser le prix effectivement payé par l'usager à l'entrée de la piscine, du spectacle sportif, etc.

### III - APPRECIATION SUR LE PRIX, ET INTERET POUR LES SPECTACLES SPORTIFS

Pour tenter de répondre au problème de savoir si l'opinion "prix élevé" est une conséquence ou une cause de la non-fréquentation, il peut être utile de disposer d'un indice d'intérêt pour les spectacles sportifs. Un tel indice peut, par exemple, être fourni par les comportements des interviewés vis-à-vis des spectacles sportifs télévisés : pour les possesseurs de télévision, de tels spectacles sont généralement de grande qualité, et le téléspectateur ne peut invoquer aucun obstacle de prix, de distance, de garde d'enfants, etc.

- L'indice ainsi retenu se révèle très sensible ; plus on est passionné par les spectacles sportifs, et plus on a tendance à estimer que les entrées aux stades ne sont "pas chères" (Tableau 38). Nous retrouvons là une condition préalable au niveau des ménages", notion sans doute voisine de celle d'"intérêt pour la lecture" comme condition préalable à la fréquentation des bibliothèques collectives.

Tableau 37

EXPLICATION DU JUGEMENT PORTE SUR LE PRIX DES SPECTACLES SPORTIFS

- en pourcentage -

|  | <u>Question</u> : "Pensez-vous que les spectacles sportifs soient chers ?" |           |
|--|--|-----------|
|  | Pas cher   | Cher      |
| <u>1ère question</u> : "Qu'est-ce qui vous fait dire cela " ?                                      |  |           |
| <u>Thèmes abordés spontanément dans les réponses</u> :   |  |           |
| - <u>Intérêt</u> des spectacles, durée   | 19   | 14        |
| - <u>Qualité</u> des spectacles  | 8  | 10        |
| - Comparaison avec les prix <u>d'autres spectacles</u> , ou d'autres villes                        | 40   | 11        |
| - <u>Organisation</u> du spectacle, confort  | 3  | 6         |
| - C'est municipal, ce devrait être <u>subventionné</u> , ou gratuit                                | 3  | 4         |
| - Cher à cause du <u>nombre</u> de personnes du foyer qui y assistent, ou parce que c'est fréquent | 1  | 10        |
| - Autres réponses  | 9  | 9         |
| - Indécis, aucune réponse  | 26   | 44        |
| <u>Univers</u> : total personnes concernées (1)  | 117 = 100  | 201 = 100 |
| <u>2ème question</u> : "A votre avis, pour quelles raisons est-ce... ("cher", ou "pas cher") ?     |  |           |
| <u>Thèmes abordés dans les réponses</u> :  |  |           |
| - <u>Organisation, gestion</u> (bonne ou mauvaise)   | 3  | 19        |
| - <u>Frais</u> (élevés, ou faibles) de formation, d'entraînement des équipes, etc.                 | 21   | 49        |
| - (Existence, ou absence) de <u>subventions</u> municipales  | 5  | 4         |
| - Autres réponses  | 9  | 1         |
| - Indécis, aucune réponse  | 67   | 35        |
| <u>Univers</u> : total personnes concernées (1)  | 117 = 100  | 201 = 100 |

(1) Plusieurs réponses étant possibles, les totaux dépassent 100 %.

Tableau 38

JUGEMENT SUR LES PRIX DES SPECTACLES SPORTIFS, SELON UN INDICE D'INTERET

(sport télévisé)

- en pourcentage -

| Question : "Regardez-vous (ou : votre mari, ou vos enfants) le sport à la télévision ?" | "Pensez-vous que les spectacles sportifs soient chers ?" |      |         |            |
|---|--|------|---------|------------|
|   | Pas cher   | Cher | Indécis | TOTAL      |
| - Jamais  | 0  | 85   | 15      | 13 = 100 * |
| - De temps en temps   | 19   | 58   | 23      | 83 = 100   |
| - Tous les matches d'un sport particulier   | 35   | 42   | 23      | 43 = 100 * |
| - Tous les spectacles sportifs proposés par la télévision                               | 40   | 52   | 8       | 128 = 100  |
| (Une réponse "imprécis", éliminé du tableau)  |  |      |         |            |
| <u>Univers</u> : total possesseurs de télévision  | 31   | 53   | 16      | 268 = 100  |

\* Pourcentage qui n'est calculé qu'à titre indicatif, sur un sous-échantillon très petit.

- On peut donc penser que pour une grande partie de la population, peu attirée par les spectacles sportifs, le prix d'entrée n'est qu'un obstacle parmi d'autres, souvent même un prétexte qui cache une absence de motivations réelles. Un effort d'abaissement des tarifs ne saurait en aucun cas suffire à attirer ce "non-public" sur les gradins d'un stade. En d'autres termes, si un développement des spectacles sportifs constituait l'un des objectifs visés par notre pays, il ne pourrait être atteint sans un effort de sensibilisation du "non-public", enfants et adultes, à l'attrait des spectacles sportifs.

Ceci dit, il n'en reste pas moins que le prix d'entrée peut constituer un obstacle important : même parmi ceux que l'on pourrait appeler les "fanatiques du spectacle sportif", il s'en trouve encore plus de la moitié à estimer que ceux-ci sont chers.

-----

E - ACTIVITES SPORTIVES

Nous exposerons dans le présent chapitre (E) les informations recueillies sur la pratique sportive des ménages interrogés, avant d'analyser de façon plus approfondie la fréquentation de la piscine (chapitre F).

Les questions posées sur l'ensemble des activités sportives des ménages étaient centrées sur un aspect du problème : les obstacles au développement de la pratique sportive, et plus particulièrement l'obstacle du prix.

Il est évident que ces questions ne sauraient recouvrir l'ensemble du problème de la pratique sportive en France ; de même, les chiffres relevés n'ont qu'une valeur indicative, du fait des caractéristiques de l'échantillon.

## I - OBSERVATIONS SUR LA PRATIQUE SPORTIVE DANS L'ECHANTILLON

Les mères interrogées étaient invitées à citer spontanément les sports pratiqués par les membres du foyer ; méthode qui peut amener à une certaine sous-estimation systématique des fréquences.

Dans la présente exploitation des réponses, il n'est pas tenu compte des fréquences : ont été retenues même les activités pratiquées très rarement.

D'après les réponses ainsi obtenues, la pratique sportive apparaît peu répandue au sein de notre échantillon, qui comporte pourtant une forte proportion d'enfants et d'adultes relativement jeunes. La population étudiée peut être répartie en trois groupes :

- Les ménages "sportifs", c'est-à-dire ceux où une personne au moins pratique, même de façon irrégulière, un ou plusieurs sports. Malgré cette définition très large, ces ménages ne représentent que 32 % des foyers interrogés. Ce sont les enfants qui dans la plupart des cas, constituent les "éléments sportifs de la famille" : 3 % seulement des pères pratiquent un sport, et 1 % des mères.
- Les ménages tentés par le sport, mais qui ne le pratiquent pas Ces ménages représentent une minorité importante (44 %) parmi les non-sportifs (Tableau 40), et 29 % de l'ensemble des ménages.
- Enfin, une importante minorité (39 % dans notre échantillon) de non-sportifs "irréductibles" qui ne veulent (ou ne peuvent) pratiquer aucun sport, pour des raisons psychologiques que nous n'avons pas étudiées, ou pour des raisons d'âge, de santé, de contraintes diverses (problèmes de garde des enfants, de temps, etc.).

Il va de soi que cette répartition n'est qu'approximative, car l'on peut s'attendre à ce qu'une partie des ménages qui se déclarent tentés par un sport ne passent pas à la pratique, même si tous les obstacles étaient levés ; et, d'autre part, il se peut que, parmi les ménages qui refusent l'idée de pratiquer un sport, des enfants se mettent cependant à pratiquer sous l'influence de camarades plus sportifs.

#### 1. Les sports pratiqués

Voici, à titre indicatif, les sports pratiqués par un ou plusieurs membres des ménages interrogés :

Tableau 39SPORTS PRATIQUES

- en pourcentage -

| <u>Sports pratiqués (si plusieurs : le principal)</u> |           |
|---|-----------|
| - Football, basketball, hand-ball, rugby              | 17        |
| - Natation  | 12        |
| - Athlétisme, gymnastique, judo, cross, escrime       | 7         |
| - Aviron, canoë, kayak                                | 2         |
| - Tennis, ping-pong                                   | 2         |
| - Autres (cyclisme, etc.).                            | 4         |
| - Aucun sport   | 56        |
| Total des ménages interrogés                          | 391 = 100 |

2. Besoins non satisfaits

Il est, certes, difficile de faire la part de la simple velléité de pratiquer un sport, et du besoin ferme mais qui se heurte à des obstacles importants.

Ceci dit, on peut observer qu'au niveau de notre échantillon, près de la moitié des ménages, sportifs comme non-sportifs, souhaitent pratiquer, ou pratiquer davantage certains sports (voir Tableaux 40 et 41) : notamment, la natation et les sports nautiques (aviron, canoë, kayak,...), les jeux de ballon (football, basketball, hand-ball, rugby), le tennis, etc.

Tableau 40

SOUHAITS DE PRATIQUE SPORTIVE, CHEZ LES MENAGES NON-SPORTIFS

- en pourcentage -

|  |           |    |
|--|-----------|----|
| <u>Question</u> : "Y a-t-il des sports que des membres de votre famille souhaiteraient pratiquer ?"<br>(sports praticables dans votre ville) | OUI       | 42 |
|  | NON       | 58 |
| <u>Univers</u> : ensemble des non-sportifs   | 268 = 100 |    |
| <u>"Si OUI : lesquels" ?</u> (réponse libre)   |           |    |
| - Football, basketball, hand-ball, rugby   | 37        |    |
| - Natation, aviron, canoë, kayak   | 39        |    |
| - Athlétisme, gymnastique, judo, cross, escrime  | 16        |    |
| - Tennis, ping-pong  | 15        |    |
| - Cyclisme, motocross, etc,....  | 4         |    |
| - Autres   | 9         |    |
| <u>Univers</u> : ménages non-sportifs désireux de pratiquer un sport<br>(plusieurs réponses possibles)                                       | 113 = 100 |    |

Tableau 41

SOUHAITS DE PRATIQUE SPORTIVE PLUS INTENSE, CHEZ LES MENAGES SPORTIFS

- en pourcentage -

|   |            |
|---|------------|
| <u>Question</u> : "Est-ce qu'il y a d'autres sports que des membres de votre famille souhaiteraient pratiquer ? (sports praticables dans votre ville)". |            |
| - Oui   | 44         |
| - Non   | 56         |
| Ensemble des ménages "sportifs"   | 123 = 100  |
| <u>"Si OUI : lesquels" ? (réponse libre)</u>  |            |
| - Football, basketball, hand-ball, rugby  | 22 *       |
| - Natation, aviron, canoë, kayak  | 57 *       |
| - Athlétisme, gymnastique, judo, cross, escrime   | 6 *        |
| - Tennis, ping-pong   | 11 *       |
| - Cyclisme, motocross, etc...   | 4 *        |
| - Autres  | 12 *       |
| <u>Univers</u> : ménages sportifs désirant pratiquer d'autres sports (plusieurs réponses possibles)   | 54 = 100 * |

\* Univers faible, pour lequel le pourcentage n'est calculé qu'à titre indicatif.

## II - ANALYSE DE QUELQUES OBSTACLES AU DEVELOPPEMENT DE LA PRATIQUE SPORTIVE

### 1. Obstacles liés aux individus

L'enquête n'a pas été centrée sur les obstacles liés aux individus, et qui sont vraisemblablement importants :

- a. Aptitudes physiques (état de santé, âge, etc.).
- b. Intérêt ressenti (ou non) par l'individu, et cultivé (ou non) par le milieu social, pour la pratique sportive.
- c. Niveau de revenus qui peut intervenir de façon importante dans le cas des sports qui se développent (voile, ski), ou pratiqués par un petit nombre (tennis, équitation...).
- d. Existence d'un long temps libre à des heures régulières (dans la plupart des cas où il s'agit de pratiquer un sport d'équipe, sur un équipement à réserver à l'avance).

La question posée (voir Tableau 42) ne permettait pas d'étudier les points a et b, puisqu'elle ne concernait que les ménages déjà désireux de pratiquer un sport, ou déjà pratiquants et désireux d'en pratiquer davantage.

La contrainte "revenu" n'apparaît qu'indirectement, au niveau de l'offre, lorsque le prix d'accès est jugé élevé.

La contrainte de temps est mentionnée par une importante minorité (27 %) de "candidats au sport" ; il est difficile de distinguer, parmi ces réponses, les simples justifications données par des ménages qui, s'ils avaient plus de temps libre, ne le consacraient peut être pas davantage au sport (1).

---

(1) Une étude complémentaire serait nécessaire pour discerner dans quelle mesure une réduction ou un aménagement des temps de travail des adultes pourrait favoriser un accroissement de la pratique sportive.

## 2. Obstacles liés à l'offre

Le Tableau 42 faisait apparaître, chez les ménages désireux de pratiquer, ou de pratiquer davantage, une perception souvent aiguë de l'insuffisance en équipements sportifs locaux.

On retrouve ce phénomène au niveau de l'ensemble des ménages sportifs : près de la moitié forment des critiques, pourcentage élevé en comparaison de la satisfaction générale observée plus haut à propos d'autres équipements collectifs (Tableau 43).

Les critiques portent sur l'insuffisance, à la fois qualitative et quantitative, de l'offre :

- manque de locaux, de places ;
- éloignement des équipements (ce qui traduit encore une densité insuffisante de l'offre) ;
- insuffisance d'animateurs, de moniteurs, etc...
- mauvais état des installations, carences de l'organisation.

On notera que les problèmes de prix ne sont que rarement évoqués par les usagers, tant qu'il s'agit de sports effectivement pratiqués (Tableau 43) ; par contre, le prix semble apparaître assez fréquemment comme un obstacle à une pratique plus intensive ou plus diversifiée (Tableau 42).

Tableau 42

OBSTACLES A LA PRATIQUE SPORTIVE

- en pourcentage -

Question : "Pourquoi (les membres de la famille qui souhaiteraient pratiquer un sport - ou un autre sport -) ne les pratiquent-ils pas ?"

| (Réponses spontanées)  | (désireux de pratiquer un -autre - sport) |                      |
|--|---|----------------------|
|  | Ménages sportifs                          | Ménages non-sportifs |
| <u>Obstacles liés à l'offre</u>  |   |                      |
| - Pas assez de places, manque de <u>locaux</u> , de <u>professeurs</u> , de moniteurs, impossible de s'entraîner | <u>17</u>                                 | 16                   |
| - <u>Mauvais état</u> , mauvaise organisation  | 6   | 2                    |
| - <u>Eloignement</u> , distance  | <u>20</u>                                 | 16                   |
| - <u>Prix</u>  | <u>20</u>                                 | 4                    |
| - Pas assez de variété   | 7   | 2                    |
| <u>Autres obstacles</u>  |   |                      |
| - N'ont pas le temps   | <u>20</u>                                 | <u>27</u>            |
| - S'estiment trop vieux, trop jeunes ; trop difficile, problème de santé...                                      | 4   | <u>32</u>            |
| - Ne peuvent préciser  | 4   | 3                    |
| Total des ménages concernés (plusieurs réponses possibles)   | 54 = 100 *                                | 113 = 100            |

\* Pourcentage qui n'est calculé qu'à titre indicatif, sur un sous-échantillon très petit.

Tableau 43

CRITIQUES RELATIVES A L'OFFRE SPORTIVE

- en pourcentage -

| Question : "Avez-vous des critiques à formuler au sujet de l'une ou l'autre des installations ?"                 | OUI<br>NON<br>Indécis | 46<br>51<br>3 |
|--|-----------------------|---------------|
| <u>.Univers</u> : total des ménages sportifs   |                       | 123 = 100     |
| <u>Critiques évoquées spontanément :</u>   |                       |               |
| - Pas assez de places, manque de <u>locaux</u> , de <u>professeurs</u> , de moniteurs, impossible de s'entraîner |                       | 46 *          |
| - <u>Mauvais état</u> , mauvaise organisation  |                       | 22 *          |
| - <u>Eloignement</u> , distance  |                       | 10 *          |
| - <u>Prix</u>  |                       | 5 *           |
| - Pas assez de variété   |                       | 3 *           |
| - Autres   |                       | 2 *           |
| - Ne savent pas préciser   |                       | 12 *          |
| <u>Univers</u> : ménages sportifs formulant des critiques  |                       | 63 = 100      |

\* Pourcentage qui n'est calculé qu'à titre indicatif, sur un sous-échantillon très petit.

### 3. Place du prix parmi les obstacles à la fréquentation des équipements sportifs

Les résultats dont nous disposons ne permettent pas de distinguer le coût d'accès à l'équipement collectif (cotisations ou tarifs d'entrée) et les diverses autres dépenses que doit assumer le ménage sportif (vêtements, leçons d'initiation, etc.).

Les opinions sur le coût de la pratique sportive pour le ménage varient très sensiblement selon que l'on s'adresse à des ménages "sportifs" ou "non-sportifs".

- Les ménages "sportifs" estiment généralement que la pratique de leur sport est peu onéreuse, surtout lorsqu'il s'agit de sports d'équipe sur stade (football, basket, etc. ) ( Tableau 44).
- Parmi les non-pratiquants, les opinions sont beaucoup plus nuancées.

40 % estiment que la pratique d'un sport revient cher, notamment à cause des frais d'équipements nécessaires pour pratiquer ce sport (chaussures, vêtements spéciaux, raquettes, balles, etc..). On notera que, par contre, les frais d'inscription ou d'entrée, ainsi que ceux de transports, sont rarement évoqués.

46 % admettent plus directement que le coût n'est pas l'obstacle qui les empêche de faire du sport : les cotisations, les frais d'équipement, etc. sont jugés minimes (Tableau 45).

+

+     +

Ces résultats ne permettent pas de conclure quant à la place du coût de la pratique sportive parmi les obstacles à la fréquentation de cette catégorie d'équipements. Il serait nécessaire d'effectuer, auprès d'un large échantillon, une recherche permettant :

- d'une part, de confronter les caractéristiques socio-économiques des ménages sportifs et des non-sportifs ;
- d'autre part, d'analyser en profondeur les motivations et obstacles d'ordre psychologique ou sociologique, à la pratique sportive.

Par ailleurs, il serait intéressant de pouvoir procéder à des expérimentations sur cette variable "coût de la pratique sportive" : peut-on amener une part importante du "non-public" à pratiquer de façon durable certains sports, en offrant gratuitement, ou à des prix très bas, les premiers équipements individuels (tenue de sport, balles et raquettes), les leçons d'initiation, l'accès aux stades ou salles de sports, etc., et en informant largement la population locale des facilités qui lui sont ainsi offertes ?

Dans un premier temps, une observation pourrait être pratiquée sur ce qui se passe dans certaines municipalités où ces efforts sont déjà effectués.

Notons enfin que cette investigation sur le rôle du prix ne doit pas faire oublier la difficulté qui, au moins au niveau de notre échantillon, apparaît majeure : l'insuffisance qualitative et quantitative de l'offre en équipements sportifs.

Tableau 44

SPORTIFS : OPINION SUR LES PRIX

|  | Prix estimé : |      |         | Total<br>utilisateurs |
|--|---------------|------|---------|-----------------------|
|  | Pas cher      | Cher | Indécis |                       |
| - Football, basket, hand-ball, rugby                         | 86            | -    | 14      | 66 = 100 *            |
| - Natation, aviron, voile                                    | 59            | 25   | 16      | 49 = 100 *            |
| - Athlétisme, gymnastique, judo,<br>cross, escrime, danse... | 70            | 22   | 8       | 27 = 100 *            |
| - Tennis, ping-pong  | 75            | 25   | -       | 8 = 100 *             |
| - Autres (cyclisme, etc...)                                  | 57            | 29   | 14      | 7 = 100 *             |

\* Pourcentage qui n'est calculé qu'à titre indicatif, sur un sous-échantillon très petit.

Tableau 45

NON-SPORTIFS : EXPLICATION DU JUGEMENT PORTESUR LE PRIX DES SPORTS

- en pourcentage -

|   | <u>Question</u> : Est-ce que vous pensez que la pratique d'un sport revienne cher ? |           |
|---|---|-----------|
|   | Pas cher  | Cher      |
| <u>Question</u> : "Qu'est-ce qui vous fait dire cela ?"                               |   |           |
| <u>Thèmes abordés spontanément</u> :  |   |           |
| - Frais d' <u>équipement</u> individuel (élevés, ou faibles)                          | 25  | <u>62</u> |
| - Frais de <u>transport</u>   | 1   | 10        |
| - Frais d'entrée, de cotisation, de club...   | 21  | 7         |
| - Existence (ou absence) de subventions, de réductions...                             | 3   | -         |
| - Pas cher si on aime le sport ; le sport est bon pour la santé...                    | 11  | -         |
| - Autres (varie selon le sport...)  | 14  | 14        |
| - Indécis, sans réponse   | 26  | 8         |
| <u>Univers</u> : total des personnes concernées (1)<br>(Imprécis éliminés du tableau) | 122 = 100   | 107 = 100 |

(1) Plusieurs réponses étant possibles, les totaux dépassent 100 %.

F - PISCINE

Après avoir présenté les résultats concernant la pratique sportive, en général, nous analysons à présent les informations recueillies à propos des piscines : niveau d'information, et opinions du public sur leur prix d'entrée.

## I - DEFINITION DE L'UTILISATION DES PISCINES

- Sont définis comme utilisateurs les ménages dans lesquels au moins une personne (enfant ou adulte) pratique la natation dans une piscine ; le faible nombre d'utilisateurs interdit toute étude plus fine du niveau d'utilisation en fonction de la fréquence d'utilisation, ou des caractéristiques des usagers au sein du ménage.

Cette définition n'est pas entièrement satisfaisante : parmi les "non-utilisateurs" risquent, en effet, d'être placés des "utilisateurs peu fréquents" : les questions posées risquaient, en effet, de provoquer une sous-estimation systématique du taux de fréquentation :

- par oubli (il n'était pas demandé directement si, oui ou non, on allait à la piscine) ;
- par restriction de sens (la question ne recense que les sports ; or, l'on peut aller à la piscine sans considérer qu'on pratique une activité sportive) ;

Soulignons deux autres difficultés qui rendent l'analyse des résultats très délicate :

- Il n'y avait pas de piscine à Chalon, mais seulement une plage payante : situation qui rend les réponses des Chalonnais difficilement comparables à celles des autres interviewés.
- Le nombre de ménages utilisateurs d'une piscine proprement dite est très faible : 41 ce qui rend hasardeuse toute comparaison, même à titre exploratoire, des usagers et des non-usagers.

## II - NIVEAU D'INFORMATION DU PUBLIC SUR LES PRIX

Interrogées sur le point de savoir si elles connaissaient le prix de la piscine, les mères de famille étaient invitées à l'indiquer, ou tout au moins à l'estimer. Sauf indication contraire, nous avons regroupé ces diverses modalités de réponses.

- a. La connaissance du prix est évidemment très liée au fait de fréquenter la piscine même rarement. 60 % des non-utilisateurs déclarent ne pas connaître le prix d'entrée de la piscine, contre 15 % seulement des utilisateurs (Tableau 46).
- b. Globalement, il semble y avoir coïncidence entre les prix objectifs de l'offre, et ceux indiqués par les ménages (voir Tableau 47) : ils se situent généralement à moins de 2 francs (1). On remarquera une assez forte dispersion des prix évoqués, dispersion qui traduit vraisemblablement les variations des tarifs de l'offre (tarifs réduits, abonnements, etc...).

Tableau 46

### PISCINE : CONNAISSANCE DU PRIX

- en pourcentage -

| Question : "Savez-vous quel est le prix d'entrée de la piscine ?" | Utilisation de la piscine  |   | Total     |
|---|----------------------------|---|-----------|
|   | Utilisateurs de la piscine | Non-utilisateurs (un imprécis, éliminé) |           |
| - Oui   | 85 *                       | 40                                      | 48        |
| - Non   | 15 *                       | 60                                      | 52        |
| Total   | 41 = 100 *                 | 318 = 100                               | 360 = 100 |

\* Univers faible, pour lesquels les pourcentages ne sont calculés qu'à titre indicatif.

(1) Rappelons qu'il s'agit toujours des prix pratiqués au moment de l'enquête.

- c. Il semble apparaître une tendance à la surestimation des prix chez les non-utilisateurs, en particulier, ceux qui s'estiment non informés.

La proportion de mères indiquant des prix égaux ou supérieurs à 2 francs passe, en effet, de 10 % chez les utilisateurs, à 26 % chez les non-utilisateurs qui, ne connaissant pas le prix, essaient d'en proposer une approximation (voir Tableau 48). De même, la proportion d'estimations très basses (moins de 1 f.) passe de 44 % (utilisateurs) ou 38 % (non-utilisateurs informés), à 23 % chez les non-utilisateurs non-informés.

Il est intéressant de rapprocher cette constatation de l'observation semblable faite à propos des cantines scolaires : on peut faire l'hypothèse qu'il existe une tendance à surestimer le coût des services collectifs chez les non-usagers peu informés.

Si cette constatation se retrouvait sur un échantillon plus large, deux explications seraient à examiner, dont seule la première serait intéressante pour l'homme d'action :

- Les distorsions dans l'information sont une des causes de la faible fréquentation d'un équipement ; on ne l'utilise pas parce qu'on pense qu'il coûte cher.
- Non-fréquentation et information défectueuse sont toutes deux des conséquences d'une même cause.

Tableau 47

PISCINES : COMPARAISON DES PRIX REELS ET DES PRIX ESTIMES PAR LE PUBLIC

- en pourcentage -

| Prix réels<br>(au moment de l'enquête)                                   | TOULOUSE   |           | NEVERS                | CHALON  |
|--|--|-----------|-----------------------|---|
|  | CX-de-Pierre   | Soupetard |                       |   |
|  | Scolaires : 1 f ; (abonnement : 40 à 140 f. cabines 1 à 4 f.). |           | 1f.50, un seul tarif? | bassin du CN :<br>.adultes 4 f.<br>.scol. 3 f.<br>bassin municip.<br>.gratuit ? |
| <u>Prix estimés</u>  |  |           |                       |   |
| - Moins de 1 franc   | <u>42</u>  | <u>27</u> | 5                     | <u>17</u>   |
| - 1 à moins de 2 francs  | <u>35</u>  | <u>29</u> | <u>57</u>             | <u>20</u>   |
| - 2 à moins de 3 francs  | 10   | 6         | 11                    | 9   |
| - 3 à moins de 4 francs  | 1  | 5         | 2                     | 2   |
| - 4 francs et plus   | -  | <u>10</u> | 1                     | 2   |
| - Ça dépend, variable  | 4  | 18        | 11                    | 23  |
| - Ne peuvent préciser  | 8  | 5         | 13                    | 27  |
| <u>Univers</u> : total interviewés répondant aux questions "piscine" (1) | 94 = 100   | 104 = 100 | 97 = 100              | 65 = 100  |

(1) Certains habitants de Chalon n'ont pas répondu aux questions sur la piscine.

Tableau 48

## PISCINE : ESTIMATIONS DU PRIX, SELON L'UTILISATION ET LE DEGRE D'INFORMATION

- en pourcentage -

| Prix estimés : Question : "Savez-vous quel est le prix d'entrée de la piscine ? Si Oui, combien ?<br>Si non : à combien pensez-vous que puisse se monter le prix d'entrée à la piscine ?". | CONNAISSANCE SUBJECTIVE DU PRIX |  | UTILISATION DE PISCINE      |                                     |         |                     | TOTAL<br>DES<br>MENAGES<br>INTERVIEWES |
|--|---------------------------------|--|-----------------------------|-------------------------------------|---------|---------------------|--|
|  | Déclarent le connaître          | Ne le connaissent pas, mais l'estiment | Utilisateurs                | Non-utilisateurs                    |         | Total non-utilisat. |  |
|  |                                 |  | Déclarent connaître le prix | Ne connaissent pas, mais l'estiment |         |                     |  |
| <u>Distribution</u>  |                                 |  |                             |                                     |         |                     |  |
| - Moins de 1 franc   | 31 [39]                         | 16 [23]                                | 34 * [43]                   | 30 [38]                             | 16 [23] | 22 [29]             | 23 [31]                                |
| - 1 à moins de 2 francs  | 37 [46]                         | 36 [51]                                | 37 * [47]                   | 38 [48]                             | 35 [51] | 37 [49]             | 36 [49]                                |
| - 2 à moins de 3 francs  | 3 [4]                           | 14 [20]                                | 2 * [3]                     | 3 [4]                               | 14 [20] | 10 [13]             | 9 [12]                                 |
| - 3 à moins de 4 francs  | 3 [4]                           | 3 [4]                                  | - -                         | 3 [4]                               | 3 [4]   | 3 [45]              | 3 [4]                                  |
| - 4 francs et plus   | 6 [7]                           | 1 [2]                                  | 5 * [7]                     | 6 [6]                               | 1 [2]   | 3 [45]              | 3 [4]                                  |
| - Ça dépend (variable selon l'âge, le jour, la durée, cartes d'abonnement, etc..)  | 19                              | 9                                      | 20 *                        | 19                                  | 9       | 13                  | 14                                     |
| - Ne peuvent préciser  | 1                               | 21                                     | 2 *                         | 1                                   | 22      | 12                  | 12                                     |
| <u>Univers</u> : total des interviewés répondant aux questions "piscine"   | 163=100                         | 197=100                                | 41=100                      | 128=100                             | 190=100 | 318=100             | 360=100                                |

\* Univers faible, pour lesquels les pourcentages ne sont calculés qu'à titre indicatif.

Remarque : entre crochets [ ], sont indiqués les pourcentages tirés à partir du total des réponses précises.

Cette cause peut être recherchée :

- . Au niveau des intérêts individuels : on peut faire l'hypothèse que les personnes peu désireuses de pratiquer une activité ne recherchent ou ne retiennent pas l'information sur les équipements permettant de la pratiquer ; peut-être même ces personnes se donnent-elles bonne conscience en justifiant leur non-fréquentation par l'impression d'un coût élevé.
- . Au niveau des caractéristiques économiques des non-usagers. Bien qu'aucune différence significative n'apparaisse au niveau de notre échantillon, il est possible que les non-usagers soient plus fréquemment de bas revenus que les usagers. BRUNER et POSTMAN avaient eu l'occasion de constater de semblables surestimations de prix chez les sujets de revenus modestes.

### III - OPINIONS SUR LE PRIX DE LA PISCINE

La majorité des personnes interrogées estiment que le prix qu'elles attribuent à la piscine n'est pas cher. La confrontation de ces 57 % avec la proportion de ménages fréquentant, même de façon très exceptionnelle, une piscine (11 % seulement des ménages interrogés) permet d'émettre l'hypothèse suivante : aux niveaux de prix étudiés, le prix d'entrée ne peut pas être considéré comme l'obstacle le plus important à la fréquentation d'une piscine.

Il importerait, cependant, de vérifier cette hypothèse :

- Comme on pouvait s'y attendre, il existe une relation entre le prix estimé et le jugement porté sur ce prix (Tableau 50).

Au-dessous d'un franc, le prix est généralement considéré comme pas cher ; les prix échelonnés entre 1 et moins de 3 francs s'accompagnent de jugements "chers" et "pas chers" en nombre voisin ; c'est à partir de 3 francs que les jugements "chers" l'emportent nettement.

- Les opinions sur le prix varient sensiblement selon la ville ou le quartier d'enquête. La plus forte proportion de jugements "chers" (46 %) s'observe dans une ville (Nevers) qui venait également en tête pour la proportion de prix estimés à 1 franc et plus (5 % seulement des prix estimés à moins de 1 franc, la proportion étant de 17 à 42 % dans les autres villes) (cf. Tableau 51).

- Les opinions sur le prix sont influencées par le niveau de revenus du ménage

La proportion de ménages qui ont jugé cher le prix qu'ils attribuaient à l'entrée de la piscine décroît régulièrement avec l'augmentation des revenus du foyer (si l'on considère la variable "revenu par unité de consommation") (Tableau 51).

Une analyse sur un échantillon plus large serait nécessaire pour attribuer ce phénomène :

- . soit à la surestimation des prix, qui caractérise peut être les ménages de bas revenus ;
- . ou au simple fait qu'un même prix est jugé cher par ces ménages, tandis qu'il peut être trouvé normal et accessible par les ménages de revenus élevés.

Enfin, signalons qu'au niveau de notre échantillon il n'a pas été possible de mettre en évidence des variations de l'opinion sur le prix en fonction du niveau d'instruction, du nombre d'enfants, de l'indice global de fréquentation du ménage, ou des indices d'attitudes précédemment élaborés.

Tableau 49

OPINIONS SUR LES PRIX

- en pourcentage -

|   |                          |           |
|---|--------------------------|-----------|
| Question : "Est-ce que (le prix que vous venez d'indiquer), vous paraît cher ?" | - Pas cher               | 57        |
|   | - Cher                   | 33        |
|   | - Indécis, ne savent pas | 10        |
|   | Total                    | 360 = 100 |

Tableau 50

PRIX ESTIME ET OPINIONS SUR LE PRIX

- en effectifs -

| Prix estimé   | OPINION SUR LE PRIX |           |               | TOTAL |
|---|---------------------|-----------|---------------|-------|
|   | Pas cher            | Cher      | Ne savent pas |       |
| Moins de 1 f.   | <u>69</u>           | 13        | 1             | 83    |
| 1 à moins de 2 f.   | 74                  | 57        | -             | 131   |
| 2 à moins de 3 f.   | 16                  | 15        | 1             | 32    |
| 3 à moins de 4 f.   | 2                   | <u>7</u>  | -             | 9     |
| 4 f. et plus  | 1                   | <u>11</u> | -             | 12    |
| Ça dépend, variable, ne peuvent préciser                        | 43                  | 14        | 36            | 93    |
| nivers : total des interviewés répondant aux questions piscine" | 205                 | 117       | 38            | 360   |

Tableau 51

VARIATION DES OPINIONS SUR LE PRIX,  
SELON LA VILLE D'ENQUETE, ET LE REVENU DU MENAGE

| OPINION SUR LE PRIX<br>INDIQUE PAR L'INTER-<br>VIEWE<br><br>(Question : "Est-ce que<br>cela vous paraît cher?") | VILLES              |                 |                |                | REVENU par Unité de Consommation |                            |                            |                      |                  | TOTAL           |
|---|---------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------|------------------|-----------------|
|   | Toulouse            |                 | Nevers         | Chalon         | Moins<br>de<br>300f.             | 300 à<br>moins<br>de 400f. | 400 à<br>moins<br>de 500f. | 500 f.<br>et<br>plus | Impré-<br>cis    |                 |
|   | Croix-de-<br>Pierre | Soupe-<br>tard  |                |                |                                  |                            |                            |                      |                  |                 |
| - Pas cher  | 73                  | 59              | 42             | 52             | 53                               | 56                         | 55                         | 66                   | 50 *             | 57              |
| - Cher  | 22                  | <u>37</u>       | <u>46</u>      | 20             | <u>39</u>                        | <u>35</u>                  | 30                         | 25                   | 34 *             | 33              |
| - Indécis,<br>ne savent pas   | 5                   | 4               | 12             | 28             | 8                                | 9                          | 15                         | 9                    | 16 *             | 10              |
| <br><u>Univers</u> : total des<br>interviewés répondant<br>aux questions<br>"piscine"                           | 94<br>=<br>100      | 104<br>=<br>100 | 97<br>=<br>100 | 65<br>=<br>100 | 66<br>=<br>100                   | 112<br>=<br>100            | 64<br>=<br>100             | 80<br>=<br>100       | 38<br>=<br>100 * | 360<br>=<br>100 |

\* Univers faible, pour lesquels les pourcentages ne sont calculés qu'à titre indicatif.

- Nous avons tenté d'approfondir quelques-unes des attitudes à l'égard du prix de cet équipement collectif (voir Tableau 52).

Il semble que, pour porter leur jugement, les interviewés effectuent en quelque sorte une comparaison implicite des coûts monétaires et avantages non-monétaires : certains trouvent normal de dépenser le prix d'entrée exigé pour bénéficier d'un loisir agréable, "détendant", "bon pour la santé", etc.. D'autres sont avant tout sensibles au coût, qu'ils trouvent élevé, d'une fréquentation assez régulière de la piscine par un ou plusieurs membres du foyer.

On remarquera, d'autre part, que parmi les mères qui estiment cher le prix de la piscine, 9 % pensent qu'il n'y a pas de subvention municipale et trouveraient normal qu'il y en ait une ; alors que ce thème n'apparaissait pas à propos des autres sports (voir Tableau 45, page 106).

Soulignons, pour terminer, que ces pourcentages ne sauraient être considérés comme un reflet fidèle des motivations ou réticences des mères interviewées : les problèmes budgétaires peuvent être réels mais pudiquement cachés par certains ménages, tandis que d'autres les mettent en avant pour voiler une absence d'intérêt pour ce loisir sportif ; enfin, la question posée ne saurait nous renseigner sur l'image psychosociologique de l'équipement, sa "qualité", etc...

Tableau 52

EXPLICATION DU JUGEMENT PORTE SUR LE PRIX DE LA PISCINE

- en pourcentage -

| <u>Question :</u><br>"(Est-ce que le prix que vous indiquez vous paraît cher ? Pourquoi ?")<br>- réponses libres -  | Pas cher   | Cher  |
|---|--|---|
| <u>Thèmes abordés dans les réponses</u><br><br>- Cher (ou pas cher) par rapport à <u>l'intérêt</u> de cette activité, sa durée ; bon pour la santé...<br><br>- Cher (ou pas cher) à cause du <u>nombre</u> de personnes du foyer qui y vont, à la <u>fréquence</u><br><br>- Cher (ou pas cher) par rapport à la <u>qualité</u> du fonctionnement<br><br>- Cher (ou pas cher) par rapport aux <u>frais de fonctionnement</u><br><br>- C'est (ou ce devrait être) gratuit ou subventionné, parce que c'est municipal<br><br>- Comparaison avec d'autres loisirs ou sports<br><br>- Comparaison avec d'autres villes<br><br>- Autres réponses<br><br>- Indécis | 41<br><br>9<br><br>10<br><br>8<br><br>2<br><br>2<br><br>1<br><br>3<br><br>21 | 8<br><br>61<br><br>3<br><br>4<br><br>2<br><br>1<br><br>-<br><br>5<br><br>14 |
| <u>Univers</u> : total des personnes concernées (1)   | 205 = 100  | 117 = 100   |

(1) Plusieurs réponses étant possibles, les totaux dépassent 100 %.

|  |
|--|
| CONCLUSION SUR LES PISCINES ET AUTRES EQUIPEMENTS SPORTIFS |
|--|

- 1 - Les caractéristiques de l'offre, essentiellement étudiées par le biais des déclarations des ménages, semblent être pour une part responsables des faibles taux de pratique sportive. Les tarifs d'accès et les frais d'équipement de chaque individu, l'insuffisance numérique des établissements sportifs sont souvent mentionnés par les ménages comme autant d'obstacles à la pratique d'un ou de plusieurs sports.

Une investigation plus poussée serait cependant nécessaire pour étudier dans quelle mesure ces obstacles sont réels, ou cachent une absence d'intérêt pour les activités sportives.

- 2 - Au niveau du présent échantillon, il apparaît peu de relations entre la fréquentation de la piscine ou d'autres équipements sportifs, et les attitudes à l'égard du collectif en général. Les analogies sont vraisemblablement plus nombreuses avec les équipements de loisirs, bien que les explications à la fréquentation d'une bibliothèque ou d'une piscine ne soient pas toujours du même ordre, et se réfèrent à des systèmes de valeurs différents (la "culture élitique", ou la santé, la détente physique, l'hédonisme du mouvement et de la puissance).
- 3 - Il nous paraît d'un grand intérêt de développer une recherche spécifique sur ce type d'équipement, en se centrant sur le problème très vaste de la pratique sportive. Indiquons à titre d'exemple, quelques thèmes d'investigation plus poussée sur les incitations et obstacles à la pratique sportive.

- a. Obstacles liés à la fois au système de production national, et aux individus :
- Contraintes de temps (la pratique de la plupart des sports exige que les individus soient disponibles pendant un laps de temps assez long, et ceci à des dates assez régulières).
  - Contraintes budgétaires (coût, pour le ménage, de l'équipement individuel, des leçons ou autres modalités d'entraînement, de l'accès au stade ou à la piscine).
- b. Obstacles liés à l'insuffisance numérique de l'offre (qui se traduit par des difficultés d'accès, aux heures de forte demande par les ménages), ou aux contraintes de l'urbanisation : les équipements sportifs sont à la périphérie des villes, en dehors des trajets habituels, ce qui les rend difficilement accessibles pour des raisons matérielles.
- c. Obstacles ou incitations liés à la fois à l'offre et à son contexte psychosociologique.
- Il s'agit ici d'un problème d'accessibilité psychologique
- on peut faire l'hypothèse qu'il existe un système de valeurs expliquant l'intérêt ou l'absence d'intérêt pour le sport : système différent de celui qui explique l'accès à la lecture, ou à la fréquentation des musées, mais vraisemblablement aussi important par ses conséquences sur la pratique sportive. A notre connaissance, ce problème est encore peu exploré.
  - l'image psychologique des sports est vraisemblablement très restrictive : la plupart sont réservés aux jeunes (ou même aux adolescents) ; il y a des sports "de classe", d'autres "populaires", etc...

De ce fait, le sport ne fait sans doute pas partie de l'univers familier de la plupart des ménages, qui n'envisagent pas même de faire un choix à ce sujet.

Cette situation est peut-être renforcée par la circulation des informations sur le sport : les informations sur les possibilités locales ne circulent guère (et l'on peut constater que dans ces conditions le prix d'entrée de certains équipements peut être surestimé) ; quant aux informations transmises par les mass-media (compétitions nationales, voire internationales), elles ne sont pas du tout représentatives de ce que tout un chacun peut pratiquer ; et il serait intéressant d'étudier si cette image très biaisée du sport ne décourage pas une partie des amateurs "potentiels".

d. Enfin, il se peut que les complications administratives (formalités d'inscriptions, abonnements...) retiennent d'éventuels candidats à certains sports.

---

G - TRANSPORTS EN COMMUN

Pour terminer cette analyse du processus de décision des ménages, et en particulier du rôle des prix, à propos de quelques services collectifs, nous analyserons les réponses concernant les transports en commun.

## I - L'UTILISATION DES TRANSPORTS EN COMMUN

### 1 - Le contexte de la décision : existence de substituts individuels.

- Il s'agit d'une catégorie de services où il existe divers substituts possibles aux transports en commun : depuis l'automobile jusqu'aux motocyclettes, vélomoteurs, bicyclettes, etc.
- En ce qui concerne la solution "voiture individuelle", notons que, dans l'échantillon, un peu plus d'un ménage sur deux (56 %) possède une voiture (taux légèrement supérieur à celui de l'ensemble de la population française à la même époque). On peut constater que, tout au moins dans l'esprit des mères de famille, cette voiture est avant tout destinée aux promenades dominicales et autres déplacements en famille : courses le samedi, "sorties" de loisir, etc.. (Tableau 53). Peu d'interviewés ont parlé d'une utilisation quotidienne : il s'agit peut-être, pour quelques femmes, d'une simple omission ; mais, on peut penser que, malgré tout, dans la majorité des cas les ménages ne se servent pas de la voiture pour aller au travail chaque jour, ou pour conduire des enfants à l'école, etc... Ceci est confirmé par une autre question sur le mode de transports domicile-travail des pères de famille : 20 % seulement des ménages, possesseurs de voitures (soit 12 % de l'ensemble des interviewés), déclarent que le père va au travail en voiture).

Tableau 53POSSESSION ET UTILISATION D'UNE VOITURE INDIVIDUELLE

- en pourcentage -

| <u>Question</u> : "Est-ce que vous avez une voiture ? Si Oui : à quoi l'utilisez-vous ?"  |           |
|---|-----------|
| <u>Ont parlé spontanément de</u> :  |           |
| - déplacements quotidiens (trajet domicile-travail, conduire un enfant à l'école, etc..). | 29        |
| - déplacements non quotidiens (courses, promenades, vacances, etc...)                     | 94        |
| <u>Univers</u> : ménages possesseurs de voiture :<br>(plusieurs réponses possibles)       | 222 = 100 |

2 - Quelques caractéristiques de l'utilisation de transports en communDéfinition

Ont été retenus comme utilisateurs les ménages dont au moins un membre emprunte un moyen de transport collectif urbain : autocars et autobus municipaux ou agréés par la municipalité, services de "ramassage" scolaire, cars d'entreprise, etc.

Deux niveaux d'utilisation ont été considérés :

- a. L'utilisation, même "exceptionnelle", de transports en commun : c'est le cas de 63 % des ménages interrogés.
- b. L'utilisation "régulière" (par au moins un membre du ménage, les autres pouvant être "irréguliers" ou "non-usagers"), pour une ou plusieurs des quatre activités étudiées (voir Tableau 54).

Notons au passage que l'imprécision de ces définitions peut gêner une analyse statistique poussée : en effet, il est peu vraisemblable que, même dans les villes relativement petites, un certain nombre d'habitants n'aient jamais emprunté un autocar. De même, la définition subjective de la "régularité" peut varier d'un individu à l'autre.

#### Modalités d'utilisation régulière

Parmi quatre types d'activités pouvant requérir une utilisation "régulière" de transports en commun, l'utilisation la plus fréquente dans l'échantillon est celle des courses, c'est-à-dire, des achats pratiqués par les ménagères (23 % d'entre-elles).

Une plus faible minorité utilise régulièrement l'autocar pour les trajets à destination du lieu de travail (11 %), ou de l'école (13 %) ; enfin, 6 % seulement déclarent l'utiliser régulièrement pour se rendre à un lieu de distraction (ce qui s'explique certes par le faible nombre de ménages qui déclarent "sortir" régulièrement ; mais aussi, sans doute, par l'insuffisance des transports en commun, qui pour la plupart ne circulent plus à l'heure de la sortie des spectacles).

Tableau 54

CIRCONSTANCES D'UTILISATION DES AUTOBUS

- en pourcentage -

| Question : "Y a-t-il des membres de la famille qui utilisent l'autobus ?<br>(Si Oui) : Qui ? dans quels cas ?<br>régulièrement, ou quelquefois ?" | Univers :                       |                                    |
|---|---------------------------------|------------------------------------|
|   | total des ménages<br>interrogés | utilisateurs<br>(même irréguliers) |
| - Non-utilisateurs  | 37                              | -                                  |
| - Utilisateurs (même irréguliers)   | 63                              | 100                                |
| Utilisation <u>régulière</u> (par au moins une personne), pour les destinations suivantes :   |                                 |                                    |
| . courses   | 23                              | 37                                 |
| . école   | 13                              | 20                                 |
| . travail   | 11                              | 17                                 |
| . distractions  | 6                               | 9                                  |
| Base de calcul des pourcentages   | 391 = 100                       | 247 = 100                          |

## II - QUELQUES VARIABLES LIEES AUX INDIVIDUS ET A L'ENVIRONNEMENT

Voici, à titre indicatif, quelques observations faites sur des facteurs susceptibles de faire varier l'utilisation des transports en commun.

### 1 - Variables liées à l'environnement

Les facteurs écologiques (dimension de l'agglomération, localisation des logements, commerces, lieux de travail et de loisir) ont évidemment une grande influence sur la demande en transports - que la solution adoptée soit individuelle ou collective.

Dans notre échantillon, le facteur "distance à parcourir" explique que l'utilisation d'autobus soit très répandue à Toulouse, et beaucoup plus limitée dans les villes de moyenne importance que sont Nevers et Chalon. Parmi les ménages interrogés à Toulouse, on rencontre deux fois plus d'"utilisateurs" (au sens large) et trois à quatre fois plus d'utilisateurs "réguliers" que dans les autres villes (Tableau 55).

### 2 - Caractéristiques liées aux ménages

- Comme on pouvait s'y attendre, les ménages non-possesseurs d'automobile, sont plus fréquemment des utilisateurs de transports en commun 70%. Mais on rencontre même chez les ménages possesseurs d'une voiture, une majorité (56 %), qui utilise au moins occasionnellement les autocars urbains.

Tableau 55

TRANSPORTS EN COMMUN : TAUX D'UTILISATION, SELON LES AIRES D'ENQUETE

- en pourcentage -

| Aires<br>d'enquête                       | Utilisation<br>même<br>irrégulière | Utilisation <u>régulière</u> pour : |       |         |              |
|--|------------------------------------|-------------------------------------|-------|---------|--------------|
|  |                                    | Travail                             | Ecole | Courses | Distractions |
| Mulhouse-Croix-de-Pierre<br>(94 = 100 %) | 89                                 | 25                                  | 17    | 33      | 7            |
| Mulhouse - Soupetard<br>(104 = 100 %)    | 72                                 | 10                                  | 16    | 41      | 12           |
| Nevers<br>(97 = 100 %)                   | 38                                 | 2                                   | 16    | 7       | 3            |
| Chalon-sur-Saône<br>(96 = 100 %)         | 38                                 | 8                                   | 6     | 11      | 1            |
| Ensemble (391=100 %)                     | 63                                 | 11                                  | 13    | 23      | 6            |

- Du fait des caractéristiques de l'échantillon, l'effet d'autres variables est peu net.

- On peut faire l'hypothèse que le revenu ne joue pas de façon linéaire : l'utilisation est freinée au niveau des très bas revenus (ces ménages pouvant restreindre le nombre de leurs déplacements non-obligatoires, ou se déplacer à pied), mais aussi au niveau des revenus très élevés : soit pour des raisons psychologiques (image trop "commune" des transports en commun), soit parce qu'ils sont plus fréquemment équipés en moyen de transports individuels.

Mais dans notre échantillon la distribution des revenus est tronquée aux deux extrêmes (puisque nous n'avons retenu ni chômeurs, retraités, salariés, agricoles, etc., ni cadres et professions libérales), ce qui ne permet pas de vérifier cette hypothèse. Il n'apparaît aucune variation très nette de la fréquentation, que ce soit en fonction du revenu total du foyer, ou du revenu par unité de consommation.

On notera simplement que l'utilisation de transports en commun ne semble pas restreinte dans les foyers disposant d'un revenu total assez faible (moins de 1.000 francs mensuels pour l'ensemble du foyer).

- . L'utilisation s'observe plus fréquemment dans les ménages où la mère est inactive, c'est-à-dire n'exerce pas d'activité professionnelle : on peut penser qu'elles ont ainsi plus de possibilités de se déplacer au cours de la journée pour effectuer leurs courses.
- . Enfin, dans l'échantillon de la présente enquête, les indices psychosociologiques généraux construits à partir du questionnaire ne permettent pas d'expliquer l'utilisation de transports en commun : on a une probabilité à peu près égale d'utiliser les transports en commun, que l'on soit favorable ou défavorable à la vie collective, que l'on souhaite ou non une intervention accrue de la puissance publique dans la vie courante, etc.

Soulignons qu'il serait indispensable, pour une analyse approfondie du processus de décision dans le domaine des transports, d'étudier les attitudes à l'égard des transports en commun et des formes de transports concurrents (automobile, en particulier), et l'image respective de ces deux formules aux yeux des différentes catégories de la population.

### III - QUELQUES ASPECTS DE LA QUALITE DE L'OFFRE

- Nous avons posé aux mères de famille interviewées une série de questions sur leurs motifs de satisfaction ou de mécontentement concernant les autobus de leur ville (voir dans le tableau 56, les questions posées).

En analysant les réponses, nous devons tenir compte des variations d'opinions très sensibles d'une ville à l'autre, ce qui reflète sans aucun doute des caractéristiques, très différentes selon les villes, des services urbains de transports collectifs. D'une façon générale, on remarquera que les habitants des villes moyennes (Nevers et Chalon) émettent bien moins fréquemment des souhaits d'amélioration : ce qui s'explique en partie par le fait que beaucoup, n'étant pas utilisateurs, ne se sentent pas concernés, et pensent que de toute façon ils n'utiliseraient pas les autobus ; mais il est possible que les problèmes posés par ceux-ci ont moins d'acuité que dans les grandes villes.

A Toulouse, en effet, la satisfaction semble nettement plus faible, en particulier chez les habitants du quartier de Soupetard, quartier relativement défavorisé, comme nous l'avons déjà souligné précédemment (1).

- D'une façon générale, les réponses des mères interrogées font apparaître des critiques portant sur la qualité du service offert : horaires, trajets, confort ; nous aborderons plus loin un quatrième thème, relatif aux tarifs pratiqués.

---

(1) Voir les fascicules I et II du précédent rapport ("Etude sur l'Offre et la demande en équipements collectifs : le niveau d'équipement et son influence". CREDOC - ronéo - décembre 1966).

Tableau 56

TRANSPORTS EN COMMUN : CRITIQUES ET SOUHAITS D'AMELIORATION

- en pourcentage -

|   | Univers :<br>Total des<br>ménages | Quartiers ou villes d'enquête |                |        |           |
|---|-----------------------------------|-------------------------------|----------------|--------|-----------|
|   |                                   | Toulouse                      |                | Nevers | Chalon    |
|   |                                   | Croix-de<br>Pierre            | Soupe-<br>tard |        |           |
| A - "Qu'est-ce qu'il faudrait faire pour que les transports en commun vous donnent davantage <u>satisfaction</u> ?" |                                   |                               |                |        |           |
| <u>Thèmes cités spontanément</u>  |                                   |                               |                |        |           |
| . <u>Problèmes d'horaires</u> : fréquence des passages, horaires du soir,   | 44                                | <u>54</u>                     | <u>75</u>      | 32     | 14        |
| . <u>Problèmes de trajet</u> : les réseaux, les lignes sont mal commodes, mal organisés.                            | 35                                | 44                            | 33             | 31     | 27        |
| . <u>Problèmes de prix</u> : tarifs élevés...   | 9                                 | 5                             | 7              | 16     | 8         |
| . <u>Problèmes de confort</u> : autobus surchargés, etc.  | 6                                 | 18                            | 5              | 7      | 4         |
| . Se déclarent satisfaits   | 15                                | 12                            | 6              | 11     | 31        |
| . Aucun souhait exprimé, ne se sentent pas concernés  | 16                                | 5                             | 4              | 27     | -         |
| B - Sont-ils assez <u>fréquents</u> ?   |                                   |                               |                |        |           |
| . Non, pas assez fréquents  | 35                                | 37                            | <u>48</u>      | 40     | 16        |
| . Oui   | 29                                | 26                            | 10             | 34     | <u>49</u> |
| . Pas d'avis  | 26                                | 37                            | 40             | 5      | 19        |
| . Ne connaissent pas les horaires   | 10                                | -                             | 2              | 21     | 16        |

Tableau 56 (suite)

|   | Univers :<br>Total des<br>ménages | Quartiers ou villes d'enquête |                |            |            |
|---|-----------------------------------|-------------------------------|----------------|------------|------------|
|   |                                   | Toulouse                      |                | Nevers     | Chalon     |
|   |                                   | Croix-de<br>Pierre            | Soupe-<br>tard |            |            |
| C - Quel est <u>l'heure du dernier passage</u> ?  |                                   |                               |                |            |            |
| . Avant 19 heures   | 13                                | -                             | -              | <u>45</u>  | 7          |
| . 19 h. à moins de 20 h.  | 28                                | 18                            | 32             | 12         | <u>48</u>  |
| . 20 h. à moins de 21 h.  | 27                                | <u>33</u>                     | <u>64</u>      | 4          | 6          |
| . 21 h. à 22 heures   | 4                                 | 15                            | 1              | 1          | -          |
| . Plus tard que 22 h. (y compris :<br>service spécial pour fin de spect.)                   | 6                                 | <u>24</u>                     | -              | -          | -          |
| . Ne savent pas   | 22                                | 10                            | 3              | 38         | 39         |
| D - A quelle distance se trouve le<br><u>point d'arrêt le plus proche</u> de<br>chez vous ? |                                   |                               |                |            |            |
| . 100 mètres, ou moins  | 35                                | 35                            | 35             | 34         | 34         |
| . de 101 à 250 mètres   | 20                                | 18                            | 20             | 28         | 16         |
| . de 251 à 500 mètres   | 29                                | 30                            | 32             | 21         | 35         |
| . plus de 500 mètres  | 12                                | 15                            | 7              | 17         | 9          |
| . Ne savent pas   | 4                                 | 2                             | 6              | -          | 6          |
| E - Trouvez-vous que les autobus<br>(ou trolleys) soient <u>chers</u> ?                     |                                   |                               |                |            |            |
| . Pas chers   | 41                                | 38                            | 47             | 39         | 38         |
| . Chers   | <u>50</u>                         | 61                            | 53             | 41         | 45         |
| . Sans avis, ne savent pas  | 9                                 | 1                             | -              | 20         | 18         |
| BASE DE CALCUL DES POURCENTAGES   |                                   |                               |                |            |            |
|   | 391<br>=100                       | 94<br>=100                    | 104<br>=100    | 97<br>=100 | 96<br>=100 |

1 - Les problèmes d'horaires

- Au niveau global, près d'un ménage sur deux souhaite des améliorations d'horaires : il s'agit, en particulier, d'obtenir des passages plus fréquents pendant la journée, et des horaires plus tardifs le soir (Tableau 56 - A).

a. Fréquence et rapidité

Cette importance est confirmée par la forte proportion (38 %) de ménages non-utilisateurs qui se déclarent prêts à utiliser les transports en commun s'ils devenaient plus rapides et fréquents (Tableau 57). Cette proportion est même légèrement plus forte que celle des ménages qui, toujours parmi les non-usagers, déclarent qu'ils se mettraient à les utiliser s'ils devenaient gratuits (31 %).

On remarquera que de telles améliorations du fonctionnement des transports en commun semblent rencontrer également la faveur des automobilistes et des non-automobilistes, et pourraient peut-être signifier qu'une minorité d'automobilistes abandonnerait l'usage quotidien de la voiture en faveur de celui de transports collectifs devenus réellement plus "pratiques" qu'actuellement (Tableau ci-dessous).

Tableau 57LA LENTEUR DES TRANSPORTS EN COMMUN, COMME OBSTACLE A L'UTILISATION

- en pourcentage -

|   |       | Total       | Automo-<br>bilistes | Non-auto-<br>mobilistes |
|---|-------|-------------|---------------------|-------------------------|
| <u>Question</u> : Si la rapidité et la fréquence des transports en commun s'amélioreraient, est-ce que vous les utiliseriez ? | Oui   | 38          | 36                  | 39                      |
|   | Non   | 59          | 62                  | 59                      |
|   | n.s.p | 3           | 2                   | 2                       |
| <u>Univers</u> : non-utilisateurs de transports en commun   |       | 144<br>=100 | 50<br>=100          | 94<br>=100              |

b. Horaires du soir :

- Les Toulousains sont nettement plus nombreux à aborder spontanément des problèmes d'horaire, alors qu'ils mentionnent une heure des derniers passages d'autobus, nettement plus tardive (20 heures à 22 heures passées, selon les interviewés), qu'à Nevers ou à Chalon (respectivement avant 19 heures, et de 19 heures à 20 heures, selon la plupart des interviewés) (Tableau 56, B et C).

Ce phénomène relève, sans doute, de deux explications complémentaires :

- . d'une part, les distances à parcourir pour revenir, tard le soir (qu'il s'agisse de son travail, d'un spectacle, etc.) sont en moyenne, nettement, plus élevées dans une grande ville, alors que les possibilités de travailler ou se distraire sont au contraire plus nombreuses : ceci rend l'absence de transport particulièrement gênante ;
  - . d'autre part, il se produit peut-être un effet d'entraînement offre-demande : la population des grandes villes s'habitue aux facilités offertes par des transports relativement tardifs, et souhaite les voir prolongés encore plus tard.
- Notons, enfin, que l'on retrouve, à ce niveau, le mécontentement maintes fois constaté chez les habitants de Toulouse-Soupetard, quartier périphérique relativement défavorisé en ce qui concerne les équipements et services collectifs : ils sont nettement plus nombreux que les Toulousains (et a fortiori que les habitants des autres villes d'enquête) à se plaindre de ce que les transports urbains ne sont pas assez fréquents, ou ne circulent pas le soir à partir de 20h.30 ou 21 heures.

## 2 - Les problèmes d'itinéraire

Ce thème est abordé par un tiers des ménages, qui se plaignent de ce que les lignes de transports en commun sont mal commodes, les obligeant à des changements d'autocar, à de longs itinéraires à pied, etc... (Tableau 56 - A). Pourtant, la plupart des ménages estiment habiter à moins de 500 mètres d'un arrêt d'autobus - et c'est effectivement le cas des quartiers où nous avons effectué les interviews -. Mais on remarquera que quelques centaines de mètres à parcourir à pied constituent déjà, aux yeux des interviewés, un obstacle à l'utilisation de transports collectifs.

## 3 - Les problèmes de confort

Ils sont rarement évoqués, sauf par les habitants de Toulouse-Soupetard, qui éprouvent sans doute plus que ceux des villes plus petites, les inconvénients des autobus surchargés, sans place assise disponible aux heures d'affluence, l'absence d'abris aux arrêts, etc...

# III - ANALYSE DU ROLE DU PRIX DANS L'UTILISATION DE TRANSPORTS EN COMMUN

## 1 - Remarques d'ordre méthodologique

- a. Le plan de sondage choisi pour l'enquête complémentaire ne permet pas d'étudier l'effet de différences objectives du prix des transports en commun : en effet, les tarifs unitaires des transports publics sont voisins d'une ville à l'autre (40 à 50 centimes le ticket ; 3f.50 à 4 francs le carnet de 10 tickets) ; tandis que les distances varient très sensiblement, mais peuvent avoir un effet complexe sur la perception subjective des prix :

- . de nombreux trajets des usagers pourraient être parcourus à pied à Nevers, ce qui est rarement possible à Toulouse : pour cette raison, on pourrait donc s'attendre à ce que les Nivernais soient plus enclins à trouver cher le tarif de transport en commun ;
- . mais on peut tout aussi bien penser que les utilisateurs toulousains sont en moyenne de plus gros usagers que les habitants des petites villes (parce que à Toulouse, les transports en commun doivent être utilisés plus fréquemment et par un plus grand nombre de personnes du foyer) : pour cette raison, les Nivernais devraient, au contraire, moins se plaindre de la cherté des transports en commun.

D'autre part, les sous-échantillons d'usagers sont trop petits pour que l'on puisse étudier à part les transports organisés par les entreprises, souvent gratuits, ce qui fausse évidemment les réponses des ménages concernés.

b. Informations disponibles pour l'étude du rôle du prix

Les informations recueillies sont de trois ordres :

- b<sub>1</sub> . Les questions, déjà mentionnées plus haut, permettant d'étudier indirectement le rôle du prix, en réponse à la question ouverte : "Qu'est-ce qu'il faudrait faire pour que les transports en commun vous donnent davantage satisfaction ?".

- b<sub>2</sub>. Des questions directement posées sur le prix :  
"Trouvez-vous que les autobus (ou trolley) soient chers ? Pourquoi ?".
- b<sub>3</sub>. Enfin, une batterie de questions sur les modifications hypothétiques du comportement des ménages, en cas de doublement des tarifs, ou au contraire de gratuité.

Comme nous l'avons déjà fait à propos des cantines, il importe de souligner le caractère incomplet des informations ainsi recueillies. Ces questions peuvent servir de révélateur d'attitudes favorables ou défavorables à la généralisation du mode de transports collectifs ; mais, il n'est pas du tout sûr qu'elles permettent de pronostiquer des changements effectifs de comportement du public en fonction de variations de prix.

Il serait nécessaire de compléter les questions de type (b<sub>1</sub>) et (b<sub>2</sub>) par une batterie de questions fermées, permettant d'apprécier la nature et le poids des critères d'appréciation du prix, par rapport au processus de décision du ménage.

De plus, il serait souhaitable de pouvoir faire varier le prix réel du service, en contrôlant le maximum d'autres facteurs ("qualité", distances, etc), grâce à un plan de sondage très élaboré.

Enfin, les questions de type (b<sub>3</sub>) demandent à être validée, par exemple, au moyen d'une étude expérimentale auprès d'un panel de ménages soumis effectivement à des hausses ou baisses de tarifs.

Ces réserves faites, commençons par analyser les réponses aux questions de types b<sub>1</sub> et b<sub>2</sub>.

## 2 - Appréciations sur le prix actuel

Les informations dont nous disposons sont sensiblement divergentes, mais permettent cependant de penser que le poids des transports dans le budget familial est lourdement ressenti par certains ménages :

- Spontanément, peu de ménages (9 %) songent à citer une diminution des tarifs, parmi les améliorations souhaitées (voir Tableau 56-A).
- Par contre, interrogés directement sur les tarifs, 50 % trouvent que les transports en commun sont chers : pourcentage très élevé si on le compare aux appréciations rencontrées précédemment à propos des autres équipements collectifs (Tableau 56-E).

Cette sensibilité à la dépense (1) que représente les transports en commun, semble être plus particulièrement marquée :

### a. chez les familles nombreuses

La proportion de ménages trouvant que les transports en commun sont chers passe de 41 % chez les ménages avec un enfant au foyer, à 58 % lorsqu'il y a deux enfants ; elle retombe à 43 % chez les familles de trois enfants (sans doute parce que celles-ci bénéficient d'une importante réduction pour familles nombreuses), mais s'élève à nouveau à 52 % lorsque le nombre d'enfants au foyer atteint ou dépasse 4 (Tableau 58).

Les explications fournies par les ménages vont dans le même sens (Tableau 59) : du fait de nombreux voyages effectués par plusieurs membres du ménage, le coût total des transports en commun pour le foyer est élevé. Ce motif est cité par 51 % des ménages, soit trois fois plus que toute autre raison.

---

(1) Soulignons que ces réactions des ménages sont étudiées, dans ce paragraphe, au niveau de questions d'opinion, et non des comportements réels des ménages.

b. dans le cas des trajets "scolaires"

Il semble que la cherté des transports soit plus fréquemment mentionnée dans le cas des trajets des enfants allant à un établissement scolaire (Tableau 58).

c. chez les familles de revenus très modestes

Conformément à l'hypothèse émise plus haut, il semble qu'il y ait une plus forte sensibilité aux tarifs des transports en commun chez les ménages de revenus modestes (ménages recevant moins de 1.000 francs mensuels), pour lesquels on pouvait normalement s'attendre à ce qu'ils se plaignent du prix des transports en commun. On observe aussi ce phénomène chez les ménages de revenus relativement élevés (plus de 1.600 francs) pour des raisons peut-être moins simples : il est possible que le jugement de cherté des transports en commun serve surtout de justification pour le recours à des moyens de transports individuels.

d. Dans l'échantillon, cette opinion sur la cherté des transports en commun ne semble pas varier selon le niveau culturel du foyer.

3 - Réactions aux hypothèses de variations de prix

Le questionnaire étudiait les réactions des interviewés à un doublement du tarif des transports en commun (auprès des usagers), puis au passage à une gratuité complète de ces transports (auprès de l'ensemble des interviewés).

Tableau 58

OPINION SUR LA CHERTE DES TARIFS DE TRANSPORT EN COMMUN

- en pourcentage -

|  | L'autocar est jugé : |      |         | TOTAL     |
|--|----------------------|------|---------|-----------|
|  | Pas cher             | Cher | n. s. p |           |
| <u>Nombre d'enfants au foyer :</u>                       |                      |      |         |           |
| . 1 enfant   | 45                   | 41   | 14      | 100 = 100 |
| . 2 enfants  | 33                   | 58   | 9       | 152 = 100 |
| . 3 enfants  | 49                   | 43   | 8       | 76 = 100* |
| . 4 enfants et plus                                      | 43                   | 52   | 5       | 63 = 100* |
| <u>Revenu du foyer (mensuel)</u>                         |                      |      |         |           |
| . non déclarés   | 20**                 | 17** | 8**     | 45 **     |
| . moins de 1.000 francs                                  | 35                   | 53   | 12      | 88 = 100  |
| . 1.000 à moins de 1.200 f.                              | 45                   | 45   | 10      | 78 = 100* |
| . 1.200 f. à moins de 1.600 f.                           | 47                   | 49   | 4       | 120 = 100 |
| . 1.600 f. et plus                                       | 28                   | 62   | 10      | 60 = 100* |
| <u>Motifs d'utilisation régulière de l'autocar (1) :</u> |                      |      |         |           |
| . les courses  | 46                   | 53   | 1       | 91 = 100  |
| . l'école  | 17**                 | 34** | -       | 51 **     |
| . le travail   | 18**                 | 21** | 3**     | 42 **     |
| . les distractions                                       | 11**                 | 11** | -       | 22 **     |
| Ensemble des ménages                                     | 41                   | 50   | 9       | 391 = 100 |

(1) Remarque : les mêmes ménages peuvent utiliser l'autocar régulièrement à la fois pour les courses, l'école, etc.

\* Univers faible, pour lesquels les pourcentages ne sont calculés qu'à titre indicatif.  
 \*\* Effectifs.

Tableau 59

EXPLICATIONS DONNEES AU JUGEMENT SUR LES PRIX

- en pourcentage -

| Questions posées : Trouvez-vous que les autobus (ou trolley) soient chers ?<br>Pourquoi ?                           | Ont jugé les autobus : |           |
|---|------------------------|-----------|
|   | Pas chers              | Chers     |
| <u>Thèmes abordés spontanément :</u>  |                        |           |
| - Cher (ou pas cher) par rapport au confort, à la commodité   | 13                     | 4         |
| - Par rapport à la rapidité, la fréquence, la régularité  | -                      | 1         |
| - Par rapport au prix du voyage en transport individuel   | 10                     | 3         |
| - Par rapport à la multiplication des coûts pour la famille (plusieurs utilisateurs, plusieurs trajets par jour...) | 2                      | 51        |
| - Existence (ou absence) de tarifs dégressifs, d'abonnements, etc.  | 21                     | 15        |
| - C'est un service public, subventionné   | 3                      | 1         |
| - Autres  | 40                     | 32        |
| - Ne savent pas   | 19                     | 6         |
| Base (plusieurs réponses possibles)   | 159 = 100              | 195 = 100 |

Le tableau 60 et le graphique 10 présentent ces questions et résument les réponses des mères de famille.

Comme dans le cas des cantines, l'effet du prix n'est pas aussi net que ce que l'on pouvait attendre, étant donné l'importance des modifications de tarifs envisagées.

- a. Les réponses des interviewés confirment l'importance de la gêne causée par les tarifs des transports en commun. Nous avons constaté, au paragraphe ci-dessus (IV-1), une grande "sensibilité psychologique" au prix : de nombreux ménages estimaient que les tarifs actuels sont chers, et constituent une charge pour le budget des familles comportant plusieurs utilisateurs des transports en commun :

Les réponses mentionnées sur le Tableau 60 vont dans le même sens :

- en cas de hausse, 59 % des usagers disent qu'ils s'efforceraient de restreindre leur fréquence d'utilisation des transports en commun ;
- en cas de gratuité, 31 % des non-usagers déclarent qu'ils deviendraient utilisateurs.

Ces deux indications tendent à confirmer l'importance du prix parmi les obstacles possibles à l'utilisation des transports en commun.

Comme on en avait fait plus haut l'hypothèse, cet obstacle semble particulièrement important pour les ménages de bas revenus (moins de 1.200 francs de revenu mensuel total) :

- parmi ces ménages "pauvres", 18 % des usagers déclarent qu'ils abandonneraient toute utilisation des transports en commun en cas de hausse (contre 6 % seulement des usagers "riches", c'est-à-dire disposant d'au moins 1.600 francs de revenu mensuel total) (1).
- toujours parmi ces ménages "pauvres", 38 % des non-usagers deviendraient utilisateurs en cas de gratuité ; contre 21 % seulement des ménages "riches" (voir Tableau 61-E).

Autre confirmation de l'existence d'une "sensibilité au prix" variable selon les ménages : c'est parmi les ménages qui estimaient le prix actuel trop cher, que l'on rencontre les réactions les plus fortes à des modifications de prix. Parmi eux, 17 % des usagers deviendraient non-usagers en cas d'augmentation, et 48 % des non-usagers utiliseraient les autobus en cas de gratuité (les proportions étant respectivement de 6 % et 23 % parmi les ménages qui ne se plaignent pas du prix actuel) (voir Tableau 61-C).

- b. Mais on peut penser que cette sensibilité aux tarifs se manifeste plus au niveau des attitudes que des comportements : ces derniers semblent peu modifiés par des variations très importantes des tarifs.

On ne peut s'empêcher de trouver faible la proportion de 11 % d'usagers qui abandonneraient toute utilisation en cas de doublement de tarifs, que, par ailleurs, beaucoup trouvent actuellement très élevés.

---

(1) Rappelons que ces pourcentages, calculés sur des effectifs très faibles, ne sont donnés qu'à titre indicatif.

TRANSPORTS EN COMMUN : MODIFICATIONS HYPOTHETIQUES DE L'UTILISATION,  
EN FONCTION DU PRIX

- Résultats d'ensemble -

UNIVERS : UTILISATEURS ACTUELS (même irréguliers)

- en pourcentage -

| Question A : <u>Changeriez-vous vos habitudes si le prix des transports en commun <u>doublait</u> ?</u>  | Pourcentage par rapport aux utilisateurs actuels | Pourcentage par rapport à l'ensemble des ménages |
|--|--|--|
| - <u>Resteraient usagers</u> :<br>. "cela ne changerait rien"<br>. "on ne les utiliserait plus que pour un usage bien déterminé (trajet travail, école, etc.)"<br>. "on les utiliserait, mais plus rarement"<br>- <u>Ne les utiliseraient plus</u><br>- <u>Ne savent pas, hésitent</u> | 85<br><br>37<br>9<br><br>39<br><br>11<br>4       | 53<br><br>23<br>5<br><br>25<br><br>7<br>3        |
| Question B : <u>Changeriez-vous vos habitudes si les transports en commun devenaient <u>gratuits</u> ?</u><br>- "Cela ne changerait rien"<br>- "On les utiliserait davantage"<br>- Ne savent pas, hésitent   | 56<br>41<br>3                                    | 35<br>26<br>2                                    |
| Base de calcul des pourcentages  | 247 = 100  | 247 = 63 %                                       |

UNIVERS : NON-UTILISATEURS ACTUELS

| Question : <u>Changeriez-vous vos habitudes si les transports en commun devenaient <u>gratuits</u> ?</u>   |                           |                         |
|--|---------------------------|-------------------------|
| - <u>Resteraient non-usagers</u> :<br>- <u>Deviendraient utilisateurs</u> :<br>. "ou les utiliserait de temps en temps"<br>. "ou les utiliserait régulièrement"<br>- Ne savent pas, hésitent | 68<br>31<br>18<br>13<br>1 | 25<br>12<br>7<br>5<br>- |
| Base de calcul des pourcentages  | 144 = 100                 | 144 = 37 %              |

TRANSPORTS EN COMMUN : MODIFICATIONS HYPOTHETIQUES DE L'UTILISATION,  
EN FONCTION DU PRIX

- Analyse de l'effet de quelques variables -

- en pourcentage -

| UNIVERS                             | ENSEMBLE DES MENAGES                                 |       | US AGERS  |       | NON-US AGERS  |       |
|-------------------------------------|--|-------|---|-------|---|-------|
|                                     | Proportion d'utilisateurs actuels (même irréguliers) |       | Proportion d'abandons dans l'hypothèse "tarif doublé" |       | Proportion d'usagers potentiels dans l'hypothèse "gratuité" |       |
| ENSEMBLE (1)                        | 63   | (391) | 11  | (236) | 31  | (143) |
| <u>A - VILLES</u>                   |  |       |   |       |   |       |
| . Toulouse-CX-de-Pierre             | <u>89</u>  | (91)  | 9   | (81)  | 20 *  | (10*) |
| . Toulouse-Soupetard                | <u>72</u>  | (102) | 12  | (84)  | 39 *  | (18*) |
| . Nevers                            | 38   | (97)  | <u>14</u> *   | (37)* | 27 *  | (60*) |
| . Chalon/Saône                      | 38   | (89)  | <u>18</u> *   | (34)* | 29 *  | (55*) |
| <u>B - POSSESSION D'UNE VOITURE</u> |  |       |   |       |   |       |
| . Possède une voiture               | 56   | (214) | 8   | (120) | 33  | (94)  |
| . N'en possède pas                  | <u>70</u>  | (164) | <u>17</u>   | (115) | 29 *  | (49*) |
| <u>C - OPINION SUR LE TARIF</u>     |  |       |   |       |   |       |
| . Pas cher                          | 67   | (155) | 6   | (103) | 23 *  | (52*) |
| . Cher                              | 69   | (188) | <u>17</u>   | (130) | <u>48</u> *   | (58*) |

(1) Les imprécis sont éliminés des calculs.

\* Univers faible, pour lequel les pourcentages ne sont calculés qu'à titre indicatif (Entre parenthèses est indiqué le nombre de ménages servant de base de calcul des pourcentages).

Tableau 61 (suite)

14.

| UNIVERS  | ENSEMBLE DES MENAGES |       | USAGERS     |       | NON-USAGERS |       |
|--|----------------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|
| <u>- CIRCONSTANCES D'UTILISATION REGULIERE</u>                                 |                      |       |             |       |             |       |
| Utilisation pour :   |                      |       |             |       |             |       |
| .le travail  | 100                  |       | 10 *        | (39*) | -           |       |
| .l'école   | 100                  |       | 10 *        | (49*) | -           |       |
| .les courses   | 100                  |       | 12          | (89)  | -           |       |
| .les distractions  | 100                  |       | <u>19</u> * | (21*) | -           |       |
| <u>- REVENU TOTAL DU FOYER(mensuel)</u>  |                      |       |             |       |             |       |
| . non déclar.  | 59 *                 | (41*) | 9 *         | (24*) | 17 *        | (17*) |
| . - de 1.000 f.  | 67                   | (86)  | <u>18</u> * | (57*) | <u>38</u> * | (29*) |
| . 1000 à 1199 f.   | 54                   | (74)  | <u>18</u> * | (40*) | <u>38</u> * | (34*) |
| . 1200 à 1599 f.   | 67                   | (119) | 9           | (80)  | 33 *        | (39*) |
| . 1600 et plus   | 59 *                 | (59*) | 6 *         | (35*) | 21 *        | (24*) |
| <u>- ATTITUDES vis-à-vis des contraintes et avantages de la vie collective</u> |                      |       |             |       |             |       |
| . défavorable  | 61                   | (131) | 16          | (81)  | 40 *        | (50*) |
| . neutre   | 62                   | (171) | 8           | (106) | 20 *        | (65*) |
| . favorable  | 64                   | (77)  | 14 *        | (49*) | 43 *        | (28*) |
| <u>- INDICE DE FREQUENTATION GLOBALE par le ménage :</u>                       |                      |       |             |       |             |       |
| fréquente :  |                      |       |             |       |             |       |
| . 0 à 3 Eq <sup>ts</sup> col.  | 59                   | (173) | 14          | (102) | 28*         | (71*) |
| . 4  | 57 *                 | (58*) | 15 *        | (33*) | 16 *        | (25*) |
| . 5 et plus  | 68                   | (148) | 9           | (101) | 45*         | (47*) |

Certes, au total 59 % d'usagers se déclarent prêts à restreindre leur utilisation (soit en utilisant moins fréquemment, soit en abandonnant complètement). Cependant, en cas de hausse effective, on peut s'attendre à ce que beaucoup essaient effectivement, mais renoncent bientôt à de telles restrictions.

De même, après une période de curiosité, la gratuité complète n'attirera sans doute pas un très grand nombre de "voyageurs pour le seul plaisir de prendre l'autobus".

Cette hypothèse, de faible réaction des comportements aux prix, est fondée sur deux caractéristiques du choix individuel collectif : l'existence de contraintes de trajet, et l'inertie psychologique des individus.

- Contraintes de trajet :

Comme dans le cas des cantines, les transports collectifs sont un service qui remplit un rôle utilitaire : quelle que soit la gêne causée par le prix des autobus, on ne peut se dispenser d'aller travailler, ou de faire des achats ; et le Tableau 61-D, montre que l'on abandonnerait plus facilement l'usage de l'autobus dans le cas où il ne sert qu'à se rendre à des distractions.

Certes, l'appréciation de cette contrainte (c'est-à-dire de la nécessité de pratiquer cette "activité de destination", ainsi que de la distance à partir de laquelle un trajet à pied serait trop pénible) est sans doute pour une part, subjective.

Mais, l'existence et l'importance des contraintes de trajet dépendent aussi des caractéristiques objectives du milieu de vie : taille de l'agglomération ; habitat collectif ou individuel ; localisation des logements, commerces, écoles, emplois, etc..

On remarquera d'ailleurs que, parmi les ménages usagers de transports en commun, les plus nombreux à envisager d'abandonner en cas de hausse des tarifs sont ceux qui sont les moins soumis à des contraintes de trajets, et notamment les habitants des villes relativement petites (voir Tableau 61-A).

- Inertie psychologique des ménages

Dans des cas vraisemblablement très nombreux, le terme même de décision individuelle est impropre, car le fait de prendre ou de ne pas prendre l'autobus s'explique essentiellement par la prolongation des habitudes passées : l'individu privilégie les comportements qui, dans le passé, l'ont satisfait, sans chercher à innover, ou à effectuer un choix rationnel.

En outre, l'inertie est renforcée par le fait que certains changements impliquent un long apprentissage (acquisition du permis de conduire) ou un certain degré d'information économique (calcul des prix de revient respectifs de différents modes de transports envisageables), et le plus souvent un comportement de prévision économique (économiser pour acheter).

Notons, enfin, que certains choix effectués sont difficilement réversibles, soit pour des raisons psychosociologiques (l'automobiliste renoncera difficilement à l'usage de sa voiture individuelle), soit pour des raisons économiques (désir d'"amortir" l'achat du moyen de transport individuel).

- c. Notons, pour terminer, que les réactions aux variations de prix ne semblent pas dépendre d'attitudes générales à l'égard du collectif (Tableau 61-F).

Il est vraisemblable qu'elles dépendent, pour une part, de dimensions psychologiques et sociologiques propres au problème des transports : niveau d'exigence des individus en matière de confort, de rapidité, de disponibilité ; comportements de prestige, d'identification à certains groupes sociaux, etc.

.../...

|  |
|--|
| CONCLUSIONS SUR LES TRANSPORTS EN COMMUN URBAINS |
|--|

Nous tenterons de dégager quelques hypothèses sur le processus de décision des ménages dans ce domaine, avant d'évoquer les méthodes de vérification de ces hypothèses.

1 - Les processus de décision des ménages

Les limites, déjà évoquées, de notre échantillon, ne nous permettent pas d'énoncer des résultats définitifs, mais plutôt de réfléchir sur la signification des observations effectuées.

- Dans le domaine des transports, le comportement des ménages peut sans doute être caractérisé par une grande inertie. Le mode de transport fait en quelque sorte partie du cadre de vie quotidien ; dans la plupart des cas, l'autobus (ou trolleybus) donne lieu à des comportements qui n'affleurent pas à la conscience, parce qu'il n'a guère de contenu affectif (les usagers n'éprouvent pas de plaisir à l'utiliser, et s'habituent souvent à ses inconvénients).

Il s'agit, généralement, de conduites stéréotypées, adoptées autrefois pour des raisons que les individus eux-mêmes ont, sans doute, oubliées, mais qu'il est possible de retrouver par une analyse "statique" de la situation au moment où l'on pratique une observation.

- Analysons ce "choix initial" fictif. L'environnement géographique, et plus précisément urbanistique, paraît avoir une grande importance non seulement dans ce "choix initial" (en créant des besoins de longs déplacements du domicile aux lieux de travail, de commerces et de loisir, etc), mais aussi dans les éventuelles remises en cause de cette décision : l'urbanisation croissante peut restreindre les possibilités de revenir aux modes de transports individuels, ou au cheminement

piétonnier ; d'une façon plus générale, l'existence de contraintes de trajets constitue sans doute un des principaux facteurs d'inertie ou de faible réaction des ménages à des modifications du champ de choix. L'influence des autres facteurs se situe en quelque sorte à un étage différent de la décision : une fois prise la résolution d'utiliser un moyen de transport (en général), le choix de la nature du moyen de transport va dépendre :

- de la perception que l'individu se fait des caractéristiques comparées des différentes solutions : restrictions à l'accès (par exemple, nécessité d'apprentissage de la conduite automobile), "disponibilité" (problèmes d'horaires et trajets des transports en commun, problèmes de stationnement pour les véhicules individuels), confort, coût initial, coût unitaire d'utilisation, etc..

On peut s'attendre à de nombreuses distorsions à ce niveau ; ce qui implique qu'une observation du processus de choix doit être en mesure de confronter les caractéristiques réelles de l'offre et la perception qu'en ont les interviewés.

Notons que dans les situations étudiées, la qualité du service offert semble avoir souvent autant d'importance que le prix, sinon plus, dans la décision des ménages.

- des caractéristiques économiques des ménages : de hauts revenus peuvent faciliter le choix en faveur de l'automobile, des revenus très bas peuvent inciter à restreindre au maximum l'utilisation des transports en commun.
- enfin, des traditions de chaque groupe social, et de l'image sociologique associée aux différents modes de transports.

Cette analyse du choix initial est volontairement schématique : la réalité est d'autant plus complexe que chaque individu peut pratiquer dans une même semaine plusieurs solutions (par exemple, autocar pour aller au travail, voiture pour les courses du samedi et la promenade familiale du dimanche), et que chaque membre du ménage utilise des modes de transport différents.

- Une telle analyse de cette fiction que constitue le "choix initial" demande, en tout état de cause, à être doublée d'une analyse "dynamique" de l'évolution des choix au cours de l'histoire personnelle de chaque individu.

Cette perspective diachronique permettra de prendre en considération les facteurs de remise en cause périodique des habitudes de transport.

Certains de ces facteurs peuvent être liés à l'environnement : un changement d'entreprise, de domicile, peut amener l'individu à procéder à un nouveau choix, face à des problèmes différents de trajet.

En ce qui concerne les changements de l'offre, on peut faire l'hypothèse qu'il existe des marges psychologiques de tolérance, en-deçà desquelles l'individu ne perçoit pas la nécessité de remettre en cause ses habitudes. Il reste à déterminer les seuils éventuels à partir desquels une augmentation de prix ou des modifications qualitatives des transports en commun provoqueraient cette remise en cause.

D'autres facteurs de changement peuvent être d'ordre sociologique : les changements d'âge, de statut conjugal, de position dans la hiérarchie professionnelle, etc.. s'accompagnent de modification des groupes sociaux d'appartenance ou d'aspirations et par-là même peuvent entraîner des modifications dans les systèmes de valeurs associés à l'utilisation du vélomoteur, de la voiture ou du transport en commun.

- Pour résumer, la situation de ce type de service collectif apparaît relativement spécifique, en ce sens que plusieurs facteurs s'opposent à une adaptation instantanée de la demande aux prix de l'offre.

Comme dans le cas des cantines, il s'agit d'un service utilitaire, dont l'usage est souvent "lié" à l'exercice d'une activité obligatoire ce qui rend les contraintes à l'utilisation relativement fortes.

Mais contrairement aux cantines et même à des équipements de loisir comme les bibliothèques, il existe de fortes différences de coût et de "qualité" (au sens le plus large), entre les solutions individuelles et collectives, ce qui freine le passage des unes aux autres.

## 2 - Prolongements de cette réflexion

Les brèves remarques qui précèdent ne sauraient remplacer une étude approfondie de l'ensemble du problème des transports : substitua-  
bilité des transports collectifs aux individuels ; importance des caractéristiques de "qualité" (densité du réseau, horaire, confort des autobus) et de prix de l'offre, dans le processus de choix des ménages.

Il s'agit d'un domaine qui se prêterait vraisemblablement assez bien à la réalisation d'un plan d'observation maîtrisant un petit nombre de caractéristiques essentielles de l'environnement (distances à parcourir), des transports individuels (difficultés de stationnement et de circulation) et collectifs (tarifs, densité du réseau), ainsi que des ménages (1).

---

(1) On pourra utilement s'inspirer des hypothèses d'un récent travail du CREDOC dans ce domaine.

Cf. P. REYNAUD "Etude des facteurs explicatifs des dépenses de transport, premières hypothèses de recherche" - CREDOC - Février 1968.

En outre, il serait du plus grand intérêt de pouvoir observer, in vivo, les réactions du public à des modifications réelles de l'offre locale, par exemple à des hausses très importantes de tarif, ou, le cas échéant à des expériences de gratuité. Seules de telles expérimentations pourraient permettre de connaître le pouvoir prédictif des questions du type : "Que feriez-vous si...?"

Dans tous les cas, un plan d'expérience d'une grande complexité et prévoyant un très large échantillon serait nécessaire pour apporter des éléments quantitatifs de réponse aux questions : quel est le rôle respectif des principales caractéristiques de l'offre et des ménages ? quelles sont les relations entre ces diverses caractéristiques, et notamment les mécanismes de réactions aux prix ?

Il serait, sans doute, utile de s'interroger sur l'intérêt de faire appel à des techniques de simulation pour progresser dans ce domaine.

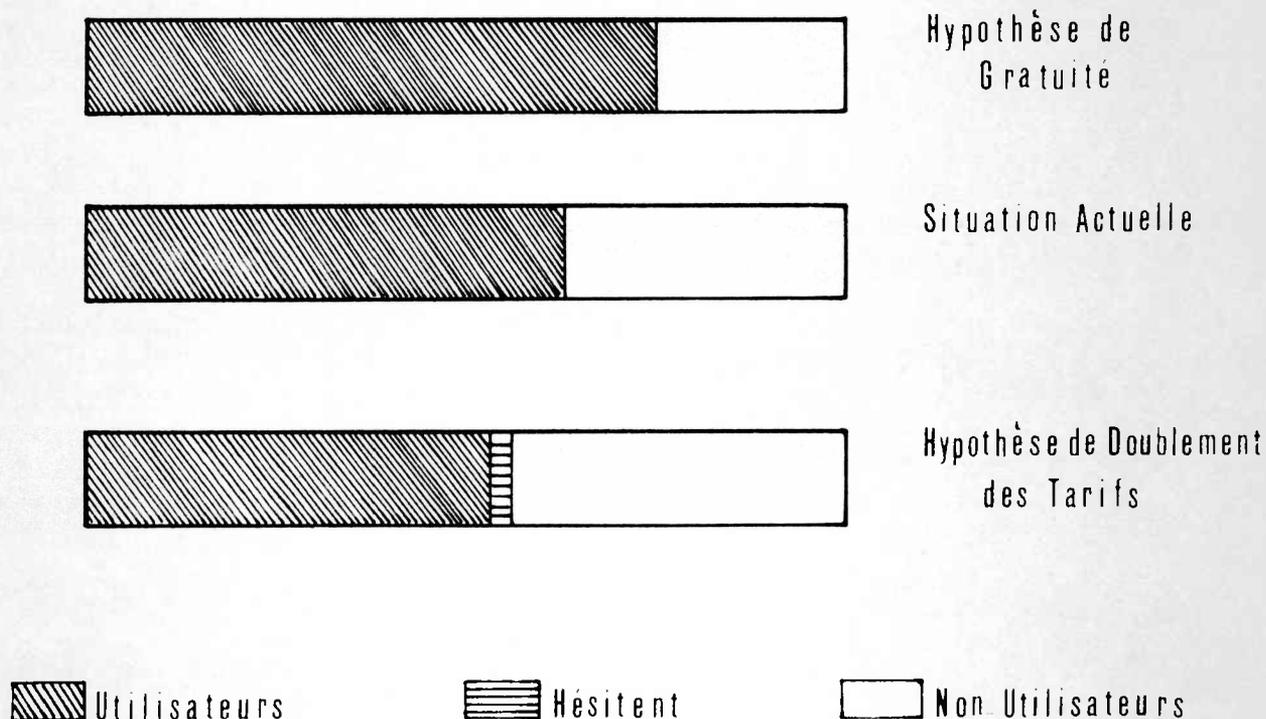
-----

## Graphique 10

### INTENTIONS DE CHANGEMENT DANS LA FREQUENTATION

### EN FONCTION DU PRIX

TRANSPORTS EN COMMUN (N=391)



0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 Ménages interrogés

H - RESULTATS COMPLEMENTAIRES

LES PROBLEMES DE FINANCEMENT

Nous présentons ci-après des informations de trois ordres, recueillies au cours de l'enquête complémentaire :

- essai d'analyse des aspects proprement économiques du choix entre services individuels et collectifs : les ménages sont-ils sensibles aux éventuels avantages économiques de la collectivisation des services ?
- degré d'information des ménages sur les problèmes de financement des équipements collectifs : connaissent-ils l'existence de subventions ?
- enfin, préférences du public en ce qui concerne les modes de financement, dans le cas de l'arbitrage entre contribuable et usager.

#### I - ATTITUDES A L'EGARD DES AVANTAGES ECONOMIQUES DE LA COLLECTIVISATION DES SERVICES

Pour l'ensemble de notre recherche, un des problèmes posés était d'apprécier le poids des déterminants d'ordre financier parmi les facteurs du choix entre collectif et individuel.

Nous avons tenté d'avancer dans ce domaine en étudiant un équipement remplissant, en apparence, essentiellement une fonction utilitaire : la machine à laver. Les interviewées ont été invitées à exprimer leur avis sur le principe de machines à laver collectives, c'est-à-dire mises à la disposition de tous les habitants d'un même immeuble (1) : ce qui supprime l'obstacle de la mise de fonds initiale.

---

(1) En 1965, les formules de lavage en libre-service ("Lavoself", "Layomatic", etc.) n'étant pas encore développées, les interviewées ne pouvaient qu'acheter une machine à laver individuelle, ou recourir aux laveries - blanchisseries.

On peut constater qu'une très forte majorité de ménages exprime une nette préférence pour l'équipement individuel (Tableau 62)(1). Fait plus étonnant, les ménages qui ne sont pas équipés en machines à laver individuelles ont la même attitude que les autres, alors même que beaucoup d'entre-eux sont vraisemblablement non-possesseurs parce qu'ils jugent l'achat trop cher pour leurs moyens financiers (achat impossible), ou pour leurs besoins (achat non rentable). Une analyse plus détaillée des réponses montre que :

- a. Pour la plupart des ménages, les avantages de la formule "collective" ne sont pas toujours évidents, puisqu'ils sont cités rarement, aussi bien par les possesseurs que par les non-possesseurs d'un équipement individuel. Ils semblent cependant perçus plus fréquemment par les catégories de ménages plus particulièrement concernées par la formule : ménages peu nombreux (1 ou 2 enfants), qui jugent que l'achat d'une machine individuelle n'est (ou ne serait) pas amorti ; ménages de revenus très modestes (moins de 1.000 francs mensuels pour le foyer), qui peuvent difficilement disposer d'une somme relativement importante (Tableau 63).
- b. Les réticences des ménages sont motivées, en particulier, par des craintes de deux ordres :
  - . craintes relatives au bon fonctionnement, c'est-à-dire, à la qualité du service : un matériel collectif risque d'être moins respecté par les usagers et rapidement détérioré ; le système risque d'être peu pratique (pannes de fonctionnement, files d'attente à certaines heures, problèmes de séchoir à linge).

---

(1) Il est évident que ces réponses ne sauraient en aucun cas suffire à prévoir les réactions effectives du public à une telle expérience ; le succès d'un tel équipement dépendrait pour une très grande part de caractéristiques qui n'ont pas été étudiées dans l'enquête (tarifs, qualité des services rendus, surveillance, etc.).

. craintes relatives à l'hygiène.

Plus profondément, il est vraisemblable que la formule se heurte aux préférences pour la propriété individuelle, à l'expérience antérieure de services ou biens collectifs souvent mal gérés et vite détériorés, ou enfin, à une attitude de réticence à l'égard de l'innovation.

- c. Il est possible que les avantages de la machine à laver collective requièrent, pour être perçus, une certaine aptitude au calcul économique. Nous n'avons pas utilisé un tel indice au niveau de cette enquête ; notons simplement qu'on pourrait expliquer ainsi la plus grande favorabilité des ménages disposant de revenus relativement élevés (plus de 1.600 francs mensuels).

+

+ +

Cette brève analyse de l'exemple, d'une valeur certainement limitée, des machines à laver collectives nous semble confirmer que, même dans un domaine de services purement utilitaires, la décision des ménages ne suit pas une rationalité économique simple. Les ménages perçoivent les éléments du choix au travers de prismes déformants que sont les connaissances et préjugés relatifs à l'hygiène, l'expérience personnelle antérieure d'équipements gérés et utilisés collectivement, et sans doute d'autres facteurs tels que l'aptitude au calcul économique (elle même fruit de l'éducation et du milieu social), les attitudes à l'égard de la propriété et de l'appropriation individuelle des biens et services, etc.

Tableau 62

QUELQUES ATTITUDES A L'EGARD DE LA "MACHINE A LAVER COLLECTIVE"

- en pourcentage -

| <u>Question A</u> : "Dans certains immeubles, quelques appareils ménagers, en particulier, des machines à laver, sont mis à la disposition de tous les habitants. On paie quand on les utilise. Qu'en pensez-vous ?" | Non-possesseurs de machines à laver individuelles | Possesseurs | Total     |
|--|---|-------------|-----------|
| <u>Thèmes abordés spontanément</u> :   |   |             |           |
| - C'est bien, sans restriction   | 23  | 20          | 21        |
| - C'est bien, à condition que le système marche bien   | 6   | 6           | 6         |
| - C'est bien à défaut de mieux, en attendant   | 23  | 33          | 30        |
| - Ce n'est pas bien, parce que pas pratique  | 7   | 7           | 7         |
| - Ce n'est pas bien à cause des autres   | 13  | 7           | 9         |
| - C'est peut être bien pour les autres, mais j'aimerais mieux avoir la mienne  | 23  | 24          | 24        |
| - Pas d'avis, n.s.p  | 5   | 3           | 3         |
| <u>Univers</u>   | 133 = 100   | 258 = 100   | 391 = 100 |
| <u>Question B</u> : "Certaines personnes estiment que le principal avantage est qu'on évite ainsi l'achat d'une machine à laver. Qu'en pensez-vous ?"  |   |             |           |
| - Pas d'accord (sans autre indication)   | 10  | 6           | 8         |
| - C'est plus économique de l'avoir à soi   | 8   | 17          | 14        |
| - C'est mieux d'avoir une machine à soi  | 34  | 28          | 30        |
| - C'est une économie pour ceux qui ne peuvent en acheter une   | 17  | 9           | 12        |
| - C'est utile, bien, évite l'achat   | 26  | 30          | 28        |
| - Sans avis, n.s.p, hésitent   | 5   | 10          | 8         |
| <u>Univers</u>   | 133 = 100   | 258 = 100   | 391 = 100 |

Tableau 63

VARIATIONS DES ATTITUDES A L'EGARD DE LA MACHINE A LAYER COLLECTIVE

- en pourcentage -

|   | Attitude à l'égard de la machine à laver "collective" (1) |                   |                   | Total      |
|---|---|-------------------|-------------------|------------|
|   | Avis assez favorables                                     | Avis défavorables | Sans avis, n.s.p. |            |
| <u>POSSESSION D'UNE MACHINE A LAYER PAR LE MENAGE</u> |   |                   |                   |            |
| . Non-possesseurs                                     | 43  | 52                | 5                 | 133 = 100  |
| . Possesseurs   | 39  | 51                | 10                | 258 = 100  |
| <u>NOMBRE D'ENFANTS :</u>                             |   |                   |                   |            |
| . 1   | 45  | 44                | 11                | 100 = 100  |
| . 2   | 43  | 50                | 7                 | 152 = 100  |
| . 3   | 37  | <u>58</u>         | 5                 | 76 = 100   |
| . 4 et plus   | 30*   | <u>60</u> *       | 10 *              | 63 = 100 * |
| <u>REVENU mensuel total du ménage :</u>               |   |                   |                   |            |
| . non déclaré   | 40 *  | 44 *              | 16 *              | 45 = 100 * |
| . inférieur à 1.000 f.                                | 44  | 53                | 3                 | 88 = 100   |
| . 1.000 à 1.199 f.                                    | 33  | 59                | 8                 | 78 = 100   |
| . 1.200 à 1.599 f.                                    | 38  | 55                | 7                 | 120 = 100  |
| . 1.600 f. et plus                                    | 52 *  | 35 *              | 13 *              | 60 = 100 * |

(1) Les réponses spontanées à la question B (voir Tableau 62), ont été classées de la façon suivante :

- Avis assez favorables :
  - . "Ca évite l'achat, c'est bien, c'est utile"
  - . "C'est une économie pour ceux qui ne peuvent en acheter une".
- Avis défavorables :
  - . "Pas d'accord"
  - . "C'est plus économique d'avoir une machine à soi"
  - . "C'est mieux (sans autre indication) de l'avoir à soi".

Tableau 63 (suite)

|  | Avis assez favorables | Avis défavorables | Sans avis n.s.p | Total      |
|--|-----------------------|-------------------|-----------------|------------|
| <u>NIVEAU D'INSTRUCTION DE LA TERRE</u>      |                       |                   |                 |            |
| élevé (supérieur à BEPC)                     | 32 *                  | 57 *              | 11 *            | 45 = 100 * |
| moyen (BEPC, ou CEP <u>et</u> CAP)           | 51 *                  | 43 *              | 6 *             | 68 = 100 * |
| assez bas (CEP <u>ou</u> CAP)                | 38                    | 51                | 11              | 160 = 100  |
| bas (études primaires, sans diplôme)         | 41                    | 54                | 5               | 118 = 100  |
| <u>INDICE DE FREQUENTATION GLOBALE</u>       |                       |                   |                 |            |
| . Fréquente 0 à 3 équipements collectifs     | 42                    | 50                | 8               | 179 = 100  |
| . Fréquente 4 équipements collectifs         | 30 *                  | 62 *              | 8 *             | 60 = 100 * |
| . Fréquente 5 et plus équipements collectifs | 42                    | 50                | 8               | 152 = 100  |
| ENSEMBLE                                     | 42                    | 50                | 8               | 391 = 100  |

## II - L'INFORMATION DES MENAGES SUR LE FINANCEMENT DES SERVICES COLLECTIFS

Les chapitres qui précèdent (A à G) nous ont fourni à plusieurs reprises des indications sur les informations et attitudes des ménages concernant le prix des services étudiés.

Nous appuyant sur les réponses ainsi recueillies, nous analyserons les opinions du public sur les mécanismes de financement de ces services collectifs : en particulier, connaît-on l'existence de subventions venant de la collectivité : entreprise, commune, département, Etat.

Ces subventions, lorsqu'elles sont importantes, doivent se traduire aux yeux des ménages par un tarif d'utilisation qui leur paraît insuffisant pour couvrir tous les frais des services concernés.

### 1 - Niveau d'information des ménages

Le Tableau 64 résume les opinions des ménages concernant trois catégories de services : on constate que selon la nature de ces services, la proportion de ménages les estimant insuffisants varie entre un tiers et deux tiers des ménages. Il faut souligner que, même parmi ces ménages, nombreux sont ceux qui expriment une vue assez confuse des mécanismes de financement : ainsi, dans le cas de la piscine, 41 % seulement expliquent leur réponse précédente (le prix d'entrée ne suffit pas) en évoquant spontanément l'existence de subventions (voir Tableau 65).

OPINIONS SUR L'EXISTENCE DES SUBVENTIONS

- en pourcentage -

|               | Estiment que le prix payé :                |           |               | Univers   |
|---------------|--|-----------|---------------|-----------|
|               | Ne suffit pas<br>(ou gratuité<br>complète) | Suffit    | Ne savent pas |           |
| Piscine       | 34   | <u>54</u> | 12            | 360 = 100 |
| Cantine scol. | <u>65</u>                                  | 27        | 8             | 391 = 100 |
| Bibliothèque  | <u>67</u>                                  | 7         | 26            | 295 = 100 |

Tableau 65CONNAISSANCE DES SOURCES DE FINANCEMENT DES PISCINESEXPLICATIONS FOURNIES PAR LES MENAGES

- en pourcentage -

| <u>Question</u> : "Est-ce que le prix d'entrée suffit pour la faire marcher ? Pourquoi ?" |  |
|---|--|
| ONT DECLARE QUE LE PRIX D'ENTREE<br>NE SUFFIT PAS   | ONT DECLARE QUE LE PRIX D'ENTREE SUFFIT  |
| <u>Explications fournies spontanément</u>   | <u>Explications fournies spontanément</u>  |
| - Très cher à construire et à<br>entretenir 47  | - Il y a beaucoup de clients 74  |
| - C'est la ville qui donne une<br><u>subvention</u> 41                                    | - Les frais généraux sont très<br>réduits, le fonctionnement est<br>déficient (mauvais entretien,<br>personnel mal payé, etc) 19 |
| - Pas assez de clients 11   | - Le prix d'entrée est assez<br>élevé 11   |
| - Le prix d'entrée est trop bas 4   | - Elle n'a pas de difficultés<br>financières (sinon elle ferme-<br>rait ou elle augmenterait les<br>prix) 6                      |
| - Ce sont nos <u>impôts</u> qui servent à<br>payer le complément 2                        | - La ville ne paie rien, pas d'aide 1  |
| - Autres raisons, n.s.p 10  | - Autres raisons 3   |
| TOTAL (plusieurs réponses possibles) 123 =<br>100%  | Total (plusieurs réponses possibles) 195 =<br>100%   |

N.B. imprécis éliminés du tableau.

Il semble que pour de nombreux services collectifs, les ménages fondent leur raisonnement économique sur des conceptions relevant de l'économie de marché. Ainsi, nous avons eu à plusieurs reprises l'occasion d'observer que les ménages, lorsqu'ils sont invités à expliquer spontanément des différences de prix, se réfèrent rarement au mécanisme des subventions (que ce soit pour regretter leur absence si les prix sont trouvés chers, ou mentionner leur existence si les prix sont jugés peu élevés), et beaucoup plus souvent à des économies d'échelles, grâce à une clientèle nombreuse (ou au contraire à l'insuffisance de la fréquentation) ; à des différences de qualité du service rendu ("le gérant de la cantine se rattrape sur la qualité"), à des modifications du coût de la vie, etc.

Par exemple, le Tableau 37 page 91 montre que 4 à 5 % seulement des ménages abordent spontanément ce thème des subventions (absentes ou présentes) dans le cas des spectacles sportifs au stade ; 0 à 3 % dans le cas de la pratique sportive (Tableau 45, page 106).

La proportion de ménages parlant de subventions reste souvent peu élevée, même dans les cas où les questions posées aiguillent davantage dans cette direction. Par exemple, invités à expliquer une différence de prix entre deux garderies de vacances (voir Tableau 66), 31 % seulement des ménages évoquent l'existence d'aides municipales pouvant aider au fonctionnement des garderies de vacances. Les autres interviewés évoquent plutôt des différences de qualité du service rendu, des économies d'échelles, ou des différences de coût de la vie. Notons qu'il est souvent difficile de faire la part des ménages qui ne citent pas les subventions parce qu'ils en ignorent l'existence, et des ménages qui n'abordent peut-être pas ce système d'explication parce qu'il leur paraît aller de soi.

Tableau 66EXPLICATION DES DIFFERENCES DE PRIX : EXEMPLE DES GARDERIES

- en pourcentage -

Question : "Dans une ville on demande pour une journée de garderie de vacances 2 f. 50, et dans une autre ville 1 f. 50. A votre avis, pourquoi y a-t-il cette différence ?".

Thèmes évoqués spontanément :

|  |           |
|--|-----------|
| - Existence de subventions municipales, richesse et politique de la localité   | 31        |
| - Différence de qualité du service rendu (nourriture, surveillance, installations sont de plus ou moins bonne qualité) | 25        |
| - Différence dans la gestion   | 3         |
| - Ça revient moins cher quand il y a beaucoup d'enfants  | 7         |
| - Différences de taille de la ville, de coût de la vie, abattements de zone...   | 15        |
| - Ne savent pas, les garderies fixent le prix qu'elles veulent   | 19        |
| TOTAL  | 391 = 100 |

2 - Quelques sources de variations des opinions des ménagesa. Nature et prix objectif des équipements

On a pu observer, sur le Tableau 64 des variations importantes en fonction du type d'équipement étudié.

Ces variations sont sans doute à attribuer à la fois à la nature des équipements, et aux tarifs payés par les usagers.

Ainsi, l'existence de subventions venant de la collectivité est fréquemment connue (ou supposée) par les ménages lorsqu'il s'agit de services pour lesquels il existe des substituts individuels directement comparables : les tarifs des bibliothèques, des cantines peuvent assez aisément être comparés au prix unitaire des livres, au prix de revient d'un repas au domicile ou au restaurant.

Le public semble moins enclin à supposer l'existence de subventions pour des équipements comme la piscine, à propos desquels il n'existe pas de point de comparaison, et pour lesquels les tarifs sont souvent jugés élevés. On pense souvent que ces services fonctionnent en économie de marché, le prix d'entrée suffisant à couvrir tous les frais : de très nombreux ménages semblent mal se rendre compte du coût total que représente, en particulier, l'édification d'une piscine, et se contentent d'effectuer une confrontation d'ailleurs très intuitive, entre les dépenses de fonctionnement (jugées minimales, puisque "l'eau ne coûte rien", "il y a peu de personnel, et mal payé", "ils se rattrapent sur l'entretien, qui est déficient") et le tarif d'entrée, qui de ce fait est souvent jugé cher (c'est l'avis d'un ménage sur trois). On constate d'ailleurs que parmi les ménages trouvant cher le prix d'entrée, 20 % seulement estiment qu'il ne suffit pas à couvrir tous les frais (contre 45 % des ménages estimant que le prix suffit).

b. Quelques caractéristiques des ménages et de leurs relations avec les équipements

Pour un même équipement les opinions sur le financement varient selon certaines caractéristiques des ménages : niveau d'information économique, degré de familiarité avec l'équipement, attitudes générales à l'égard du prix des équipements collectifs.

Ces variations, souvent peu nettes, ne se retrouvent pas toujours d'un équipement à l'autre (voir les Tableaux 67 à 69). Nous soulignerons, cependant, les tendances qui nous paraissent pouvoir être généralisées.

b<sub>1</sub>. Niveau d'information économique des ménages.

Si cette dimension n'a pas été directement étudiée dans l'enquête, on peut cependant considérer que le niveau de scolarisation en fournit une approximation, bien entendu très imparfaite.

Un meilleur niveau d'information sur les subventions s'observe chez les ménages présentant un niveau d'instruction moyen ou relativement élevé (niveau BEPC ; ou CEP et CAP). Notons cependant que, même parmi les mères de famille les moins instruites, on rencontre encore une majorité qui pensent que les cantines scolaires, par exemple, sont subventionnées (Tableau 68).

b<sub>2</sub>. Degré de familiarité avec l'équipement.

La perception de l'existence de subvention semble d'autant plus probable que le ménage a plus d'occasions d'entendre parler de l'équipement et de l'utiliser.

La perception de l'existence de subventions est très directement liée au degré de familiarité avec l'équipement étudié. Dans le cas des cantines d'entreprise, par

exemple, les subventions sont mentionnées par 28 % seulement des ménages où le chef de famille ne dispose pas de cantine d'entreprise ; par 36 % des ménages qui savent qu'il en existe une mais ne l'utilisent pas ; enfin, par 48 % des ménages utilisateurs (Tableau 69).

On notera cependant que cette "familiarisation" semble jouer de façon spécifique pour chaque équipement : il n'apparaît aucune relation entre le niveau d'information sur chaque équipement, et l'indice global résumant le nombre d'équipements collectifs fréquenté par le ménage.

- b<sub>3</sub>. Attitudes générales à l'égard du prix des équipements collectifs. Pour un même équipement, on observe évidemment une relation entre les jugements sur le caractère "cher" (ou bon marché) des tarifs, et le fait de penser qu'il n'est pas subventionné.

Mais il est intéressant de constater que ce sont souvent les mêmes ménages qui portent des appréciations analogues pour les divers services étudiés. Partant de cette observation, nous avons tenté de constituer un indice résumant cette opinion générale sur les prix des services collectifs (1). Malgré ses défauts, cet indice permet de penser qu'il existe une relation entre une telle tendance générale à estimer peu élevés les tarifs des services collectifs, et un bon niveau d'information sur les modes de financement.

- 
- (1) Une note globale d'opinion sur le prix des équipements collectifs a été constituée à partir des opinions données par les ménages sur le prix des différents services étudiés : cantine de travail ; cantine scolaire ; transports en commun ; bibliothèques ; spectacles sportifs ; pratique sportive en général ; piscines.
- Les réponses ont été regroupées en trois catégories :
- majorité d'équipements jugés "pas chers" ;
  - égalité du rapport cher/pas cher ;
  - majorité d'équipements jugés "chers".

Enfin, bien que ce phénomène n'apparaisse pas nettement au niveau de notre échantillon, on peut faire l'hypothèse d'une relation entre le degré d'information sur les subventions, et les autres attitudes générales à l'égard des services collectifs : indice d'acceptation de la vie collective, et indice de favorabilité à l'intervention de la puissance publique dans la vie courante : (qui traduit dans une certaine mesure, une option des ménages entre le mode de vie autarcique des familles traditionnelles, et l'acceptation d'une prise en charge des grands secteurs de la vie publique par l'Etat).

+

+ +

Les remarques qui précèdent montrent que l'information sur les mécanismes de financement va de pair avec d'autres caractéristiques des ménages : ce sont sans doute dans une grande mesure, les mêmes sujets qui sont les mieux informés et qui utilisent les plus souvent les équipements qu'ils estiment peu chers.

A titre d'hypothèse, nous tenterons de considérer l'ensemble des facteurs mentionnés ci-dessus comme un "système de sensibilisation" aux problèmes de financement des équipements collectifs.

Ce système comporterait, comme élément central, une attitude générale favorable à l'utilisation du service collectif.

Cette attitude générale impliquerait à la fois :

- une probabilité plus grande d'utiliser le service collectif étudié ;
- et un intérêt pour tout ce qui concerne ce service collectif : donc, entre autres, un intérêt pour les problèmes de gestion, de financement, l'existence de subventions, etc. C'est ce que nous appelons, pour résumer, la sensibilité aux problèmes de financement.

Cette attitude générale serait le point de rencontre d'influences et informations multiples : le système de valeurs auquel adhère l'individu, les pressions de ses groupes sociaux d'appartenance, ses propres opinions ou expériences personnelles relatives au prix, à la qualité du service considéré, etc.

On remarquera que plusieurs éléments du système pourraient jouer comme des mécanismes de renforcement du "degré de sensibilisation" de l'individu aux problèmes économiques des équipements collectifs : par exemple, le fait d'utiliser (et, sans doute, plus encore de participer à la gestion d'un équipement) peut inciter l'individu à rechercher des informations sur ces problèmes de financement. De même, des boucles réverbérantes assurent, à partir de l'utilisation, un feed-back qui peut modifier les opinions sur la qualité ou le prix, les attitudes générales et systèmes de valeurs, etc.

Tableau 67

VARIATION DE L'OPINION SUR LE FINANCEMENT DE LA PISCINE

- en pourcentage -

|  | Question : "Est-ce que le prix d'entrée (à la piscine) suffit pour la faire marcher ?" |        |               |   |
|--|--|--------|---------------|---|
|  | Ne suffit pas  | Suffit | Ne savent pas | Univers : Total personnes répondant aux questions "piscine" |
| <u>HABITAT</u>                                 |  |        |               |   |
| - Toulouse C <sup>X</sup> de Pierre            | 31   | 61     | 8             | 94 = 100  |
| - Toulouse - Soupetard                         | 35   | 61     | 4             | 104 = 100   |
| - Nevers                                       | 33   | 54     | 13            | 97 = 100  |
| - Chalon-sur-Saône                             | 40 *   | 35 *   | 25 *          | 65 = 100 *  |
| <u>OPINION SUR LE PRIX DE LA PISCINE</u>       |  |        |               |   |
| - Pas cher                                     | 45   | 46     | 9             | 205 = 100   |
| - Cher   | 20   | 73     | 7             | 117 = 100   |
| - Ne savent pas                                | 16 *   | 34 *   | 50 *          | 38 = 100 *  |
| <u>C.S.P DU CHEF DE FAMILLE</u>                |  |        |               |   |
| - Employé                                      | 37   | 52     | 11            | 161 = 100   |
| - Ouvrier                                      | 31   | 55     | 14            | 199 = 100   |
| <u>NIVEAU D'INSTRUCTION du chef de famille</u> |  |        |               |   |
| - Elevé (supérieur au BEPC)                    | 43 *   | 46 *   | 11 *          | 46 = 100 *  |
| - Moyen (BEPC, ou CEP et CAP)                  | 31   | 57     | 12            | 99 = 100  |
| - Assez bas (CEP ou CAP)                       | 34   | 53     | 13            | 141 = 100   |
| - Bas (études primaires, sans diplôme)         | 33   | 58     | 9             | 73 = 100  |

Tableau 67 (suite)

|  | Ne suffit pas | Suffit | Ne savent pas | Total      |
|--|---------------|--------|---------------|------------|
| <u>NIVEAU D'INSTRUCTION DE LA</u>        |               |        |               |            |
| <u>PERE DE FAMILLE</u>                   |               |        |               |            |
| - Elevé (supérieur au BEPC)              | 37 *          | 52 *   | 11 *          | 44 = 100 * |
| - Moyen (BEPC, ou CEP <sup>et</sup> CAP) | 29 *          | 62 *   | 9 *           | 62 = 100 * |
| - Assez bas (CEP <u>ou</u> CAP)          | 38            | 47     | 15            | 146 = 100  |
| - Bas (études primaires, sans diplôme)   | 30            | 58     | 12            | 108 = 100  |
| <u>ATTITUDE ENVERS LE COLLECTIF</u>      |               |        |               |            |
| - 0 (défavorables)                       | 33            | 59     | 8             | 123 = 100  |
| - 1                                      | 35            | 53     | 12            | 161 = 100  |
| - 2 (favorables)                         | 36            | 47     | 17            | 76 = 100   |
| <u>INDICE GLOBAL D'OPINION SUR</u>       |               |        |               |            |
| <u>LE PRIX DES EQUIPEMENTS COLL.</u>     |               |        |               |            |
| - Majorité d'équipements pas chers       | 41            | 48     | 11            | 247 = 100  |
| - Egalité                                | 17 *          | 70 *   | 13 *          | 41 = 100 * |
| - Majorité d'équipements chers           | 22            | 64     | 14            | 72 = 100   |
| TOTAL                                    | 34            | 54     | 12            | 360 = 100  |

\* Univers faible, pour lequel les pourcentages ne sont calculés qu'à titre indicatif

Tableau 68

VARIATION DE L'OPINION SUR LE FINANCEMENT DE LA CANTINE SCOLAIRE

- en pourcentage -

|   | Pensent que le prix du repas.... |               |               |            |
|---|----------------------------------|---------------|---------------|------------|
|   | Suffit                           | Ne suffit pas | ne savent pas | Total      |
| <u>NIVEAU D'INSTRUCTION DE LA MERE</u>  |                                  |               |               |            |
| . Elevé (supérieur au BEPC)   | 27 *                             | 65 *          | 8 *           | 45 = 100   |
| . Moyen (BEPC, ou CEP et CAP)   | 21 *                             | 69 *          | 10 *          | 68 = 100   |
| . Assez bas (CEP ou CAP)  | 24                               | 70            | 6             | 160 = 100  |
| . Bas (études primaires, sans diplôme)  | 35                               | 53            | 12            | 117 = 100  |
| <u>UTILISATION DE LA CANTINE SCOLAIRE</u>                                       |                                  |               |               |            |
| . Utilisateurs  | 39 *                             | 57 *          | 4 *           | 62 = 100 * |
| . Non-utilisateurs  | 24                               | 66            | 10            | 326 = 100  |
| <u>INDICE DE FREQUENTATION GLOBALE DU MENAGE</u>                                |                                  |               |               |            |
| . Nul (ne fréquente aucun équipement)   | 27 *                             | 64 *          | 9 *           | 22 = 100 * |
| . Faible (1 à 3 équipements fréquentés)   | 27                               | 60            | 13            | 157 = 100  |
| . Moyen (4 équipements)   | 32 *                             | 65 *          | 3 *           | 60 = 100 * |
| . Elevé (5 et plus)   | 25                               | 68            | 7             | 152 = 100  |
| <u>INDICE GENERAL D'ATTITUDE ENVERS L'INTERVENTION DE LA PUISSANCE PUBLIQUE</u> |                                  |               |               |            |
| . Défavorable (notes 0 & 1)   | 21                               | 67            | 12            | 103 = 100  |
| . Neutre (note 2)   | 28                               | 68            | 4             | 120 = 100  |
| . Assez défavorable (note 3)  | 30                               | 59            | 11            | 112 = 100  |
| . Très favorable (note 4)   | 32 *                             | 63 *          | 5 *           | 56 = 100 * |
| <u>Univers</u> : total des ménages interrogés (imprécis éliminés)               | 27                               | 64            | 9             | 391 = 100  |

Tableau 69CONNAISSANCE DES SOURCES DE FINANCEMENT DES CANTINES DE TRAVAIL

Question : Comment se fait-il que le repas à la cantine (de travail) revienne moins cher qu'un repas au restaurant ?

|  | Degré de familiarité avec cet équipement |                                |              | Total     |
|--|--|--------------------------------|--------------|-----------|
|  | Ne disposent pas de cantine de travail   | Disposent mais n'utilisent pas | Utilisateurs |           |
| <u>Explications fournies spontanément</u> :  |  |                                |              |           |
| - Achat de grosses quantités, régularité du nombre de convives, moins de choix, un seul menu | 58                                       | 62                             | 64           | 60        |
| - <u>Subventions extérieures</u> , pas de taxes  | 28                                       | 36                             | 48           | 33        |
| - Moins bonne qualité, moins de frais de personnel, de service, de présentation              | 30                                       | 11                             | 16           | 21        |
| - Ne font pas de bénéfices, c'est un service à but "social"                                  | 8  | 13                             | 5            | 9         |
| - Ne savent pas  | 7  | 6                              | 6            | 6         |
| Total (plusieurs réponses possibles)   | 190 = 100                                | 155 = 100                      | 46 = 100 *   | 391 = 100 |

### III - QUELQUES OPINIONS SUR LE PAIEMENT DES SERVICES COLLECTIFS PAR LE CONTRIBUTABLE OU L'USAGER

Le financement des services collectifs pose un problème majeur, celui du choix des payeurs : ces services doivent-ils être pris en charge, en partie ou entièrement, par les collectivités publiques (Etat, Département ou Commune), c'est-à-dire en définitive par les contribuables - lesquels peuvent, souvent, ne pas être des usagers ?

Sur ce problème, très délicat aux yeux des spécialistes eux-mêmes, il est difficile de connaître les préférences profondes des ménages, en grande partie parce que ceux-ci ne saisissent pas les tenants et aboutissants de cette option ; ne rencontre-t-on pas des ménages qui, concevant sans doute l'Etat comme une providence aux ressources inépuisables et mystérieuses, préconisent la gratuité des services collectifs sans impôts nouveaux ? Nous avons, cependant, tenté d'explorer ce domaine, à propos du cas des colonies de vacances. La question posée (voir Tableau 70) appelle plusieurs remarques :

- Comme il arrive souvent en matière de sondage d'opinion, les réponses traduisent souvent un simple reflet de la situation à laquelle les ménages sont habitués : certains tendent peut-être à considérer comme "normales" les solutions les plus courantes, c'est-à-dire les colonies de vacances partiellement subventionnées par la commune (ou l'entreprise).
- Les réponses traduisent souvent une faible implication psychologique des interviewés, qui ont sans doute plus répondu en fonction de stéréotypes couramment répandus, que de leurs attitudes profondes sur le problème. Il n'est pas certain que, placés devant un choix qui les implique (soit en tant qu'usagers, soit en tant que contribuables, ou les deux), ils donnent des réponses allant dans le même sens.

- Enfin, la formulation de la question a amené de nombreux interviewés à ne réagir qu'à une partie des éléments du choix : soit la première phase (gratuité pour l'usager), soit la seconde (impôts plus élevés). Ce phénomène, dont l'interprétation est délicate, rend souvent difficile la confrontation des réponses des ménages.

Les réponses traduisent une certaine indécision des ménages : il semble qu'on puisse considérer environ 37% des ménages comme favorables à la gratuité complète de ce service collectif, laissé à la charge des contribuables. Certains d'entre-eux mentionnent plus explicitement l'objectif de redistribution sociale d'accès de tous aux mêmes services collectifs ("ça permet aux familles pauvres d'envoyer leurs enfants en vacances").

Les autres ménages semblent relativement hostiles à ce mode de financement : certains redoutent une augmentation semblable des impôts ; d'autres ne s'impliquent pas eux-mêmes, mais se réfèrent à une certaine conception de l'égalité sociale : tous les usagers, et eux seuls, doivent payer. On est sans doute loin d'une autre conception de la justice sociale, celle évoquée par les partisans de la gratuité complète pour défendre un principe radicalement différent : tous les citoyens, même les plus défavorisés, doivent avoir accès au service collectif.

Tableau 70OPINIONS SUR LE MODE DE FINANCEMENT DES COLONIES DE VACANCES

- en pourcentage -

Question : "Certaines villes organisent des colonies de vacances totalement gratuites, c'est-à-dire que le séjour et l'équipement sont pris en charge par la Mairie. En revanche, dans ces villes, les impôts de la commune sont plus élevés. Qu'en pensez-vous ?"

Thèmes abordés spontanément :

|  |    |      |
|--|----|------|
| - C'est très bien, c'est normal, c'est social (s.a.i)                                      | 25 | } 37 |
| - C'est bien parce que ça permet aux familles pauvres d'envoyer leurs enfants en vacances. | 12 |      |
| - C'est bien pour ceux qui en bénéficient, mais injuste pour les autres                    | 18 | } 30 |
| - Opposés à une augmentation des impôts dans ce but  | 12 |      |
| - Il est normal que les parents paient une participation pour le séjour                    | 22 |      |
| - Autres réponses (d'accord pour la gratuité, mais sans impôts)                            | 7  |      |
| - Ne savent pas  | 4  |      |

|       |           |
|-------|-----------|
| TOTAL | 391 = 100 |
|-------|-----------|

7 FEB. 1968

20x - 40. 2

15 SEP. 1970

18 MAI 1970

