



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

La demande de services ruraux : besoins et symboles. L'exemple des transports en commun

J.-L. Venard

Citer ce document / Cite this document :

Venard J.-L. La demande de services ruraux : besoins et symboles. L'exemple des transports en commun. In: Économie rurale. N°118, 1977. Le devenir de l'espace rural - première partie. pp. 41-46;

doi : <https://doi.org/10.3406/ecoru.1977.2479>

https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1977_num_118_1_2479

Fichier pdf généré le 08/05/2018

Abstract

The demand for rural services — needs and symbols an example — public transport - Plans for an improvement in public transport networks in the countryside have developed considerably in France during the last few years.

The article presented here gives an account of observations made during a survey in the Pays d'Othe (Aube) in order to analyse the demand for public transport in an area representative of the average French rural zone.

It consists of two parts which correspond to :

1. the conclusions of a poll based on a representative sampling intended to gather data on the households possessing cars, the type and frequency of their journeys, means of transport used and opinions on public transport.
2. The information gleaned from the analysis of the contents of some forty interviews. The article shows the importance of the symbolic value of public transport and the types of representation common to the milieu observed, and brings out a particular structuralization of talk about transport, which is the main conclusion of this analysis.

Résumé

Les projets d'amélioration des réseaux de transport en commun en milieu rural se sont beaucoup développés en France au cours des dernières années.

L'article présenté ici rend compte des observations relevées au cours d'une enquête dans le Pays d'Othe (Aube) dans le but d'analyser la demande de transport en commun dans un milieu représentatif de la moyenne des zones rurales françaises. Il comprend deux parties correspondant :

- aux conclusions d'un sondage sur échantillon représentatif destiné à recueillir des informations sur la motorisation des ménages, les types et fréquences de déplacement, les modes de transport et le jugement sur les transports en commun,
 - aux enseignements tirés de l'analyse de contenu d'une quarantaine d'interviews peu directives.
- L'article fait ressortir l'importance de la dimension symbolique dans les problèmes de transport en commun, et les types de représentations communes au milieu observé ; il met en évidence une structuration particulière du discours sur le transport qui est la principale conclusion de cette analyse.

LA DEMANDE DE SERVICES RURAUX : BESOINS ET SYMBOLES

L'EXEMPLE DES TRANSPORTS EN COMMUN

J.-L. VENARD

AREA *

Les projets d'amélioration des réseaux de transport en commun en milieu rural se sont beaucoup développés en France au cours des dernières années.

L'article présenté ici rend compte des observations relevées au cours d'une enquête dans le Pays d'Othe (Aube) dans le but d'analyser la demande de transport en commun dans un milieu représentatif de la moyenne des zones rurales françaises. Il comprend deux parties correspondant :

- aux conclusions d'un sondage sur échantillon représentatif destiné à recueillir des informations sur la motorisation des ménages, les types et fréquences de déplacement, les modes de transport et le jugement sur les transports en commun,
 - aux enseignements tirés de l'analyse de contenu d'une quarantaine d'interviews peu directives. L'article fait ressortir l'importance de la dimension symbolique dans les problèmes de transport en commun, et les types de représentations communes au milieu observé ; il met en évidence une structuration particulière du discours sur le transport qui est la principale conclusion de cette analyse.
-

THE DEMAND FOR RURAL SERVICES — NEEDS AND SYMBOLS AN EXAMPLE — PUBLIC TRANSPORT

Plans for an improvement in public transport networks in the countryside have developed considerably in France during the last few years.

The article presented here gives an account of observations made during a survey in the Pays d'Othe (Aube) in order to analyse the demand for public transport in an area representative of the average French rural zone.

It consists of two parts which correspond to :

- 1. the conclusions of a poll based on a representative sampling intended to gather data on the households possessing cars, the type and frequency of their journeys, means of transport used and opinions on public transport.*
 - 2. The information gleaned from the analysis of the contents of some forty interviews. The article shows the importance of the symbolic value of public transport and the types of representation common to the milieu observed, and brings out a particular structuralization of talk about transport, which is the main conclusion of this analysis.*
-

* L'auteur, directeur à l'AREA, effectue depuis quelques années des études d'aménagement régional et a participé au montage de plusieurs opérations d'amélioration des réseaux de transport en commun en milieu rural.

Dans le cadre de son programme de recherches générales sur l'aménagement rural, l'Atelier Central d'Aménagement Rural (ACEAR) du Ministère de l'Agriculture a décidé en 1973 de mener au Pays d'Othe une étude sur le transport des personnes, en souhaitant que l'étude débouche sur une application expérimentale.

Après avoir été comparé à sept autres secteurs possibles, le pays d'Othe a été retenu. Sa faible densité et son mode d'habitat sont assez représentatifs de la moyenne des zones rurales françaises. De plus, l'avancement du Plan d'Aménagement Rural (PAR), l'existence d'un SIVOM et la demande de fermeture d'une ligne par le transporteur, étaient susceptibles de déclencher dans le public et les administrations une prise de

conscience de la nécessité d'un nouveau système de transport en commun.

L'étude lancée par l'ACEAR comportait : une analyse de la demande, à partir d'interviews non directives et d'une enquête par sondage auprès d'un échantillon devant représenter en principe 10 % de la population ; l'établissement d'un projet et sa mise en place administrative technique et financière.

L'analyse de la demande, sur le plan local et sur le plan plus général des transports en commun en zone rurale, est présentée ici. Elle comporte les conclusions de l'enquête par sondage, et les enseignements tirés des interviews.

ENQUETE PAR SONDRAGE

La zone d'étude est située dans l'Aube, elle comprend 24 communes (417 km², 10.038 habitants en 1968). Deux de ces communes ont plus de 1.000 habitants pour 37 % de la population totale (Aix-en-Othe et Estissac). Vingt autres comptent moins de 500 habitants pour 50 % de la population totale.

L'habitat est groupé en gros villages allongés au creux des vallées et séparés par de vastes croupes boisées. Pour l'étude, la région a été divisée en quatre zones homogènes : la vallée d'Aix-en-Othe (4 communes, 1.040 ménages), l'axe routier Troyes-Sens : RN 60 (9 communes, 1.225 ménages), la banlieue éloignée de Troyes (5 communes, 513 ménages), enfin les communes isolées (6 communes, 486 ménages).

Les ménages dont le chef est agriculteur représentent 12 % des ménages, 18 % de la population. Quand le chef de ménage est patron ou cadre, ces pourcentages sont de 12 % et 15 % ; quand il est salarié, 32 % et 38 % ; inactif, 44 % et 29 %.

Les ménages de 1 ou 2 personnes constituent 60 % des ménages, mais moins de 36 % de la population.

Méthode d'échantillonnage

Pour établir un sondage suffisamment représentatif compte tenu de la dispersion géographique, socio-économique et en taille des ménages étudiés, l'échantillon a été stratifié. Une première enquête auprès des mairies a permis d'établir la liste exhaustive des ménages par commune (avec adresse, taille, profession du chef

de ménage). A cette occasion a été relevé un décompte complet des migrants scolaires, avec indication de l'établissement fréquenté. Le fichier des ménages ainsi constitué a été reporté sur cartes perforées et un tirage aléatoire stratifié par profession du chef de ménage (en 4 catégories) par taille (en 5 catégories) et par zone géographique a permis de déterminer un échantillon théorique au 1/10^e désignant nominalement les ménages à enquêter ainsi que quelques suppléants pour les cas d'absence.

L'échantillon réel issu de l'enquête ne représentait plus que 6 % des ménages du fait d'un important taux de refus, dû en particulier à la confusion que les objectifs annoncés pour l'étude et l'origine de la commande (Service Central du Ministère de l'Agriculture) introduisaient dans l'esprit des personnes contactées.

Le questionnaire assez long comprenait la description du ménage et celle des déplacements (par personne). Les informations recueillies portent en particulier sur la taille du ménage et sa composition par âge ; la motorisation (2 roues et véhicules automobiles) et l'équipement ménager ; l'origine géographique du ménage ; l'âge et l'utilisation du parc des véhicules ; les déplacements domicile-travail ou école (destination, horaire, durée, mode de transport, prix de revient) ; les déplacements occasionnels (fréquence, motifs, modes utilisés, destination, horaire) ; le jugement sur transports en commun (raisons de l'utilisation ou de la non-utilisation, les améliorations souhaitées, les usages envisagés en cas de modification de l'offre...).

PRINCIPAUX RESULTATS

Motorisation des ménages

— *Deux-roues* : 34 % des ménages disposent d'au moins un deux-roues à moteur et 51 % d'au moins une bicyclette : l'usage diffère significativement suivant les catégories socio-professionnelles : 31 % des sala-

riés utilisent un vélomoteur, 18 % des agriculteurs, 7 % des inactifs et 4 % des patrons et cadres.

— *Automobile* : 41 % des ménages disposent d'une voiture, 17 % de deux et 3 % de trois. Le taux varie suivant la catégorie socio-professionnelle (agriculteur

1,33 v/ménage ; patron et cadre 1,82, salariés 0,88, inactifs 0,44).

Utilisation principale déclarée : 26 % pour les trajets domicile-travail, 27 % pour usage professionnel, 24 % pour achats, 17 % pour les loisirs.

Permis de conduire : 62 % des hommes ont le permis pour 18 % des femmes. La variation par catégorie est importante (63 % des agriculteurs, 82 % des patrons et cadres, 48 % des salariés, 34 % des retraités et 19 % des autres inactifs ont le permis de conduire).

Déplacements domicile-travail

La moitié des actifs ont un emploi à moins d'un kilomètre de leur domicile ; 25 % d'entre eux font plus de dix kilomètres ; 5 % font plus de vingt kilomètres. La proportion, égale pour les hommes et les femmes, varie beaucoup selon les zones géographiques et selon l'âge (les jeunes allant beaucoup plus loin que leurs aînés). Dans la vallée d'Aix, 50 % des actifs font entre 1 et 2 km, et 34 % plus de 10 ; dans la banlieue éloignée de Troyes, 92 % des actifs font plus de 10 km de trajet domicile-travail.

Les horaires de début de travail sont à peu près également répartis entre 6 h et 8 h 30 alors que la fin est bloquée entre 17 h et 18 h 30. Les moyens de transport utilisés sont : véhicule particulier personnel 50 %, deux roues 30 %, autocar régulier 11 %, ramassage entreprise 2 %, marche à pied 5 %.

A la question « existait-il un autre moyen de transport pour vous rendre à votre travail ? » 72 % ont répondu par la négative. Cette réponse est loin de coïncider avec la réalité, elle se réfère à la fois à l'existence réelle d'un autre moyen que celui utilisé habituellement, et à la possibilité ou au désir que la personne peut avoir de l'utiliser.

Déplacements occasionnels

Le nombre moyen par semaine est de 1,7 déplacement (aller et retour) par adulte. Ce taux varie un peu (1,87 pour les agriculteurs et les salariés, 1,51 pour les retraités) ; il décroît en fonction de l'âge mais est surtout sensible à la situation géographique (plus élevé dans les zones isolées que dans les zones bien desservies) et à la motorisation : pour les ménages motorisés, le nombre moyen de déplacements occasionnels est de 1,9 par semaine, pour les autres de 1,4.

Les motifs sont : la visite aux amis 23 %, les soins médicaux 12 %, les démarches administratives 6 %, les achats à Troyes 12 %, les achats au Mammouth 4 % et les loisirs 18 %.

Le mode de transport des déplacements occasionnels est la voiture particulière (quel que soit le motif) pour 80 à 90 % des trajets, le deux roues : 10 %, l'auto-

car TREC : moins de 10 % (6 % dans le cas des visites, achats ou loisirs).

La raison invoquée pour la non utilisation des cars relève des sept motifs proposés : il n'y avait pas de car (50 %), les horaires ne convenaient pas (27 %), le car est trop cher (12 %), le car ne permet pas de s'arrêter en route (5 %), le car met trop de temps (4 %), les arrêts sont trop éloignés (1 %), le car manque de confort (1 %).

Domine donc l'impression, justifiée ou non, que la région est mal desservie puisque l'horaire est mal commode (avec référence sous-entendue mais évidente à la souplesse de l'automobile).

Jugement sur les transports en commun

— Une amélioration des transports en commun inciterait-elle à les utiliser plus souvent ? 52 % répondent oui, 48 % non (une large majorité de ces derniers est déterminée par la possession d'une voiture).

Les améliorations les plus souhaitées sont : diminuer les tarifs (36 %), mieux desservir la commune (18 %), adapter les horaires aux besoins (16 %), augmenter le nombre de cars dans la journée (14 %), créer des lignes desservant tout le pays d'Othe (12 %), améliorer le confort des cars (2 %), rendre les cars plus rapides (1 %), construire des abris aux arrêts de cars (1 %). Les besoins à satisfaire par une amélioration (61 %) sont les achats, les soins médicaux (31 %), les visites à des amis (21 %), les loisirs (15 %) et le travail 19 % seulement.

En dehors des services réguliers, l'interviewé souhaite bénéficier de services spéciaux mis à la disposition de groupes ou d'associations dans la proportion de 61 %, soit nettement plus que pour les services réguliers. Une telle image du car est positive, elle évoque les loisirs et les vacances.

Les services qui intéressent le plus sont : des excursions organisées par les communes ou associations 46 %, des services spéciaux pour assister aux rencontres sportives 16 %, des services spéciaux pour les fêtes et événements locaux ou régionaux 15 %, des cars aller et retour pour Troyes le samedi et le dimanche 10 %.

— Ainsi dans le cas des déplacements le manque de liaison avec Troyes pendant le week-end et l'isolement par rapport aux manifestations culturelles, sportives ou religieuses sont perçus comme désagréables.

Conclusions

Deux types de conclusions ressortent de l'enquête du Pays d'Othe : elles portent sur les résultats observés et sur l'utilité de ce genre d'enquêtes.

Les résultats observés

— La clientèle des transports en commun dans le milieu rural est et restera essentiellement marginale (déplacements domicile-travail et encore plus déplacements occasionnels). Les catégories sociales intéressées sont les personnes âgées, les jeunes non motorisés, les femmes au foyer sans permis de conduire, les rares ménages actifs sans automobile...

— L'accroissement du niveau de service (la nationale 60), loin d'entraîner une augmentation de la mobilité, semble agir en sens inverse : si l'isolement paraît pousser au déplacement, celui-ci n'est pas un besoin que peut satisfaire un système de transport en commun.

Trois conséquences :

1 — Un projet de transport en commun en zone rurale ne peut découler logiquement d'une analyse de la demande, si bien faite soit-elle.

Il n'existe pas, en effet, à l'état latent chez les usagers une « demande » pour telle ou telle modification de l'offre de transports qu'il suffirait de connaître pour, en la satisfaisant au mieux, modifier leur comportement actuel. Pour les usagers le déplacement n'est pas un « besoin » plus ou moins bien satisfait, mais soit une nécessité pratique (déplacements obligés), soit le support d'une expression de leur liberté (déplacements occasionnels). Lors des enquêtes, ils ne peuvent décrire ce qu'ils feraient le jour où d'autres possibilités seraient offertes, que *si le problème du choix se pose réellement à eux*, donc si la situation nouvelle existe réellement.

Il paraît ainsi illusoire de chercher à connaître par enquêtes la demande, tant que l'on n'a pas de projet

précis, détaillé et fortement crédible à présenter aux usagers éventuels.

2 — La nature des enquêtes à réaliser doit être dans chaque cas adaptée à la situation locale ; il semble exclu de pouvoir monter une enquête type (comme le SETRA pour le milieu urbain) adaptée au milieu rural.

En effet, puisque la clientèle du transport en commun est et restera marginale, il paraît contre-indiqué de se servir, pour analyser la demande, d'enquêtes de masse portant sur toutes les catégories, tous les motifs et tous les modes de transport (dont les résultats n'ont de représentativité statistique que pour les catégories nombreuses correspondant au comportement moyen, autrement dit les automobilistes).

3 — Les populations visées en tant que clientèle potentielle doivent être cernées par une observation fine du terrain social. Puis, au moyen d'enquêtes séparées, la recherche d'information sur les comportements et les jugements doit être adaptée à la situation spécifique de chacune de ces catégories.

Il paraît difficile de vouloir généraliser et formaliser le comportement en matière de déplacements des ruraux à partir d'enquêtes de ce type. A la diversité bien connue des collectivités rurales françaises s'ajoutent deux facteurs de disparité entre zones : la position dans l'espace de la concentration urbaine, et l'évolution (propre à chaque département) des institutions concernées par les problèmes de transport, en particulier la situation relative de l'Etat, des collectivités locales et des transporteurs routiers.

De plus les conditions de dispersion géographiques et sociales de la population observée rendent difficiles la constitution d'échantillons statistiques représentatifs.

ANALYSE DES INTERVIEWS

Quelque temps après la première lecture de l'ensemble des interviews faite au moment de la préparation des questionnaires du sondage, nous avons cherché à approfondir notre analyse, souhaitant trouver la raison pour laquelle certaines expressions par exemple « le car c'est pour les ouvriers » revenaient si souvent. Aussi avons-nous entrepris de déterminer la signification profonde des discours prononcés lors des interviews, afin de savoir s'il existait une structure commune à ces textes.

Considérant l'ensemble des textes recueillis comme un seul discours, nous avons tenté d'en faire apparaître la structure, symbolique et pratique, commune à toutes les catégories de personnes rencontrées dans le Pays d'Othe et indépendante de leur personnalité comme de leur situation sociale ou géographique.

La méthode employée consiste à réduire l'ensemble des textes à un discours sémantiquement unifié, c'est-à-dire composé d'énoncés indépendants construits sur une syntaxe et avec un lexique communs. Le premier type d'énoncés appartient au groupe des messages dits fonctionnels (qui décrivent l'action d'un sujet sur un objet) :

(« A Troyes j'y vais pratiquement jamais. Sinon pour acheter des chaussures, un vêtement, un instrument de cuisine. Dans ce cas, j'y vais en voiture avec mon fils ».)

ou au groupe des énoncés idéologiques, sans grand rapport avec la question des déplacements ou des transports :

(« L'être humain cherche de plus en plus à sortir de la ville parce que c'est devenu infernal ».)

Ce second type de message, véritable sujet de l'étude, est celui des énoncés dits qualitatifs, c'est-à-dire char-

gés d'informer sur l'être ou la nature des objets du discours : sa fréquence dominante dans les interviews semble due à la relation enquêté-enquêteur : celui-ci est perçu comme curieux d'opinions sur les êtres et les choses, beaucoup plus que de descriptions d'actions qui pour l'enquêté paraissent évidentes et connues de tous.

Par ailleurs, la nécessité pour l'enquêteur de présenter l'objet de sa visite a introduit dans les discours des enquêtés, et ce dès le début des entretiens, une orientation nettement marquée vers les transports en commun. Les énoncés s'en trouvent de ce fait polarisés et les descriptions prennent un tour particulier que l'on va s'efforcer ici de démontrer.

Le centre des entretiens est constitué par les relations établies par l'enquêté entre ce que nous avons appelé les symboles de comportement et les moyens de transport. En langage spécialisé, il s'agit de l'interaction motif ↔ mode.

Dans ces énoncés, le déplacement n'apparaît pas en tant que tel comme un acte, mais il est assimilé implicitement au choix du moyen de transport. Tout se passe comme si allait de soi, donc ne méritait pas d'être exprimé, le fait que les comportements liés au transport (aller au travail, faire des achats, se promener) soient des nécessités justifiant un déplacement donc un moyen de transport : et rien ne nous permet dans le matériau recueilli de remonter au-delà de ces comportements symboliques vers des désirs qu'ils viendraient combler : les désirs restent cachés dans le discours idéologique généralisé sur le transport.

Les énoncés qualificatifs proprement dit ne concernent que les moyens de transport. L'enquêteur peut sembler en quête d'avis sur les moyens puisqu'il se présente pour « parler des transports ».

La problématique centrale des interviews tourne autour du couple contrainte-liberté. Si seuls les moyens de transport sont qualifiés, l'orientation choisie pour les interviews n'est-elle pas le seul champ dans lequel les enquêtés puissent clairement se situer par rapport à la symbolique de contrainte ou de liberté ?

Représentation des personnes

Les personnes sont déterminées dans le discours à la fois :

- par leur situation de classe s'exprimant par le mode de travail, autour de deux couples : ouvriers/agriculteurs, travailleurs/retraités ;
- par leur relation au moyen de transport principal (ouvrier/non ouvrier, et car/automobile..).

(« Le car c'est pour les ouvriers, c'est tout »).

(« Le car ça n'est pas possible, on est paysans »).

Les développements sur le thème horaire de travail/horaire de transport sont très nombreux dans les interviews d'ouvriers (qu'ils travaillent encore ou qu'ils soient retraités).

(« Mais (le car) ça ne cadre pas vraiment : attention si vous commencez à 5 heures du matin, vous pouvez revenir mais pas venir avec. Les horaires ça va pas, question de profession ; dans le bâtiment ils sont assez coulants, alors que les usines elles, non »).

Par opposition avec ce monde réel de la contrainte, le discours se réfugie dans le mythe de la liberté symbolisée par l'automobile individuelle qui valorise les personnes.

(« Tout le monde à la commune a sa voiture, même les ouvriers »).

(« J'ai une voiture parce que j'ai une voiture, c'est tout. Je pars et reviens quand je veux. Les transports en commun, je m'en fous. »)

Autres mythes : les agriculteurs considérés comme faisant partie du paysage et dont l'image supporte les représentations traditionnelles (gentils, renfermés, individualistes). Et la TREC, personnage un peu monstrueux et lointain qui décide tout en fonction de ses propres critères c'est-à-dire, dans l'idée des habitants du Pays d'Othe, la rentabilité indispensable des grandes sociétés dirigées à partir de la ville.

(« La TREC tient tout... la région de l'Est et du Centre. Elle établit les besoins en fonction de Troyes : c'est ce que je n'admets pas : c'est trop centralisé »).

Représentation des lieux

Les lieux sont déterminés principalement par la relation ville/campagne. La ville est le lieu de travail, et le seul objet du déplacement, alors que la campagne c'est la vie rêvée.

(« A la campagne il y a plus de calme. Même si le travail est plus dur : ceux qui gagnent moins sont plus heureux »).

Mais la ville, signe de contrainte dans la recherche du travail et les difficultés pour s'y rendre, est aussi le symbole mythique de la libération :

(« En ville vous faites comme vous voulez, vous êtes libres »).

Représentation du temps

Le temps est structuré dans le discours des enquêtés suivant deux dimensions symbolisées par les couples oppositionnels autrefois/aujourd'hui, la semaine/le dimanche.

Le futur est complètement absent des interviews, ce qui paraît très significatif des représentations des habitants du milieu rural : la campagne et tout ce qu'elle symbolise est un « paradis perdu » et le discours ne peut être que nostalgique.

(« Si les gens d'autrefois nous voyaient »).

« Tout va plus mal » aujourd'hui, dans le domaine des transports comme ailleurs. On est bien moins servi.

(« Avant il y avait pas mal de transports, mais maintenant les gens ont leur voiture »).

Les horaires sont plus durs :

(« Les horaires actuels, c'est dur pour les ouvriers »).

Les conditions de travail se sont dégradées. C'est trop cher.

(« Aujourd'hui plus personne ne roule en bicyclette. Avec les cadences de l'usine, vous ne pouvez plus tenir le coup »).

L'impression de détérioration des transports fait partie d'une perception plus générale de l'évolution de la campagne, et cette expression de dégradation permet la justification d'un comportement actuel.

D'autre part, l'opposition entre la semaine et le dimanche s'exprime en relation avec le couple contrainte-liberté. Ainsi, si le car sert en semaine pour aller à Troyes travailler ou faire des achats, il est inutile le dimanche.

(« Le dimanche il n'y a pas de car. C'est peut-être que les ouvriers ont l'habitude de se reposer le dimanche »).

Mais le dimanche réservé à la promenade, à la détente à Troyes, à rendre des visites ou à rester chez soi, c'est le jour privilégié de l'automobile.

(« J'ai ma Dauphine. Dans la semaine j'ai pas le temps d'aller me promener. Des fois le dimanche, je prends ma voiture »).

La relation mode/motif de déplacement est au centre de tout énoncé, qu'il s'agisse des personnes, des lieux, ou du temps.

Mais le motif du déplacement n'intervient pas directement dans la qualification du moyen de transport.

Si le car présente certains agréments et l'auto certains inconvénients (fatigue et risque d'accident), dans l'ensemble le car n'est jugé ni confortable, ni commode ; les horaires sont contraignants.

— Certains interviewés paraissent ne pas se poser de questions sur l'économie du déplacement ; cependant la grande majorité ressent le besoin de justifier son comportement ou son discours par un raisonne-

ment de rentabilité. Le coût du car est appréhendé directement en termes monétaires, et tout gain monétaire est considéré comme avantageux. Ainsi en est-il de la prime de transport versée par l'entreprise, ou du ramassage ouvrier payé par elle.

Tous savent que l'automobile revient cher.

(« Je préfère la voiture quand on est plusieurs, mais quand on est seul ça coûte »).

Mais les interviewés n'ignorent pas que la véritable raison de leur choix n'est pas économique. Même s'il faut en payer le prix, l'impression de liberté apparaît comme le discriminant principal dans le discours sur les moyens de transport.

— Pour tout une partie du discours, le déplacement, comme l'usage de tel ou tel mode de transport, n'est pas une question de choix, mais une nécessité.

(« Une voiture c'est presque indispensable pour les petits villages »).

Alors on ne voit pas pourquoi il faudrait en discuter, émettre une opinion, justifier le bien-fondé de ses actes. Mais si finalement il faut en rendre raison, le car c'est le royaume de la contrainte, alors que l'automobile c'est la liberté.

CONCLUSION

Ces analyses n'ont pas une valeur générale, elles paraissent cependant significatives de l'importance de la dimension symbolique dans les problèmes de transport, et surtout de transport en commun. Cette importance se trouve d'ailleurs confirmée par d'autres observations faites pour le compte du Secrétariat d'Etat aux Transports qui montrent que l'origine des problèmes de transport soulevés en France ces dernières années se trouve beaucoup plus fréquemment dans une demande à caractère symbolique (désenclavement ou lutte pour le maintien des services publics) que dans l'insatisfaction des ruraux dans leurs besoins de déplacements. Aussi nous paraît-il justifié, lorsque de tels problèmes se présentent, de donner toute son importance à la dimension symbolique des solutions envisagées, en tenant compte notamment des représentations que les personnes concernées peuvent se faire des modes de transport qu'on sera conduit à leur proposer.