

	Date : 19/08/99 Page : 1/33	<b>Thalys</b> Version: 1.0
<b>Suivi Qualité (Enquêtes Satisfaction)</b>		

## 1. Méthodologie

L'enquête a été réalisée durant le mois de mai 1999 et a porté sur les 10 axes Thalys. 5217 questionnaires ont été recueillis sur les 5477 distribués.

Comme l'an passé, deux échelles ont été utilisées :

- La première en 5 points mesurant le degré de satisfaction et allant de «très satisfait» à «pas satisfait du tout» ;
- La seconde en 4 points marquant un degré d'accord avec une proposition et allant de «tout à fait d'accord» à «pas du tout d'accord».

L'utilisation d'une méthodologie identique à celle utilisée en 98 rend les résultats directement comparables et permettra une exploitation plus aisée de ces résultats.

## 2. Le profil des répondants

### 2.1 En général

Notre clientèle présente au vu des résultats le profil suivant :

- Homme (55.2%) (*55.8% en 98*); Femme (44.8%) (*44.2% en 98*);
- Agée de 25 à 44 ans (51.3%) (*51.1% en 98*);
- Occupant une fonction de cadre supérieur ou fonctionnaire supérieur ou étant profession libérale (32.9%) (*33.2% en 98*);
- Voyage seule pour des raisons privées (56.3%) (*55% en 98*);
- Parle le français (51.3%) (*52.9% en 98*) ou le néerlandais (26.1%) (*23.2% en 98*).

L'échantillon est donc stable en 99 par rapport en 98.

### 2.2 La clientèle belge

- Homme (59.2%) (*60.8% en 98*); Femme (40.2%) (*39.2% en 98*);
- Agée de 25 à 44 ans (51.3%) (*50% en 98*);
- Occupant une fonction de cadre supérieur ou fonctionnaire supérieur ou étant profession libérale (32.6%) (*35.1% en 98*);
- Voyage seule pour des raisons professionnelles (64%);
- Parle le français (66.3%) (*71.2% en 98*), le néerlandais (26.4%) (*28.8% en 98*)

L'échantillon belge reste lui aussi assez stable par rapport à l'an passé. La clientèle belge garde ses spécificités:

- «plus masculine»
- se déplaçant principalement pour des raisons professionnelles
- utilisant le CF1 proportionnellement plus que les autres clientèles