



Atelier NOUVELLES MOBILITES

L'AMBITION
DU TRAMWAY

Fiche N° 2

Un tramway porteur
de valeurs positives



Quand la psychologie éclaire le rapport des usagers aux transports en commun

Nombre de décisions "mineures", comme celle de choisir un mode de déplacement plutôt qu'un autre, sont prises de manière inconscientes. Analyser les ressorts psychologiques de ces décisions permet de comprendre la manière dont le tramway est perçu et vécu par les usagers.

Le psychiatre **Yves Kossovsky**, conseil du Sytral de Lyon auprès d'agents du réseau victimes d'agressions, s'est livré à une enquête qualitative sur un panel de personnes auxquelles il a demandé de parler de leur expérience du tramway, selon la méthode des associations d'idées.

"Mon tram", un miroir narcissique

En premier lieu, le tramway est un objet identitaire de la ville, qui suscite un sentiment de fierté. Le design des voitures est vécu comme un égard vis-à-vis des passagers, qui ont le sentiment d'utiliser un bel objet. L'aménagement des quais et d'une manière générale la valorisation urbaine de la ville sont perçus comme une réalisation socialement équitable. A l'inverse, l'arrêt de bus est décrit comme d'usage malaisé ; le métro comme bruyant, sale. La fierté ressentie à l'égard du tramway fait de "l'objet tram" un miroir narcissique, c'est-à-dire que les connotations positives qui lui sont attachées sont projetées sur l'environnement matériel. Les voitures sont vécues comme plus vastes, plus belles, plus lumineuses que le bus. **"On voit mieux le paysage"**, dit-on, et le vécu du trajet devient une expérience positive qui "détend" à l'opposé du bus, subjectivement dénigré comme "stressant".

Un transporteur rassurant

Être porté, dans l'enfance, est la première expérience de transport de l'individu. Une expérience qui a forcément laissé des traces, et qui se trouve réactualisée par le transport en commun. D'où l'importance du sentiment de sécurité et de confiance vis-à-vis du transporteur. **"On est**

moins secoués" disent les usagers du tramway, de manière subjective là encore, peut-être en raison de la tenue à distance de la circulation automobile et de la vitesse régulière sans les à-coups des multiples arrêts qui obligent à se tenir.

"On est plus en sécurité", disent-ils aussi, le risque d'accident étant perçu comme moindre que dans le bus. Cette assertion est à rapprocher du statut du conducteur. Visible et abordable dans le bus, cet être humain rappelle sa nature faillible aux passagers, tandis que dans le tramway, le conducteur isolé dans sa cabine disparaît derrière l'institution. C'est elle qui transporte les passagers, qui projettent sur elle une image maternelle protectrice.

Enfin, le tramway procure le sentiment d'une machine plus fiable, qui ne tombera pas en panne, ne sera pas gênée par le trafic et sera plus régulièrement à l'heure.

On note que ces caractéristiques pourraient s'appliquer au métro. S'il n'en est rien, c'est qu'intervient un phénomène d'usure, sans doute complété par l'angoisse d'être sous terre dans une situation de promiscuité forcée.

Exotisme ferroviaire

Il y a en outre un exotisme ferroviaire du tramway : **"Le bus c'est comme ma voiture en plus gros, le tram c'est différent"**. Le tramway est associé au train qui sollicite la passivité agréable du passager (parfois teintée de souvenirs de départs en vacances), tandis que le bus requiert le maintien d'une vigilance plus active. Les tensions interpersonnelles sont perçues comme moindres dans le tramway - **"Les passagers"** 🍀



Atelier NOUVELLES MOBILITES

L'AMBITION DU TRAMWAY

Un tramway
porteur de
valeurs
positives

Quand la psychologie éclaire le rapport des usagers aux transports en commun

👉 **se sourient** ". L'autorité est moins présente et on compte bien moins de conducteurs de tramway agressés que de chauffeurs de bus .

Une régression infantile agréable

La régression infantile est une attitude normale et nécessaire à la vie en société, qui permet par exemple de jouer avec les enfants, d'obéir à des règles, de se soumettre à l'autorité. Se faire transporter implique une passivité qui réactive des souvenirs anciens et constitue une expérience de régression. Pour être agréable, elle doit évoquer les souvenirs plaisants ou idéalisés et éviter au contraire d'exciter les souvenirs enfouis des peurs infantiles.

Les associations d'idées recueillies lors de l'enquête tendent à montrer que les moyens

de transport suscitent des phénomènes de régression différents. Le bus et le métro, vécus comme un service public peu agréable, sont subis comme un moyen de transport inévitable. La régression y est contrainte et anxieuse, dans une promiscuité forcée. Dans le tramway, vécu comme une réalisation urbaine collective que le sujet s'approprie en qualité de passager privilégié, ce dernier se confie au contraire à une institution qui le transporte avec douceur. Le design et l'environnement donnent le sentiment d'être l'objet d'une bienveillance qui peut toucher aux souvenirs de sollicitude maternelle primaire. L'individu se sent comme dans un train qui traverse un beau paysage, où souvenirs de vacances familiales voire images de train électrique créent un sentiment ludique.

La fréquentation stimulée par l'image

Séduire de nouveaux usagers

L'image positive dont jouit le tramway est un outil puissant de séduction, qui peut être mis au profit de la fréquentation des transports en commun en général. Même si des études manquent pour objectiver et quantifier ce phénomène, le tramway semble en mesure d'attirer vers les transports en commun des usagers nouveaux, qui ne prenaient pas le bus mais se décident pour le tramway puis en viennent à fréquenter l'ensemble du réseau. Ce mouvement est sensible dans certaines configurations où, comme à Lyon, bus, métro et tramway coexistent sur certains axes et sont empruntés par des clientèles manifestement différentes d'un point de vue socio-économique, les classes moyennes supérieures privilégiant le tramway.

Un saut qualitatif

D'autres observations montrent que les parkings relais couplés à des bus ne fonctionnent pas, probablement du fait d'une rupture de confort trop importante avec la voiture individuelle, alors que le tramway se montre ici beaucoup plus attractif. Globalement, le tramway est donc décisif dans les stratégies visant à concurrencer la voiture dans les centres-villes. Le sentiment d'un réseau dynamique, qui se renforce par sauts qualitatifs, est essentiel à son attractivité auprès des clientèles non captives, lesquelles représentent encore aujourd'hui un gisement très important. Au saut qualitatif du réseau correspond en outre un bond de la valeur foncière des quartiers concernés, nettement supérieure dans le cas d'un tramway plutôt que d'un bus.

INTERVENANTS :
(ASPECTS PSYCHOLOGIQUES)

> Docteur Yves Kossovsky
psychiatre

CONTACTS :
Yvon Puill
Maxime Peter
contact@atelierdutramp.org

.....
atelierdutramp.org

