

CONNAISSANCE ET PERCEPTION DU S.A. 2012

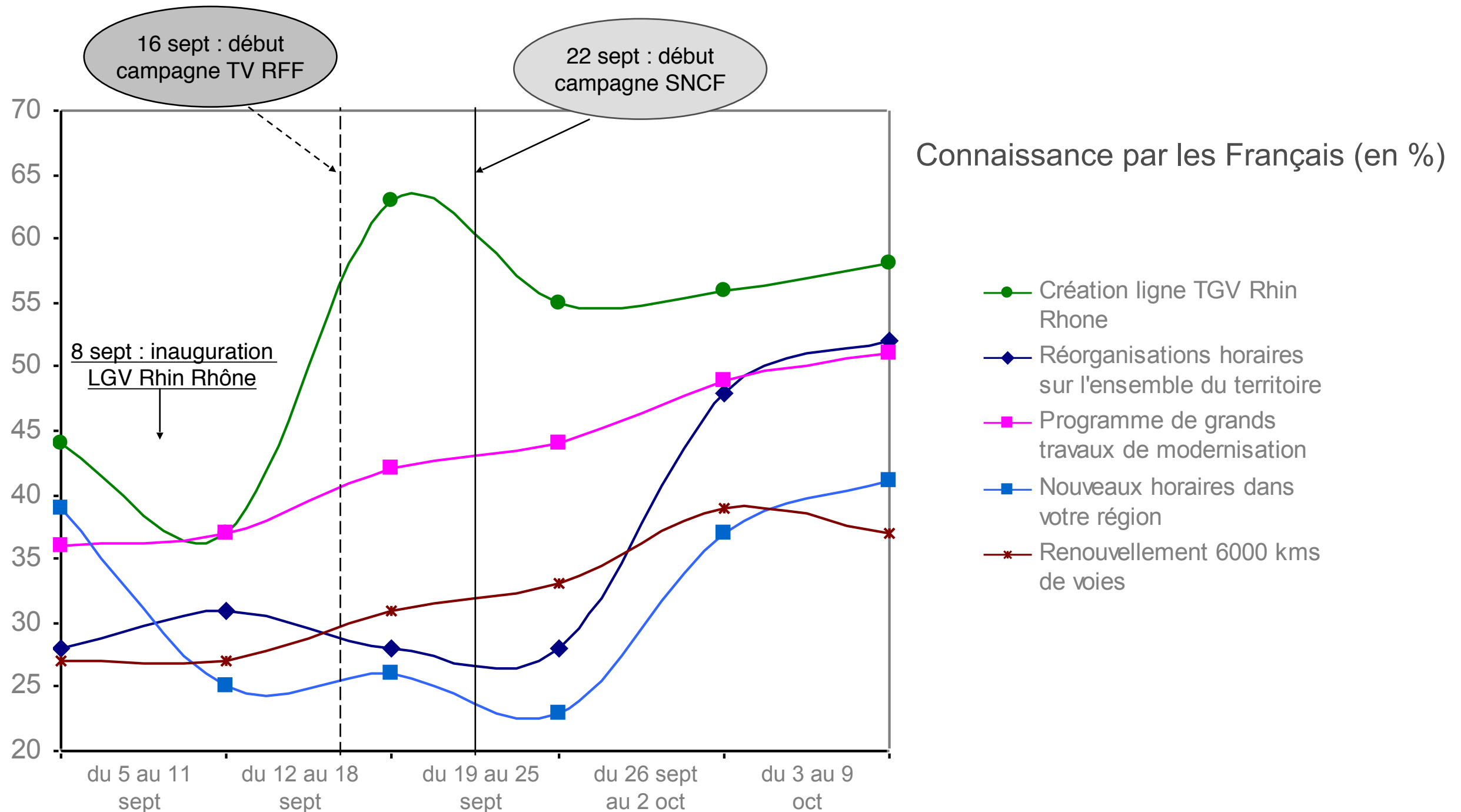
ENSEIGNEMENTS AU 9 OCTOBRE

Pôle veille des opinions, de la consommation et de la concurrence

Méthodologie : suivi réalisé chaque semaine auprès d'un échantillon national représentatif de 250 Français âgés de 15 ans et plus interrogés en ligne, soit 1000 personnes par mois

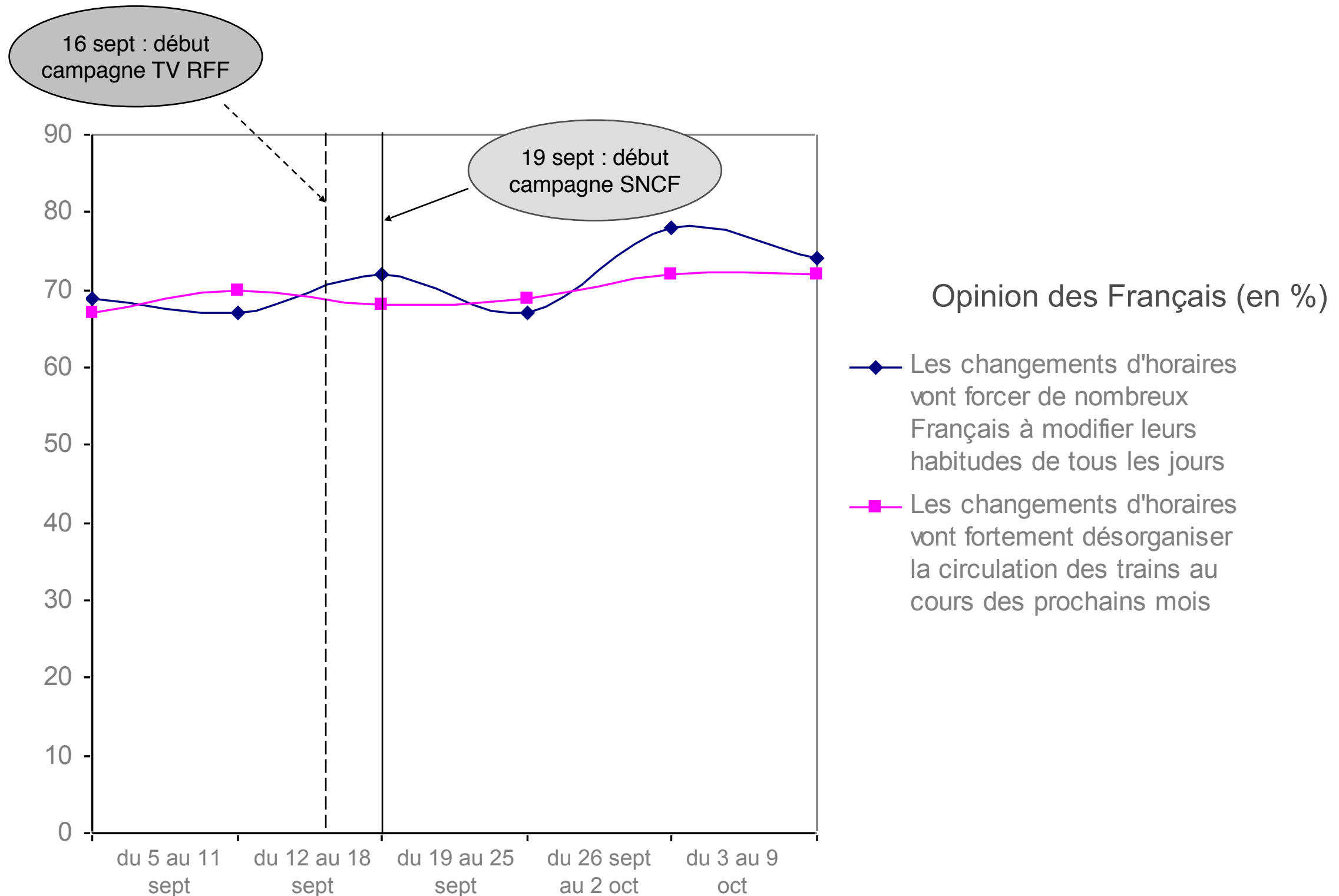
LA CONNAISSANCE DES CHANGEMENTS

Une progression continue de l'existence de grands travaux depuis début septembre,
Un nette hausse de la notoriété des changements d'horaires depuis la campagne SNCF



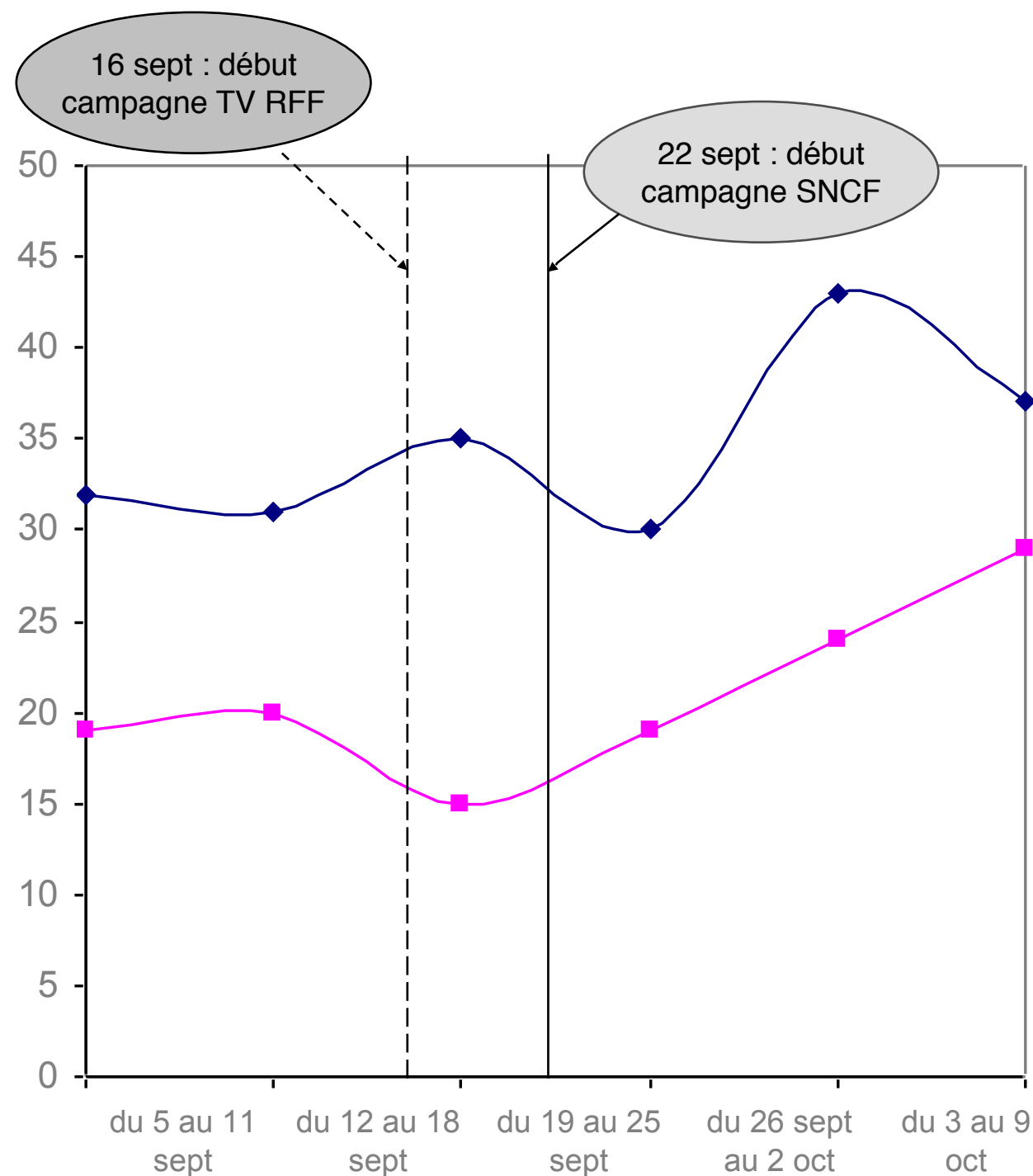
PERCEPTION DE L'IMPACT DES CHANGEMENTS

Peu d'évolution de la perception des impacts au niveau collectif



PERCEPTION DE L'IMPACT DES CHANGEMENTS

Prise de conscience des impacts sur la vie de chacun avec le lancement des campagnes et leur relai médiatique



Connaissance par les Français (en %)

- ◆— Les changements d'horaires vont avoir des conséquences sur leur vie quotidienne
- Clients SNCF qui savent si leurs horaires vont changer