

opinionway,

— POUR —

 trainline

Voyages en train & Outils digitaux : comment l'IA redéfinit les attentes en mobilité

Rapport | Septembre 2025





opinionway

Crédits : dev-asangbam

La méthodologie

La méthodologie

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Trainline »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de **1045 personnes**, âgés de 18 ans et plus, représentatifs de la population française et ayant réservé un billet de train en ligne (app, web) au cours des 12 derniers mois pour des voyages de loisirs longue distance (trajet de plus d'1h).

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 29 août au 5 septembre 2025**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants et de 2,3 à 5,3 points pour un échantillon de 350 répondants.



Le profil de l'échantillon

opinionway

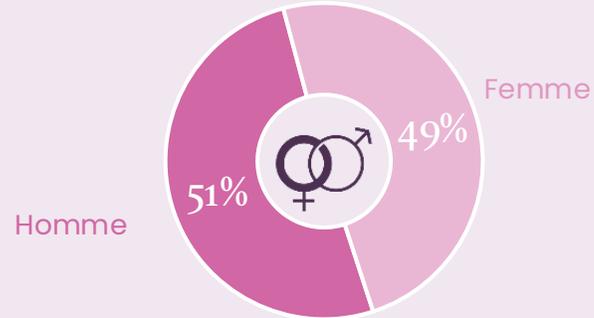
Crédits : adobe stock

Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Base=1045

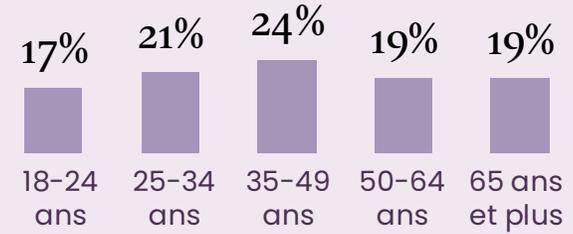
Sexe



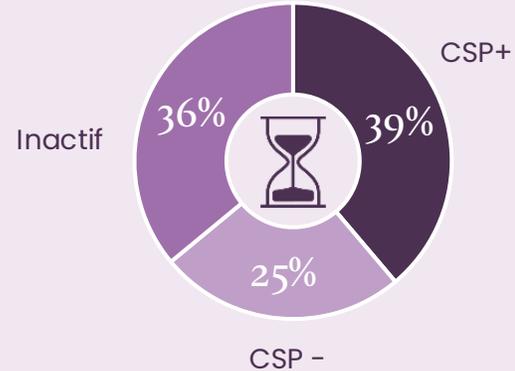
Age



Age moyen : 44,9 ans



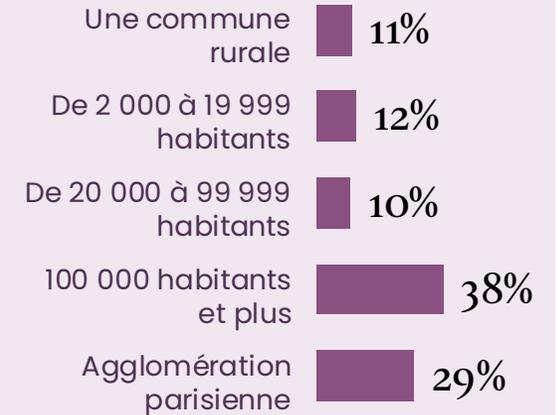
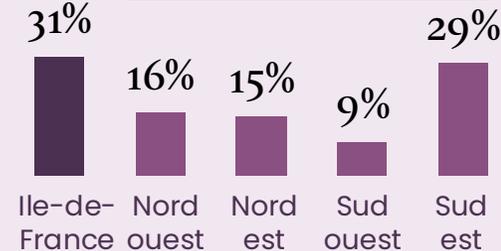
Activité professionnelle



Lieu de résidence



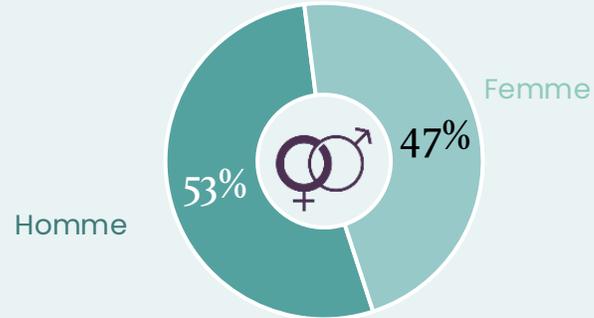
Province 69%



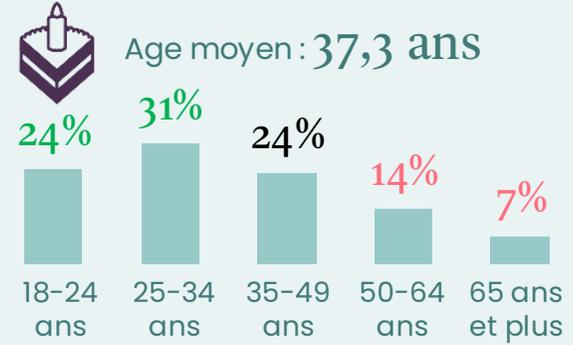
Le profil des clients Trainline

Base=253

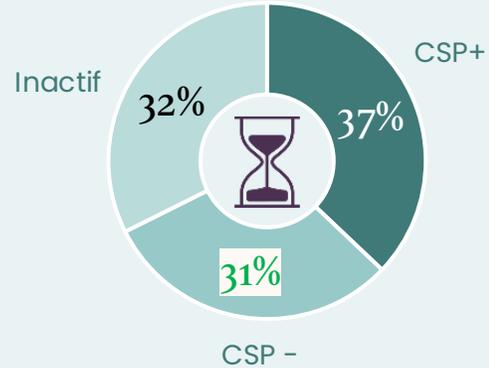
Sexe



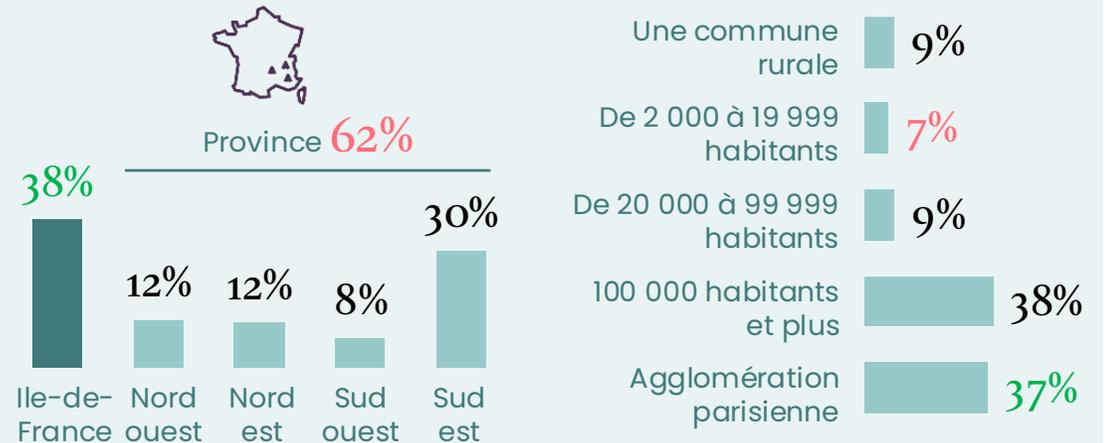
Age



Activité professionnelle



Lieu de résidence





Les résultats

opinionway

Crédits : adobe stock

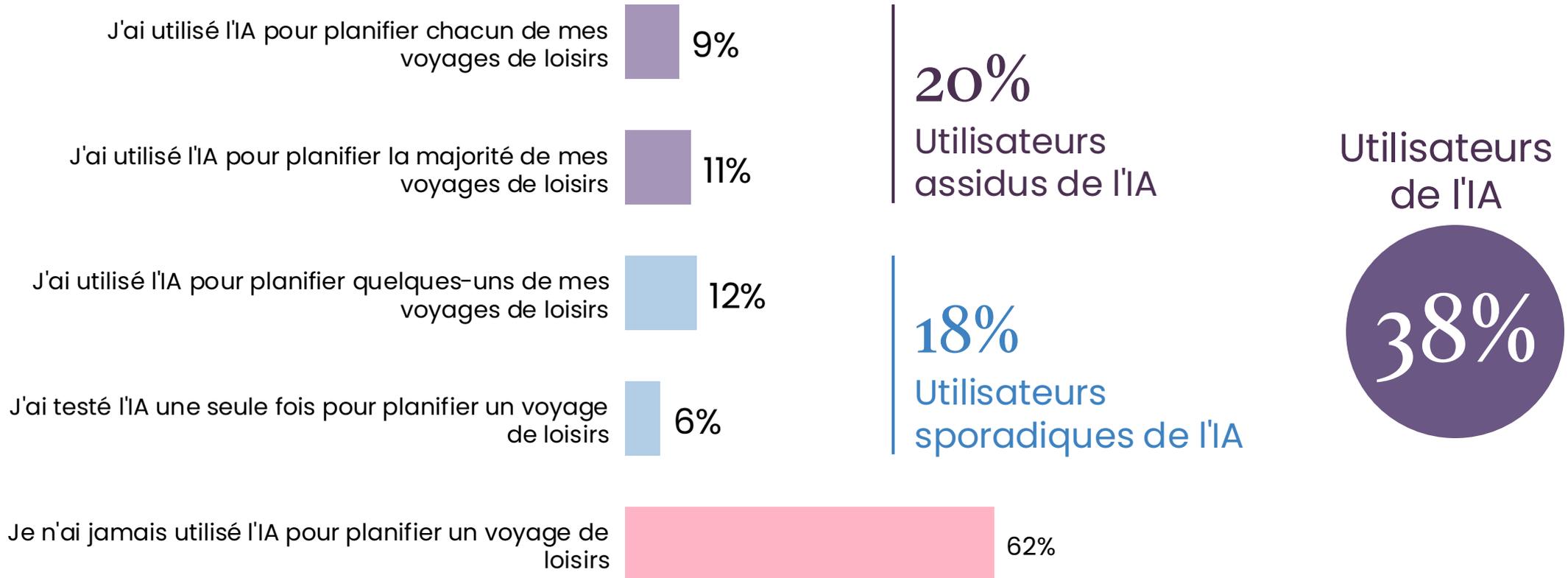


Déjà près de 4 voyageurs sur 10 ont testé l'IA pour organiser leurs séjours, dont 1 sur 5 de manière régulière : un usage encore émergent mais en forte progression.



1045
personnes

C2 : Au cours des 12 derniers mois, dans quelle mesure avez-vous utilisé l'Intelligence Artificielle (ChatGPT, Gemini, Copilot, etc.) pour planifier un voyage de loisirs longue distance, au-delà du trajet en tant que tel (ex. activités / sorties durant le séjour) ?





L'IA pour planifier son voyage : une pratique plus répandue chez les 18-35 ans et les habitants de l'Île de France.



1045 personnes

C2 : Au cours des 12 derniers mois, dans quelle mesure avez-vous utilisé l'Intelligence Artificielle (ChatGPT, Gemini, Copilot, etc.) pour planifier un voyage de loisirs longue distance, au-delà du trajet en tant que tel (ex. activités / sorties durant le séjour) ?

	TOTAL	SEXE		AGE					RÉGION					CSP			CLIENT	IA	
		Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	IDF	ST Province	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est	CSP+	CSP-	Inactifs	Trainline	Utilisateurs
<i>Base</i>	1045	536	509	131	174	302	186	252	316	729	184	158	88	299	401	261	383	253	365
Je n'ai jamais utilisé l'IA pour planifier un voyage de loisirs	62%	58%	66%	34%	37%	64%	80%	92%	52%	66%	69%	69%	65%	64%	62%	52%	69%	34%	-
ST Utilisateur de l'IA	38%	42%	34%	66%	63%	36%	20%	8%	48%	34%	31%	31%	35%	36%	38%	48%	31%	66%	100%
ST Utilisateur assidu de l'IA	20%	22%	19%	42%	36%	18%	5%	2%	26%	18%	13%	17%	22%	19%	17%	32%	17%	43%	53%
ST Utilisateur sporadique de l'IA	18%	20%	15%	24%	27%	18%	15%	6%	22%	16%	18%	14%	13%	17%	21%	16%	14%	23%	47%
J'ai utilisé l'IA pour planifier quelques-uns de mes voyages de loisirs	12%	14%	9%	17%	17%	14%	9%	2%	16%	10%	12%	7%	10%	11%	14%	11%	9%	17%	23%
J'ai utilisé l'IA pour planifier la majorité de mes voyages de loisirs	11%	12%	11%	25%	17%	11%	3%	1%	12%	11%	9%	11%	16%	11%	11%	15%	10%	23%	30%
J'ai utilisé l'IA pour planifier chacun de mes voyages de loisirs	9%	10%	8%	17%	19%	7%	2%	1%	14%	7%	4%	6%	6%	8%	6%	17%	7%	20%	31%
J'ai testé l'IA une seule fois pour planifier un voyage de loisirs	6%	6%	6%	7%	10%	4%	6%	4%	6%	6%	6%	7%	3%	6%	7%	5%	5%	6%	16%

X% X% Différence significative par rapport au total



1
Qui sont les
voyageurs adeptes
des canaux de
réservation digitaux
?



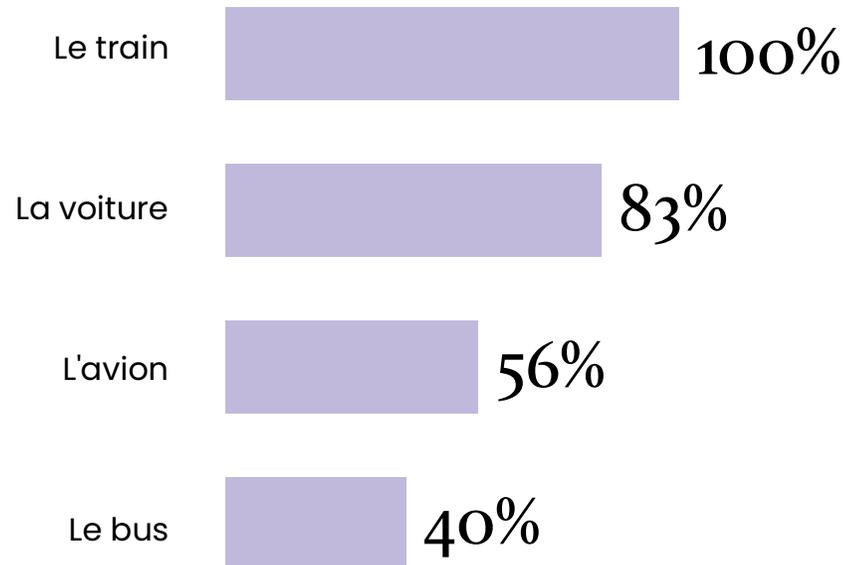
Les voyageurs longue distance ne se limitent pas au train : 9 sur 10 combinent en moyenne près de 2 autres modes parmi voiture, avion ou bus, preuve d'une mobilité plurielle et complémentaire.

BI : Au cours des 12 derniers mois, pour vos voyages de loisirs longue distance en train (trajet de plus d'1h), vous avez utilisé au moins une fois :

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



1045 personnes



2,8
Moyenne

90%
Au moins deux modes de voyages



Tandis que les plus de 50 ans sont les plus enclins à n'utiliser que le train en privilégiant la voiture comme autre option, les moins de 34 ans se tournent plus facilement vers l'avion ou le bus comme alternative au transport ferroviaire.



1045 personnes

BI : Au cours des 12 derniers mois, pour vos voyages de loisirs longue distance en train (trajet de plus d'1h), vous avez utilisé au moins une fois :

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	TOTAL	SEXE		AGE				RÉGION					CSP			CLIENT	IA			
		Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	IDF	ST Province	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est	CSP+	CSP-	Inactifs	Trainline	Utilisateurs	
Base	1045	536	509	131	174	302	186	252	316	729	184	158	88	299	401	261	383	253	365	
ST Voyageur plurimodal (au moins 2 modes de voyage)	90%	90%	90%	96%	92%	93%	85%	82%	89%	90%	91%	85%	89%	92%	92%	90%	87%	93%	96%	
Le train	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
La voiture	83%	83%	83%	88%	86%	88%	78%	73%	78%	85%	87%	81%	85%	86%	86%	84%	78%	87%	91%	
L'avion	56%	57%	55%	73%	70%	55%	48%	35%	64%	52%	51%	45%	60%	55%	59%	58%	51%	74%	80%	
Le bus	40%	42%	38%	72%	57%	36%	18%	19%	47%	37%	31%	33%	40%	41%	31%	53%	39%	64%	66%	
Nombre moyen	2.8	2.8	2.8	3.3	3.1	2.8	2.4	2.3	2.9	2.7	2.7	2.6	2.8	2.8	2.8	2.9	2.7	3.2	3,4	

X% X% Différence significative par rapport au total



Près d'un tiers des utilisateurs digitaux cumulent plateformes web et mobile, signe d'une expérience de réservation fluide et efficace. Plus d'un quart reste cependant attaché au contact physique, pouvant encore révéler une légère résistance face aux outils numériques.

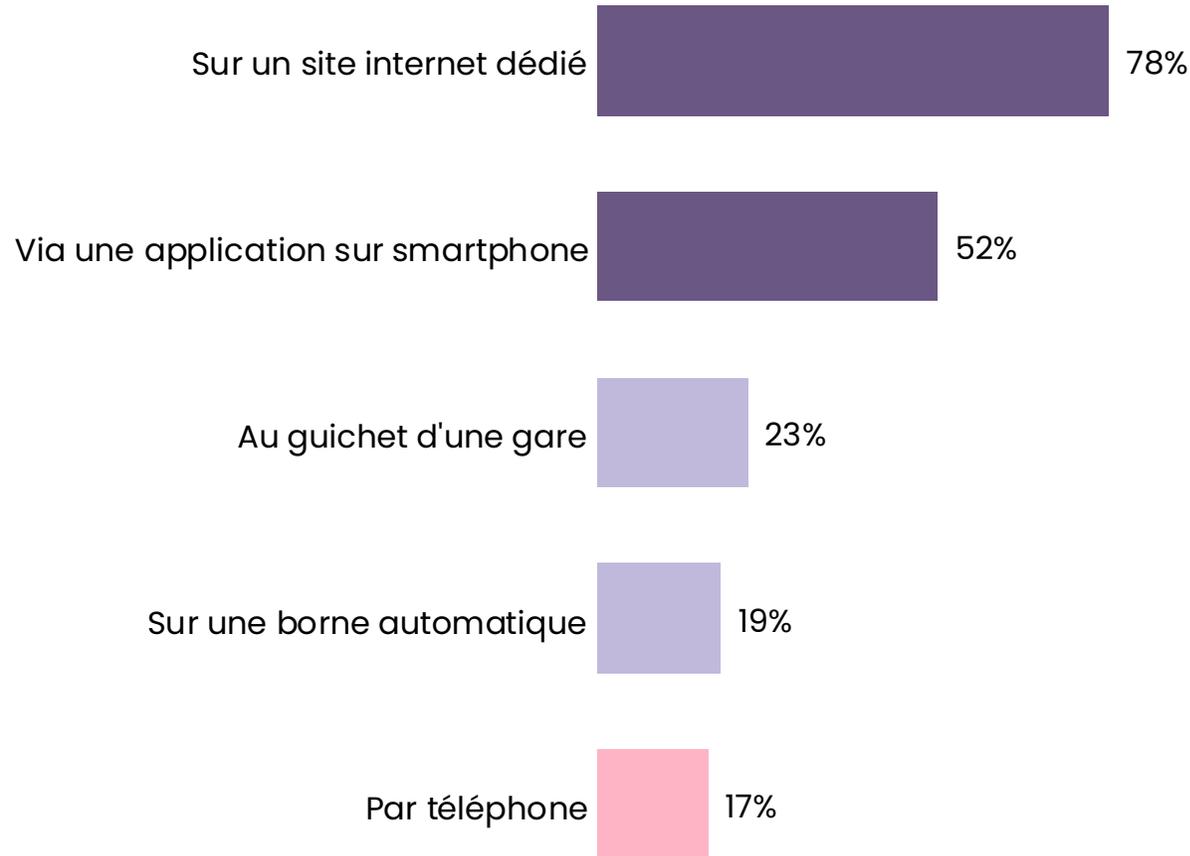
B2 : Pour vos voyages de loisirs longue distance en train (trajet de plus d'1h) effectués au cours des 12 derniers mois, comment avez-vous réservé vos billets ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



1045 personnes

1,9
Moyenne



Application ET Site internet

30%

Réservation physique

27%



Les 18-34 ans ont une plus forte tendance à cumuler les outils digitaux pour leurs réservations, à l'inverse des plus de 65 ans pour qui le site internet dédié représente la principale valeur sûre.



1045 personnes

B2 : Pour vos voyages de loisirs longue distance en train (trajet de plus d'1h) effectués au cours des 12 derniers mois, comment avez-vous réservé vos billets ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

	TOTAL	SEXE		AGE					RÉGION					CSP			CLIENT		IA
		Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	IDF	ST Province	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est	CSP+	CSP-	Inactifs	Trainline	Utilisateurs
Base	1045	536	509	131	174	302	186	252	316	729	184	158	88	299	401	261	383	253	365
ST Application ET Site internet	30%	33%	27%	45%	42%	34%	20%	9%	37%	27%	28%	21%	29%	29%	34%	35%	21%	51%	54%
ST Réservation physique	27%	30%	24%	47%	47%	25%	9%	9%	31%	25%	21%	22%	26%	28%	22%	38%	25%	50%	53%
Sur un site internet dédié	78%	80%	75%	69%	71%	78%	81%	88%	79%	77%	78%	74%	72%	80%	80%	74%	78%	82%	78%
Via une application sur smartphone	52%	53%	51%	76%	70%	56%	38%	21%	58%	49%	49%	47%	57%	48%	54%	61%	43%	69%	76%
Au guichet d'une gare	23%	26%	21%	42%	42%	20%	7%	8%	27%	21%	18%	19%	21%	25%	18%	35%	21%	46%	47%
Sur une borne automatique	19%	22%	17%	38%	35%	20%	4%	1%	25%	17%	15%	12%	21%	19%	17%	29%	15%	41%	44%
Par téléphone	17%	20%	14%	42%	30%	15%	1%	-	24%	14%	10%	10%	13%	19%	13%	25%	16%	40%	43%
Nombre moyen	1,9	2,0	1,8	2,7	2,5	1,9	1,3	1,2	2,1	1,8	1,7	1,6	1,8	1,9	1,8	2,2	1,7	2,8	2,9

X% X% Différence significative par rapport au total

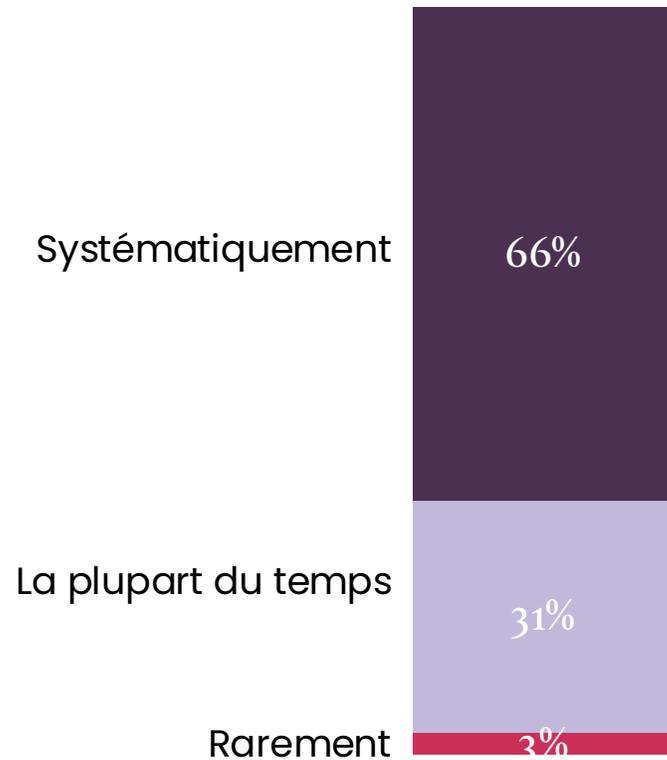


La réservation numérique devient un réflexe : la quasi-totalité des utilisateurs généralisent la pratique à la majorité de leurs voyages de loisirs longue distance, symbole d'une transformation profonde des comportements.

B3 : Au cours des 12 derniers mois, vous avez réservé vos billets de train via une application ou un site web pour vos voyages de loisirs longue distance (trajets de plus d'1h)...



1045
personnes



97%

Utilisateur numérique intensif



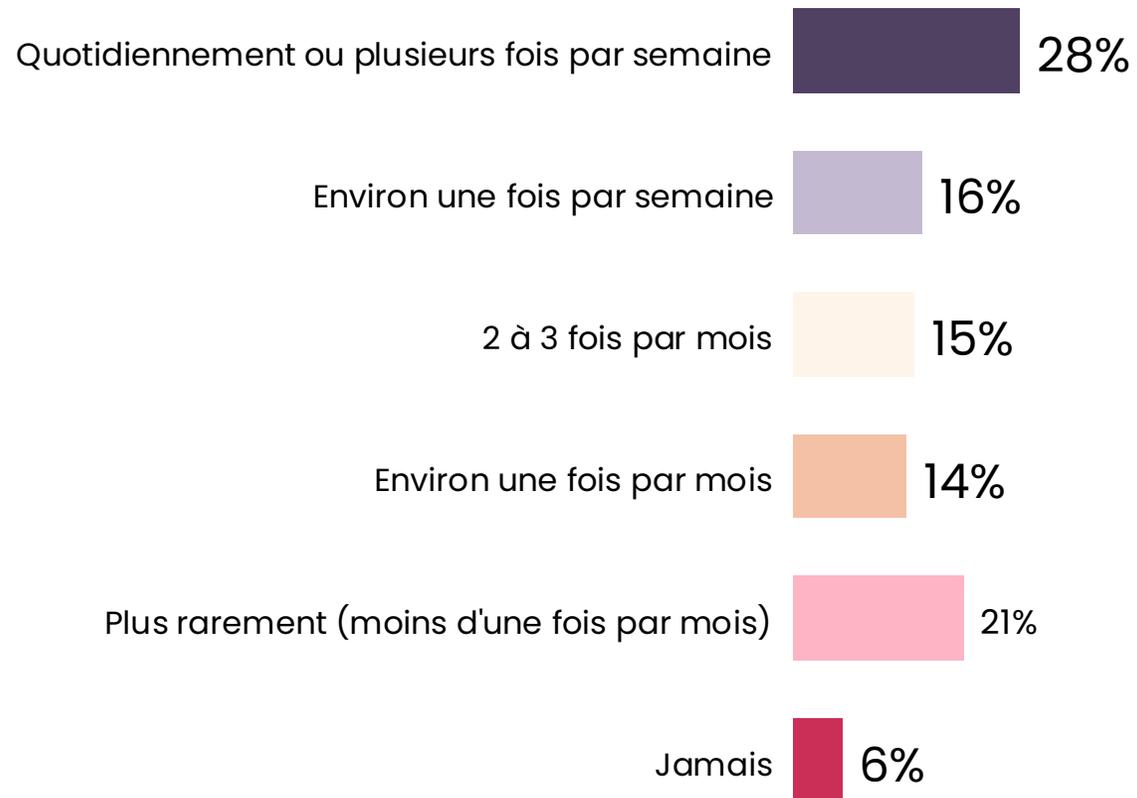


Le train longue distance n'exclut pas la mobilité locale : la majorité utilise aussi TER, bus ou tram, dont trois quarts de façon récurrente (au moins une fois par mois).



1045 personnes

B4 : Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé les transports en commun (TER, tram, bus, ...) pour des déplacements courte distance (trajets de moins d'1h) ?



44%
Fréquent

29%
Occasionnel

27%
Rare/Non-usager





Les 18-34 ans et franciliens sont moteurs de l'usage régulier des transports en commun. À l'inverse, les plus de 50 ans et les provinciaux restent plus attachés à la voiture individuelle, par choix ou par contrainte. Ce clivage générationnel et territorial dessine deux France de la mobilité.



1045 personnes

B4 : Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé les transports en commun (TER, tram, bus, ...) pour des déplacements courte distance (trajets de moins d'1h) ?

	TOTAL	SEXE		AGE					RÉGION					CSP INTERVIEWÉ			CLIENT	IA	
		Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	IDF	ST Province	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est	CSP+	CSP-	Inactifs	Trainline	Utilisateurs
Base	1045	536	509	131	174	302	186	252	316	729	184	158	88	299	401	261	383	253	365
ST Fréquent	44%	45%	42%	63%	55%	44%	34%	24%	63%	35%	31%	32%	32%	40%	45%	48%	38%	60%	60%
ST Occasionnel	29%	30%	28%	28%	28%	27%	30%	33%	27%	30%	31%	28%	28%	30%	28%	29%	30%	25%	29%
ST Rare/Non-usager	27%	25%	30%	9%	17%	29%	36%	43%	10%	35%	38%	40%	40%	30%	27%	23%	32%	15%	11%
Quotidiennement ou plusieurs fois par semaine	28%	27%	28%	32%	33%	31%	24%	17%	44%	20%	16%	20%	18%	23%	30%	31%	22%	34%	31%
Environ une fois par semaine	16%	18%	14%	31%	22%	13%	10%	7%	19%	15%	15%	12%	14%	17%	15%	17%	16%	26%	29%
2 à 3 fois par mois	15%	18%	12%	16%	19%	12%	14%	15%	16%	15%	15%	11%	14%	16%	14%	15%	16%	16%	20%
Environ une fois par mois	14%	12%	16%	12%	9%	15%	16%	18%	11%	15%	16%	17%	14%	14%	14%	14%	14%	9%	9%
Plus rarement (moins d'une fois par mois)	21%	20%	22%	7%	11%	24%	28%	33%	8%	27%	28%	30%	32%	23%	20%	18%	24%	11%	9%
Jamais	6%	5%	8%	2%	6%	5%	8%	10%	2%	8%	10%	10%	8%	7%	7%	5%	8%	4%	2%

X% X% Différence significative par rapport au total



2

La réservation
digitale : quel(le)s
attentes et bénéfices
perçus ?

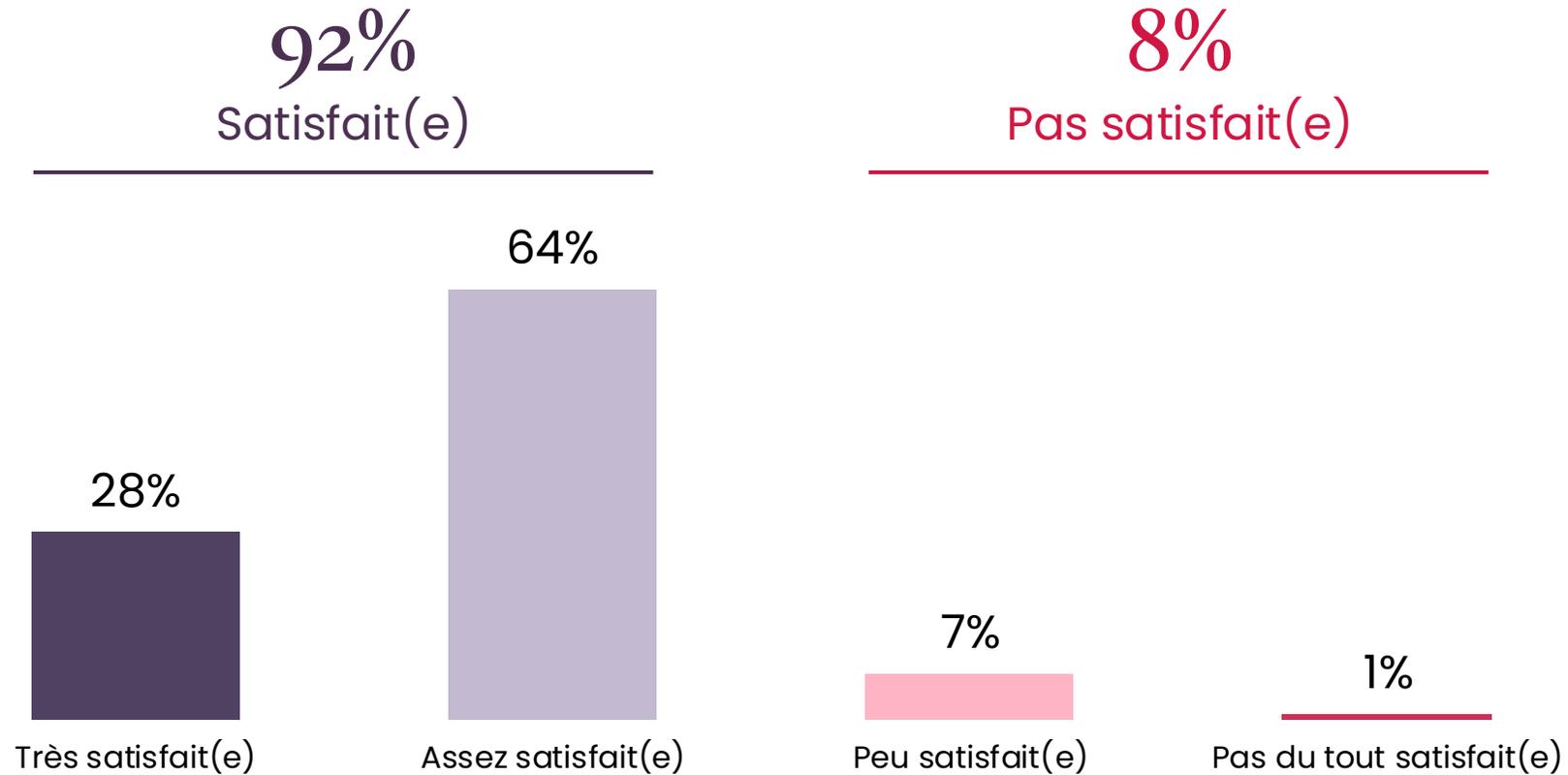


Les plateformes de réservation sont plébiscitées, confirmant que l'expérience digitale est désormais à la hauteur des attentes des voyageurs...



1045
personnes

B12 : Dans l'ensemble, quel est votre niveau de satisfaction concernant les applications ou sites web de réservation de billets de train que vous avez déjà utilisés ?





... Et plus particulièrement pour les voyageurs qui la complètent par l'utilisation de l'IA.



1045
personnes

B12 : Dans l'ensemble, quel est votre niveau de satisfaction concernant les applications ou sites web de réservation de billets de train que vous avez déjà utilisés ?

TOTAL	SEXE		AGE					RÉGION					CSP			CLIENT	IA		
	Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	IDF	ST Province	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est	CSP+	CSP-	Inactifs	Trainline	Utilisateurs	
Base	1045	536	509	131	174	302	186	252	316	729	184	158	88	299	401	261	383	253	365
ST Satisfait	92%	91%	92%	95%	93%	90%	90%	90%	92%	91%	90%	91%	93%	92%	92%	93%	91%	94%	96%
Très satisfait(e)	28%	27%	29%	38%	34%	26%	19%	25%	26%	29%	27%	29%	25%	31%	23%	34%	30%	32%	37%
Assez satisfait(e)	64%	64%	63%	57%	59%	64%	71%	65%	66%	62%	63%	62%	68%	61%	69%	59%	61%	62%	59%
ST Pas satisfait	8%	9%	8%	5%	7%	10%	10%	10%	8%	9%	10%	9%	7%	8%	8%	7%	9%	6%	4%
Peu satisfait(e)	7%	8%	8%	3%	6%	9%	9%	10%	7%	8%	8%	8%	7%	8%	7%	7%	8%	6%	3%
Pas du tout satisfait(e)	1%	1%	-	2%	1%	1%	1%	-	1%	1%	2%	1%	-	-	1%	-	1%	-	1%

X% X% Différence significative par rapport au total



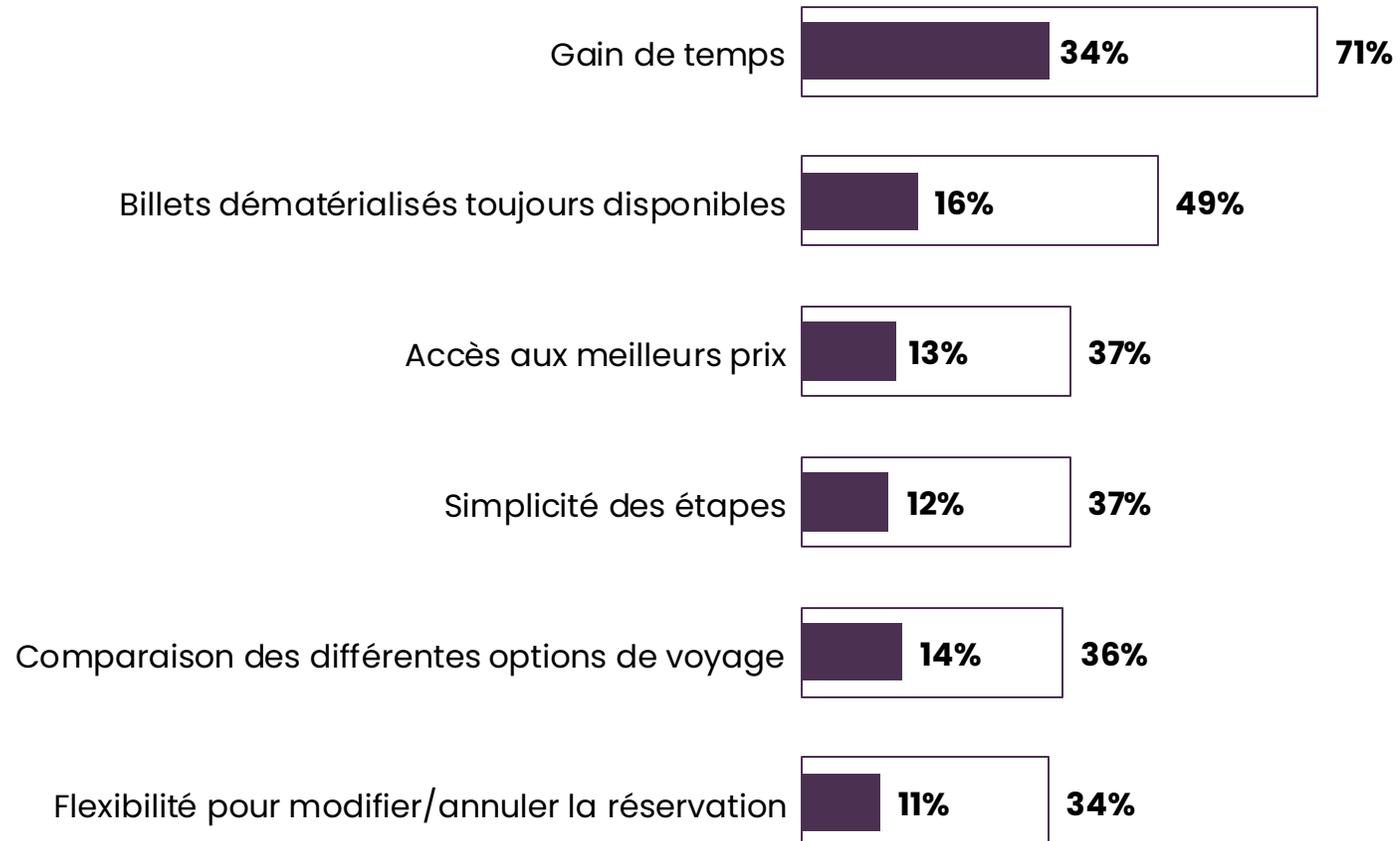
Gain de temps et praticité sont les maîtres-mots : le digital est avant tout un vecteur d'efficacité dans l'organisation des voyages.



1045
personnes

B5 : Quels avantages associez-vous le plus à l'achat de billets de train en ligne ou sur une application ?

Au global En 1er





Les clients Trainline associent plus volontiers aux outils numériques des avantages orientés vers l'appropriation et le contrôle de leurs voyages.



1045 personnes

B5 : Quels avantages associez-vous le plus à l'achat de billets de train en ligne ou sur une application ?

	TOTAL	SEXE		AGE					RÉGION					CSP			CLIENT	IA	
		Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	IDF	ST Province	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est	CSP+	CSP-	Inactifs	Trainline	Utilisateurs
	Base 1045	536	509	131	174	302	186	252	316	729	184	158	88	299	401	261	383	253	365
Gain de temps	71%	68%	73%	66%	64%	74%	72%	75%	69%	71%	75%	71%	70%	70%	73%	65%	72%	63%	64%
Billets dématérialisés toujours disponibles	49%	50%	48%	51%	48%	52%	53%	43%	50%	49%	50%	56%	45%	46%	52%	47%	47%	49%	49%
Accès aux meilleurs prix	37%	36%	37%	42%	35%	35%	34%	40%	38%	36%	35%	38%	31%	38%	33%	42%	38%	42%	40%
Simplicité des étapes	37%	39%	34%	45%	47%	34%	29%	29%	38%	36%	32%	33%	37%	39%	36%	40%	35%	36%	38%
Comparaison des différentes options de voyage	36%	35%	37%	39%	37%	34%	37%	35%	36%	36%	28%	37%	40%	38%	35%	37%	37%	44%	40%
Flexibilité pour modifier/annuler la réservation	34%	33%	34%	35%	40%	31%	28%	35%	35%	33%	38%	25%	26%	37%	31%	38%	34%	44%	43%
Nombre moyen	2,6	2,6	2,6	2,8	2,7	2,6	2,5	2,6	2,7	2,6	2,6	2,6	2,5	2,7	2,6	2,7	2,6	2,8	2,8

X% X% Différence significative par rapport au total

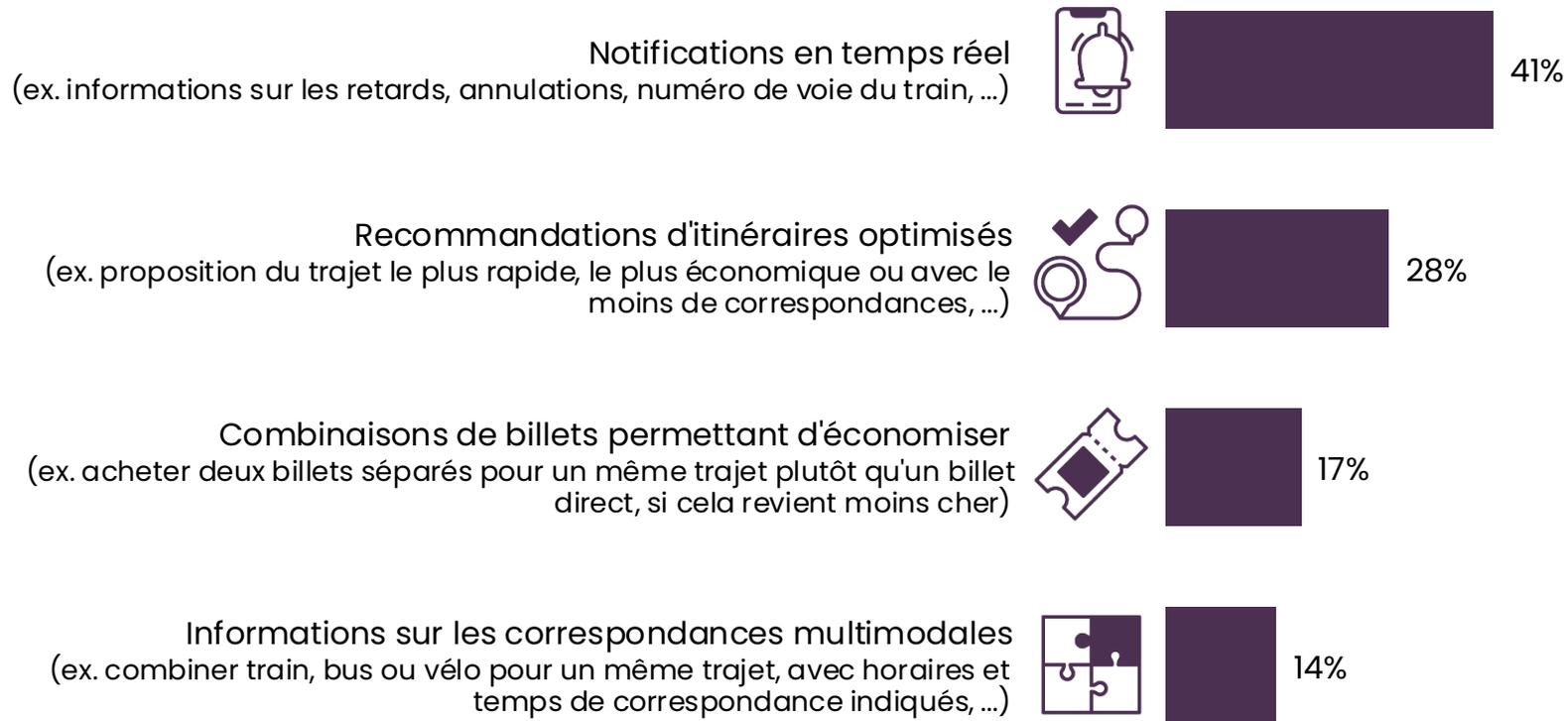


Les voyageurs privilégient des services concrets et pratiques : informations en temps réel et recommandations d'itinéraires optimisés, gages de sérénité dans le parcours.



1045
personnes

B6 : Parmi les fonctionnalités suivantes, laquelle vous est la plus utile lorsque vous réservez vos voyages en ligne ou sur une application ?





Chez les clients Trainline comme chez les utilisateurs de l'IA, l'écart d'intérêt entre les notifications en temps réel et les recommandations d'itinéraires optimisés s'estompe : ces deux fonctionnalités suscitent un attrait comparable.

B6 : Parmi les fonctionnalités suivantes, laquelle vous est la plus utile lorsque vous réservez vos voyages en ligne ou sur une application ?



1045 personnes

	TOTAL	SEXE		AGE					RÉGION					CSP			CLIENT	IA	
		Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	IDF	ST Province	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est	CSP+	CSP-	Inactifs	Trainline	Utilisateurs
Base	1045	536	509	131	174	302	186	252	316	729	184	158	88	299	401	261	383	253	365
Notifications en temps réel	41%	37%	44%	34%	34%	42%	46%	45%	39%	42%	43%	37%	49%	41%	42%	34%	44%	30%	32%
Recommandations d'itinéraires optimisés	28%	28%	28%	35%	26%	23%	27%	31%	27%	28%	28%	36%	22%	27%	27%	25%	31%	33%	30%
Combinaisons de billets permettant d'économiser	17%	19%	16%	16%	18%	19%	17%	17%	18%	17%	16%	14%	17%	19%	17%	22%	14%	19%	19%
Informations sur les correspondances multimodales	14%	16%	12%	15%	22%	16%	10%	7%	16%	13%	13%	13%	12%	13%	14%	19%	11%	18%	19%

X% X% Différence significative par rapport au total



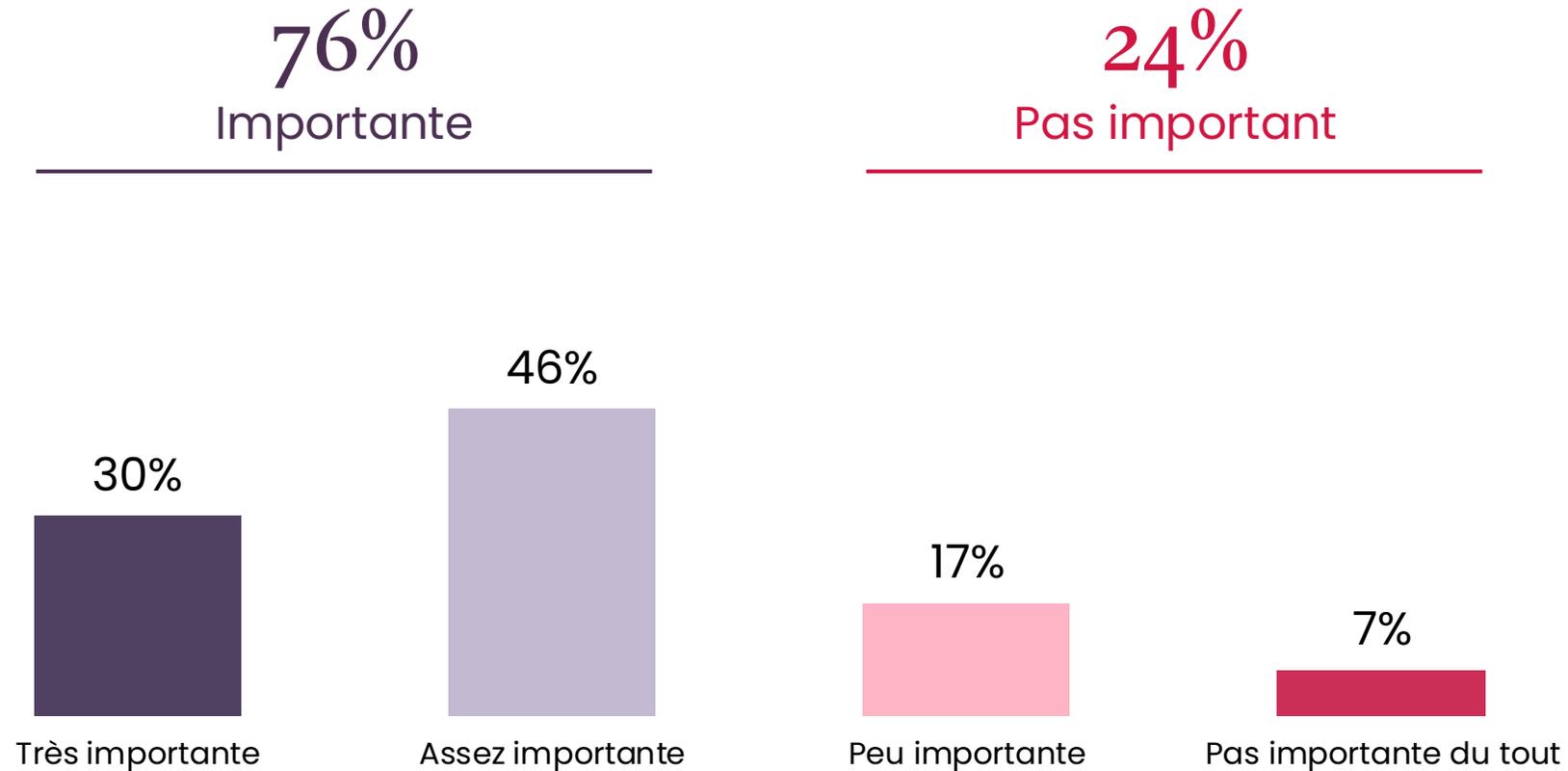
Trois quarts des voyageurs souhaitent une plateforme unifiée pour leurs mobilités du quotidien et leurs trajets longue distance, appel clair à une centralisation des services.



976
personnes

B11 : Quelle importance accordez-vous à la possibilité d'acheter aussi des billets de train du quotidien (voyages courtes distances : TER, tram, bus) sur la même plateforme que les trains longue distance ?

Question posée uniquement à ceux qui ont utilisé les transports en commun au cours des 12 derniers mois, soit 93% de l'échantillon





Les moins de 34 ans plébiscitent massivement l'idée d'une plateforme unique pour réserver tous leurs trajets. Pour eux, la simplicité digitale est un standard.



976 personnes

B11 : Quelle importance accordez-vous à la possibilité d'acheter aussi des billets de train du quotidien (voyages courtes distances : TER, tram, bus) sur la même plateforme que les trains longue distance ?

Question posée uniquement à ceux qui a utilisé les transports en commun au cours des 12 derniers mois, soit 93% de l'échantillon

	TOTAL	SEXE		AGE					RÉGION						CSP			CLIENT	IA
		Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	IDF	ST Province	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est	CSP+	CSP-	Inactifs	Trainline	Utilisateurs
	Base 976	505	471	128	165	286	171	226	309	667	165	143	81	278	375	249	352	242	365
ST Important	76%	77%	75%	81%	88%	79%	73%	57%	71%	78%	78%	80%	74%	79%	75%	83%	71%	86%	91%
Très importante	30%	29%	30%	31%	40%	32%	28%	16%	25%	32%	28%	30%	25%	38%	27%	39%	26%	40%	42%
Assez importante	46%	48%	45%	50%	48%	47%	45%	41%	46%	46%	50%	50%	49%	41%	48%	44%	45%	46%	49%
ST Pas important	24%	23%	25%	19%	12%	21%	27%	43%	29%	22%	22%	20%	26%	21%	25%	17%	29%	14%	9%
Peu importante	17%	16%	19%	14%	10%	16%	18%	30%	23%	15%	15%	14%	18%	14%	18%	12%	21%	11%	8%
Pas importante du tout	7%	7%	6%	5%	2%	5%	9%	13%	6%	7%	7%	6%	8%	7%	7%	5%	8%	3%	1%

X% X% Différence significative par rapport au total



3

L'IA, un levier pour
optimiser
l'expérience de
préparation des
voyages ?

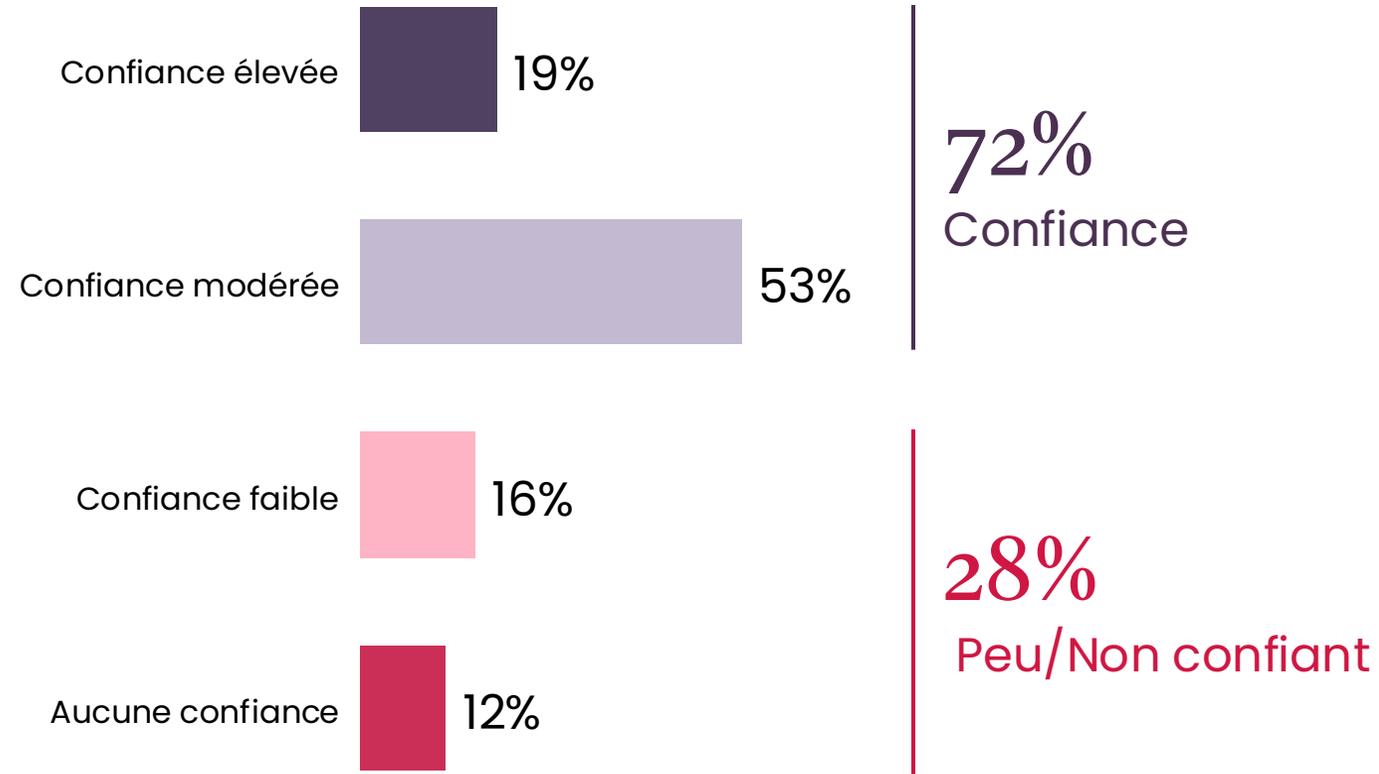


L'IA inspire globalement confiance : plus de 7 sur 10 sont prêts à l'utiliser pour optimiser leurs voyages.



1045
personnes

B9 : Globalement, quel est votre niveau de confiance dans l'utilisation de l'Intelligence Artificielle pour optimiser la préparation et la réservation de vos voyages en train ?





Les jeunes adultes et les utilisateurs de Trainline affichent une confiance affirmée envers l'intelligence artificielle. Pour eux, l'IA est un facilitateur, un allié du quotidien. Les plus de 50 ans sont curieux mais restent prudents. La confiance est générationnelle, mais aussi liée à l'expérience digitale.



1045 personnes

B9 : Globalement, quel est votre niveau de confiance dans l'utilisation de l'Intelligence Artificielle pour optimiser la préparation et la réservation de vos voyages en train ?

	TOTAL	SEXE		AGE					RÉGION						CSP			CLIENT	IA
		Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	IDF	ST Province	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est	CSP+	CSP-	Inactifs	Trainline	Utilisateurs
	Base 1045	536	509	131	174	302	186	252	316	729	184	158	88	299	401	261	383	253	365
ST Confiant	72%	73%	70%	83%	83%	72%	60%	61%	75%	70%	67%	72%	70%	70%	72%	74%	69%	83%	91%
Confiance élevée	19%	19%	18%	28%	27%	20%	11%	7%	22%	17%	14%	15%	13%	20%	17%	26%	15%	31%	35%
Confiance modérée	53%	54%	52%	55%	56%	52%	49%	54%	53%	53%	53%	57%	57%	50%	55%	48%	54%	52%	56%
ST Peu/Non confiant	28%	27%	30%	17%	17%	28%	40%	39%	25%	30%	33%	28%	30%	30%	28%	26%	31%	17%	9%
Confiance faible	16%	17%	16%	11%	11%	19%	21%	19%	14%	18%	21%	18%	17%	16%	17%	15%	17%	10%	6%
Aucune confiance	12%	10%	14%	6%	6%	9%	19%	20%	11%	12%	12%	10%	13%	14%	11%	11%	14%	7%	3%

X% X% Différence significative par rapport au total



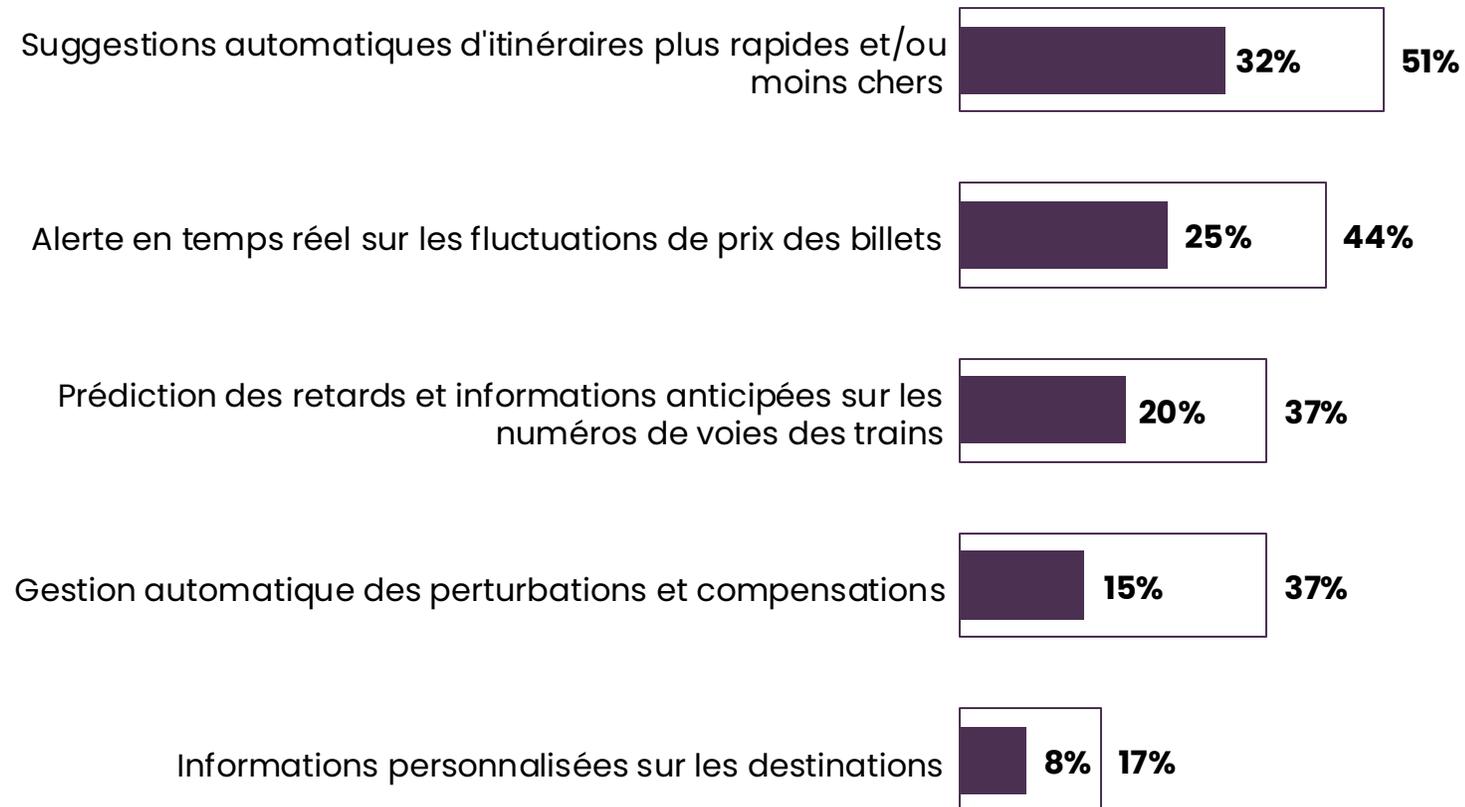
Les voyageurs attendent de l'IA qu'elle simplifie leur expérience de réservation : suggestions optimisées, comparateurs intelligents et aides à la décision dominent les attentes.



1045
personnes

B7 : Si de nouvelles fonctionnalités basées sur l'Intelligence Artificielles étaient proposées pour la réservation de billets de train en ligne ou sur une application, lesquelles vous sembleraient les plus utiles ?

Au global En 1er





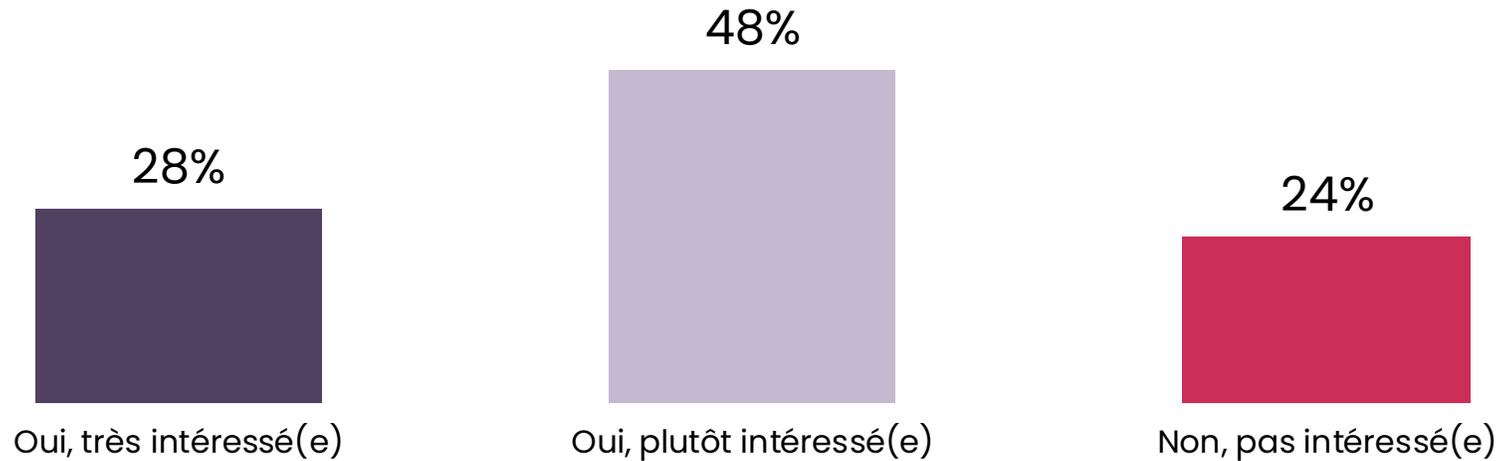
3 voyageurs sur 4 sont séduits par l'idée de recommandations basées sur leurs habitudes, signe que la personnalisation constitue désormais un levier d'attractivité.

B8 : Seriez-vous intéressé(e) par des suggestions personnalisées basées sur vos voyages passés (ex. itinéraires, horaires, promotions) ?



1045
personnes

 76%
Intéressé





Les 18-34 ans, grands consommateurs de services digitaux, sont très réceptifs à l'idée d'une IA qui apprend de leurs habitudes. Les utilisateurs de Trainline sont également très ouverts à cette approche, voyant dans l'IA un moyen de découvrir de nouveaux trajets sans effort.



1045 personnes

B8 : Seriez-vous intéressé(e) par des suggestions personnalisées basées sur vos voyages passés (ex. itinéraires, horaires, promotions) ?

TOTAL	SEXE		AGE					RÉGION					CSP			CLIENT	IA		
	Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	IDF	ST Province	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est	CSP+	CSP-	Inactifs	Trainline	Utilisateurs	
Base	1045	536	509	131	174	302	186	252	316	729	184	158	88	299	401	261	383	253	365
ST Intéressé	76%	76%	76%	84%	89%	75%	67%	65%	77%	76%	77%	75%	68%	78%	73%	84%	75%	88%	95%
Oui, très intéressé(e)	28%	29%	27%	40%	38%	29%	24%	9%	31%	27%	31%	24%	26%	27%	27%	37%	24%	45%	49%
Oui, plutôt intéressé(e)	48%	47%	49%	44%	51%	46%	43%	56%	46%	49%	46%	51%	42%	51%	46%	47%	51%	43%	46%
Non, pas intéressé(e)	24%	24%	24%	16%	11%	25%	33%	35%	23%	24%	23%	25%	32%	22%	27%	16%	25%	12%	5%

X% X% Différence significative par rapport au total



L'économie réalisée est au cœur des enjeux du développement de l'IA : plus de la moitié des voyageurs attendent des futures fonctionnalités qu'elles permettent de réduire le coût de leurs réservations de billets.

B10 : Quel bénéfice principal attendez-vous le plus d'une application intégrant l'Intelligence Artificielle pour préparer et réserver vos voyages en train ?



1045
personnes

Economiser de l'argent
(ex. identifier rapidement les billets les moins chers ou les combinaisons avantageuses)



53%

Gagner du temps
(ex. recevoir automatiquement les meilleurs horaires ou itinéraires)



32%

Accéder à de nouveaux services personnalisés
(ex. recommandations de destinations ou trajets basées sur mes préférences)



15%



Les utilisateurs de Trainline ainsi que les voyageurs adhérents à l'IA sont plus sensibles que l'ensemble des répondants au développement de services personnalisés.



1045 personnes

B10 : Quel bénéfice principal attendez-vous le plus d'une application intégrant l'Intelligence Artificielle pour préparer et réserver vos voyages en train ?

	TOTAL	SEXE		AGE				RÉGION					CSP			CLIENT	IA		
		Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	IDF	ST Province	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est	CSP+	CSP-	Inactifs	Trainline	Utilisateurs
	Base 1045	536	509	131	174	302	186	252	316	729	184	158	88	299	401	261	383	253	365
Economiser de l'argent	53%	47%	59%	39%	50%	55%	59%	59%	49%	55%	59%	52%	46%	57%	55%	48%	54%	46%	41%
Gagner du temps	32%	35%	28%	42%	26%	29%	31%	33%	32%	31%	32%	36%	35%	27%	30%	33%	33%	28%	32%
Accéder à de nouveaux services personnalisés	15%	18%	13%	19%	24%	16%	10%	8%	19%	14%	9%	12%	19%	16%	15%	19%	13%	26%	27%

X% X% Différence significative par rapport au total

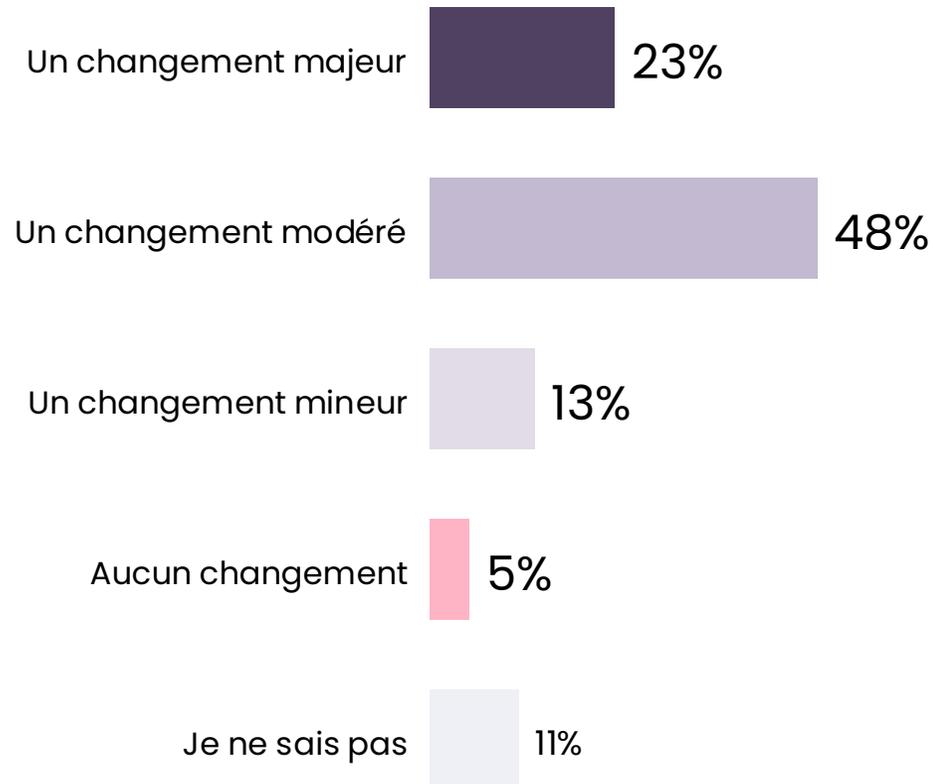


L'IA perçue comme un tournant : 84% anticipent un impact sur la façon de voyager...



1045
personnes

B13 : Selon vous, quel sera l'impact des nouvelles technologies comme l'Intelligence Artificielle sur la façon de voyager en train dans les prochaines années ?



84%
Un changement





... en connaissance de cause : près de la totalité des utilisateurs de l'IA perçoivent son potentiel sur les évolutions futures des voyages en train.



1045 personnes

B13 : Selon vous, quel sera l'impact des nouvelles technologies comme l'Intelligence Artificielle sur la façon de voyager en train dans les prochaines années ?

	TOTAL	SEXE		AGE					RÉGION					CSP			CLIENT	IA	
		Un homme	Une femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	IDF	ST Province	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est	CSP+	CSP-	Inactifs	Trainline	Utilisateurs
	Base 1045	536	509	131	174	302	186	252	316	729	184	158	88	299	401	261	383	253	365
ST Changement	84%	86%	81%	91%	91%	82%	78%	75%	84%	83%	79%	85%	83%	85%	85%	84%	81%	90%	97%
Un changement majeur	23%	24%	23%	31%	30%	25%	17%	12%	26%	22%	22%	22%	17%	23%	22%	28%	21%	36%	40%
Un changement modéré	48%	49%	46%	50%	52%	44%	45%	47%	49%	47%	42%	47%	53%	49%	51%	47%	45%	47%	52%
Un changement mineur	13%	13%	12%	10%	9%	13%	16%	16%	9%	14%	15%	16%	13%	13%	12%	9%	15%	7%	5%
Aucun changement	5%	6%	4%	4%	3%	6%	7%	6%	4%	6%	8%	3%	6%	6%	5%	5%	5%	2%	1%
Je ne sais pas	11%	8%	15%	5%	6%	12%	15%	19%	12%	11%	13%	12%	11%	9%	10%	11%	14%	8%	2%

X% X% Différence significative par rapport au total



opinionway

Crédits : steven-wright

La synthèse

” Ce qu’il faut retenir

L’étude menée pour Trainline révèle **une mutation profonde des comportements de mobilité**, portée par une **génération connectée, exigeante et en quête de fluidité**. Les 18-34 ans, majoritairement urbains et franciliens, incarnent ce changement : pour eux, en plus d’une démarche logistique, **réserver un trajet doit constituer une expérience digitale optimisée pour être différenciante**. Ils ne veulent pas seulement voyager, ils veulent **personnaliser et anticiper** leurs déplacements.

Ce public, habitué aux interfaces intuitives et aux services instantanés, exprime **une attente claire : centraliser l’achat de tous les billets**, quel que soit le mode de transport, sur une seule plateforme. Cette **exigence de simplicité** est d’autant plus forte chez ceux qui jonglent quotidiennement entre métro, RER, bus et train. **L’IA**, dans ce contexte, n’est pas perçue comme une innovation futuriste, mais comme **une évidence fonctionnelle**. Elle est attendue pour ses capacités à **recommander les meilleurs itinéraires**, à **alerter sur les fluctuations de prix**, et à **proposer des trajets sur mesure** en fonction des habitudes passées.

Mais **cette confiance envers l’intelligence artificielle n’est pas homogène**. Si les jeunes actifs et les utilisateurs réguliers de Trainline l’adoptent avec enthousiasme, **les profils plus âgés ou moins familiers des outils numériques restent prudents**. Pour eux, l’IA intrigue autant qu’elle séduit, et son adoption dépendra de sa capacité à rassurer autant qu’à simplifier.

Ces résultats dessinent les contours d’une mobilité augmentée, où le digital ne se contente plus d’accompagner le voyage : il le transforme. **L’IA devient un copilote invisible**, capable de rendre chaque déplacement plus fluide, plus économique, et plus pertinent. Pour les acteurs du secteur, le message est clair : répondre aux attentes des voyageurs de demain, c’est **intégrer dès aujourd’hui les codes du numérique, de la personnalisation et de la confiance**.

opinionway

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

Enable today, shape tomorrow

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

Restons connectés !



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

Je m'abonne

Vos contacts OpinionWay

Manon LOUET
Cheffe de Projet

Tel. +33 1 81 81 83 00
mlouet@opinion-way.com

Meriadec Blegent
Directeur général

Tel. +33 1 81 81 83 00
mblegent@opinion-way.com

ESOMAR²⁵
Corporate

