

**Le sujet de l'étude : Le sentiment de sécurité**

Que ça soit dans le métro ou dans le bus, chaque jour, des membres de la communauté Ma voix ma STM nous font part de leur sentiment de sécurité lorsqu'ils se déplacent avec nous.

Au cours des trois premiers mois de 2025, les résultats de nos études de suivi des indicateurs démontraient que le sentiment de sécurité dans le réseau était à la baisse. Le tout jumelé à l'analyse de données opérationnelles a mené au déploiement de mesures additionnelles en mars 2025.

**Un sujet d'intérêt : plus de 2 900 clients et 670 non-clients sondés**

Invitation diffusée sur le site mobile STM, dans la communauté Ma voix ma STM et dans un panel externe, cette étude avait pour ambition de rejoindre un large public afin de dresser le portrait le plus juste possible de la situation.

L'objectif : positionner le sentiment d'insécurité dans le réseau vs d'autres lieux publics, identifier la clientèle la plus inquiète et déterminer les périodes où les déplacements sont annulés ou remplacés afin d'orienter les plans d'action et apporter un soutien adéquat à la clientèle.

**Une meilleure compréhension des impacts de l'insécurité**

Le métro est perçu comme un lieu insécurisant autant par les clients l'ayant utilisé dans les 30 derniers jours que ceux qui ont fréquenté ce lieu moins récemment. Il se retrouve tout juste après les stationnements souterrains qui, eux, occupent la première place du palmarès des lieux insécurisant. Les bus, pour leur part, sont en milieu de peloton entre les parcs et les taxis.

Au niveau de la clientèle la plus inquiète, on retrouve notamment les femmes âgées de 18-34 ans et les minorités visibles, suivi par la clientèle ayant au moins une limitation fonctionnelle et celle ne parlant pas le français.

Au début de l'année 2025, sur une période de 30 jours, c'est 9% de la clientèle ayant utilisé le réseau STM dans la dernière année qui ont annulé au moins un déplacement en raison d'un sentiment d'insécurité. Ces déplacements annulés ou qui ont été considérés annulés concernaient majoritairement des trajets après 18h30 et plus particulièrement entre 22h et 6h30. Ces informations sont précieuses, car elles nous permettent d'orienter directement nos plans d'action pour renforcer la sécurité et la confiance.

**En conclusion : des plans d'action adaptés**

Les résultats ont guidé nos réflexions et permis, dès mars 2025, la mise en place de mesures additionnelles, reconduites pour la plupart dans notre plan de sécurité 2025-2026 en raison de leur impact direct sur le sentiment de sécurité. Par ailleurs, en novembre 2025 une campagne réseau a été déployée afin de rappeler à la clientèle que des outils sont à sa disposition pour obtenir de l'aide.

Sous le thème On est là pour vous, cette campagne rappelle que l'interphone et le téléphone d'assistance ainsi que le 911 sont à privilégier en cas d'urgence. Les sujets d'inquiétudes liés à la sécurité peuvent, quant à eux, être communiqués par texto (système déployé à la fin 2024). N'hésitez pas à vous servir vous aussi de ces outils pour signaler les situations problématiques dont vous êtes témoin durant vos déplacements.

Les équipes terrain travaillent également à assurer une présence en stations. N'hésitez pas à vous diriger vers eux en cas de besoin.

La sécurité de notre clientèle et de notre personnel demeure une priorité. Cette campagne figure parmi de multiples actions mises de l'avant pour améliorer le sentiment de sécurité dans nos installations.