

Le baromètre de l'opinion des Français sur la mobilité durable

Sondage Harris Interactive pour Mobivia Groupe et la SNCF dans le cadre des 6^{ème} Ateliers de la Terre, Forum International pour le Développement Durable

Enquête réalisée en ligne du 10 au 17 août 2011. Échantillon de 1000 individus issus de l'access panel Harris Interactive, représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

*_**

A la demande de la SNCF et de Mobivia Groupe, Harris Interactive a réalisé la 4^{ème} vague du baromètre sur les Français et la mobilité durable dans le cadre de la 6^{ème} édition des Ateliers de la Terre. Cette vague d'enquête intervient dans un **contexte de fortes inquiétudes socio-économiques et de pression sur les prix de l'essence**. En effet, l'interrogation s'est déroulée du 10 au 17 août, soit quelques jours avant l'énoncé des mesures du plan d'austérité qui avait déjà été annoncé par François Baroin ainsi que quelques jours avant l'annonce des mauvais chiffres du chômage de juillet. Plus largement, cet été 2011 a été fortement marqué par les inquiétudes concernant la capacité de différents pays européens à faire face à leur dette publique ou encore par la dégradation de la note américaine par une agence de notation. Enfin, les prix de l'essence à la pompe ont été particulièrement élevés au cours des derniers mois, suivant l'évolution du prix du baril de pétrole. Tous ces éléments de contexte n'ont pas manqué d'influer sur les résultats de cette 4^{ème} vague du baromètre.

Que retenir de cette enquête ?

- Dans le contexte socio-économique actuel, **les préoccupations économiques prennent le pas sur les préoccupations environnementales dans les déclarations des interviewés** : qu'on limite l'usage de la voiture ou au contraire qu'on ne fasse pas ou pas suffisamment d'efforts pour recourir à d'autres modes de transport, une des raisons principales évoquées est le coût : prix des carburants dans le premier cas, cherté présumée des solutions alternatives dans le second cas.

- **Le coût apparaît en effet comme un critère de choix important pour les modes de transports**, devant le respect de l'environnement (avec des notes moyennes respectives de 8,4 et 7,2).
- Par conséquent, les Français estiment que **toutes les mesures testées visant à réduire pour les usagers le coût de l'adoption de comportements plus respectueux de l'environnement en matière de transport seraient efficaces**, particulièrement celle consistant à faire payer moins cher les usagers des transports publics ;
- Toutefois, **cette focalisation sur les aspects budgétaires ne se traduit pas pour autant par une remise en cause des prises de conscience écologiques et des avancées comportementales qui en découlent**. En dépit du contexte de crise latente, les Français considèrent toujours prioritaire de modifier certains comportements pour lutter contre le réchauffement climatique et les automobilistes continuent de pratiquer certains gestes de « bonne conduite » ;
- Si les automobilistes ont le sentiment de faire moins d'efforts, cela n'apparaît **pas comme le résultat d'un relâchement dans les comportements mais sans doute d'une montée croissante des exigences** et peut-être d'un sentiment de mauvaise conscience face à la place que prennent les contraintes financières ;
- Cette enquête illustre également que **des marges de manœuvre existent en termes de déplacements plus propres et plus durables**, notamment concernant **le recours plus fréquent à des modes de transport doux pour les petits déplacements du quotidien** (marche, vélo...), le **développement des véhicules hybrides ou électriques** (perçus comme la solution motorisée la plus susceptible d'allier économie et environnement), ou encore, dans une moindre mesure, **le développement d'un auto-partage plus adapté aux besoins de chacun** ;
- Les Français, lorsqu'ils se projettent en 2030, **imaginent une société plus mobile, partagée entre mobilités individuelles et mobilités collectives et conservent un fort prisme budgétaire** : craignant qu'une mobilité durable leur revienne plus cher, ils attendent en effet des voitures plus propres et moins coûteuses, ainsi que des transports en commun plus proches de chez eux et moins onéreux.

Dans le détail :

Une focalisation sur le coût des transports qui peut parfois faire passer les préoccupations environnementales au second plan dans les déclarations...

L'ensemble des résultats de cette vague d'enquête reflète **la focalisation des Français sur les aspects budgétaires en matière de transport**. En effet, diverses questions permettent d'établir que ce point revêt cette année, encore plus que les années précédentes, une grande importance. Et cela **parfois au détriment des préoccupations environnementales**, du moins dans l'expression des arbitrages qui peuvent exister.

Le prix, facteur déterminant des efforts ou non-efforts en matière d'adoption de comportements de transport plus respectueux de l'environnement

Premier signe de cette importance accrue du coût des transports : **les efforts ou l'absence d'efforts pour recourir à des modes de déplacement plus respectueux de l'environnement sont dans les deux cas liés à cet aspect budgétaire**.

En effet, lorsque l'on demande aux sondés ce qui les amène le plus aujourd'hui à limiter l'usage qu'ils peuvent avoir de leur véhicule, les utilisateurs de voiture citent **en premier lieu la hausse du prix des carburants** (64%, + 5 points par rapport à 2010). Certes, ce chiffre est inférieur aux 68% recueillis en 2008 mais est concomitant avec d'autres évolutions qui traduisent également la focalisation sur cet aspect financier : le coût de l'entretien automobile, 35% (+5 points), qui devient la 2^{ème} raison la plus citée, et les risques d'amendes et de contraventions, 22% (+2 points). Notons que **les répondants invoquent également davantage les possibilités en matière de transports en commun** (27%, + 5 points), ce qui correspond à une hausse continue depuis le début de ce baromètre. 30% (-1 point) citent les embouteillages et 19% (+2 points) les risques d'accidents. **La seule justification qui connaît une baisse significative pour cette mesure est la pollution de l'air**. Cette raison n'est plus évoquée qu'en troisième position, avec 31% de citations, soit une baisse de 13 points par rapport à 2010. Cette tendance s'inscrit dans la continuité des vagues précédentes, avec toutefois une accélération du mouvement à la baisse.

Si le recours moindre à la voiture est lié avant tout au prix élevé des carburants, **le déficit d'efforts pour adopter des modes de déplacement plus propres est imputé également, beaucoup plus que l'année dernière, au coût jugé trop élevé des solutions alternatives.**

Les utilisateurs de voiture qui ne font pas, pas vraiment ou pas tous les efforts qu'ils pourraient pour moins utiliser leur véhicule se justifient d'abord par le fait qu'ils n'ont **pas d'autres solutions que la voiture** (67%, stable par rapport à l'année dernière). Mais ils se disculpent également en arguant que **les autres solutions proposées sont trop chères, cet argument étant bien plus utilisé que l'année dernière** (43%, +28 points). 25% se disent attachés à leur véhicule et au fait de s'y retrouver seul (+6 points), 16% avancent qu'ils manquent d'information sur des modes de déplacements alternatifs (+3 points), 12% reconnaissent simplement qu'ils n'ont pas envie de faire davantage d'efforts (stable) et 11% s'affichent comme attachés au symbole que représente la voiture (+2 points).

On le voit, **l'argument du coût est devenu une des « excuses » les plus largement répandues pour justifier le déficit d'efforts.** Pourtant, au vu des jugements portés sur le coût de la voiture comparé à celui d'autres moyens de transports, cet argument des automobilistes paraît difficilement recevable, comme nous le verrons dans la suite de cette note. Reste cependant qu'il est, bien plus qu'en 2010, un des arguments les plus utilisés dans les discours.

Le choix du mode de transport est aujourd'hui davantage dicté par le coût que par la volonté de respecter l'environnement

Une autre question, insérée cette année dans le baromètre, et qui a pour objectif de voir quel poids prennent différents critères quand les Français sont amenés à choisir le mode de transport qu'ils vont emprunter, permet de montrer **la prégnance du coût en matière de transport**, et sa primauté sur les préoccupations environnementales.

Indépendamment de leur accès aux différents modes de transport, nécessairement différent selon les situations individuelles, les Français privilégient avant tout dans le choix de leur mode de transport **la capacité de ce dernier à répondre à tous leurs besoins de déplacements quotidiens** : ce critère obtient en effet une note

moyenne d'importance de 8,6 et près de quatre Français sur cinq (77%) donnent à ce critère une note comprise entre 8 et 10. En creux, il faut peut-être voir dans ce résultat le **manque d'attrait pour une intermodalité** qui peut apparaître comme fastidieuse.

Le critère qui apparaît ensuite le plus déterminant, à un niveau presque identique, est le coût. En effet, les Français lui attribuent une note moyenne d'importance de 8,4 et un peu plus de 7 personnes sur 10 (71%) lui donnent une note comprise entre 8 et 10.

Dans cette hiérarchie, **le critère du respect de l'environnement apparaît en dernière position, avec une note moyenne d'importance de 7,2** ; la moitié des Français lui attribuant une note entre 8 et 10. Certes, ce score est très largement supérieur à la moyenne, mais en deçà de la note attribuée au coût. En outre, près d'un Français sur quatre (24%) ne donne à ce critère que la moyenne ou une note inférieure à la moyenne.

Cette vague d'enquête laisse clairement transparaître que, dans les déclarations des enquêtés, **les comportements des individus en matière de transport semblent aujourd'hui davantage structurés par les craintes macro-économiques et les aspects budgétaires des ménages que par le souci de préserver l'environnement et de lutter contre le réchauffement climatique.** Est-ce à dire que les préoccupations environnementales sont pour autant abandonnées et que les comportements écologiques sont en recul ?

... sans pour autant qu'une remise en cause des prises de conscience écologiques et des avancées comportementales qui en découlent

Certes, en cette année 2011, les soupçons pesant sur la capacité des Etats à réduire leurs déficits et à faire face à leurs dettes, ainsi que les plans d'austérité qui en résultent, n'apparaissent pas comme un contexte très favorable pour la promotion de l'écologie. Pourtant, **cette vague d'enquête permet de voir qu'en dépit de la crise qui menace, les prises de conscience écologiques semblent désormais assez ancrées dans les esprits pour ne pas subir de reflux brutal et que, lorsqu'ils n'engendrent pas de surcoûts perçus comme excessifs, les comportements respectueux de l'environnement continuent, lentement mais sûrement, de progresser.**

Malgré le contexte de crise latente, des comportements individuels qu'il apparaît toujours prioritaire ou important de modifier pour lutter contre le réchauffement climatique

On le voit depuis le début de ce baromètre, **une majorité de Français estime qu'il est important voire prioritaire de modifier certains comportements individuels pour lutter contre le réchauffement climatique.** Toutefois, la crise économique qui a éclaté à l'automne 2008 a pu entraîner la perception d'une action un peu moins prioritaire (avec des baisses de 3 à 5 points en termes de priorité entre 2008 et 2009, puis de nouvelles baisses du même ordre entre 2009 et 2010). Globalement, la tendance se poursuit pour cette année 2011 avec des baisses mesurées sur trois des items. Ainsi, 66% des Français estiment prioritaire de « **trier plus systématiquement les déchets** » (soit -2 points par rapport à 2010) et 27% jugent cela important mais pas prioritaire ; 57% estiment prioritaire de « **procéder à des modifications de l'habitat pour favoriser les économies d'énergie** » (soit -2 points par rapport à 2010) et 36% jugent cela seulement important ; 48% estiment prioritaire de « **choisir des produits et services de consommation courante moins polluants** » (soit -1 point par rapport à 2010) et 41% jugent cela seulement important.

Seul item pour lequel le degré de priorité apparaît croissant : « **réduire l'impact environnemental des déplacements** ». 51% des Français considèrent cela comme prioritaire pour lutter contre le réchauffement climatique, soit une hausse de 4 points par rapport à 2010, et 41% déclarent que cela est important mais pas prioritaire.

On le voit, **dans un contexte réactivé de crise financière et économique, la perception du degré d'urgence à apporter des changements dans les comportements du quotidien apparaît, pour trois d'entre eux, en très faible recul mais ne s'effondre pas.** La nécessité de certaines mutations dans les comportements individuels semble même s'être ancrée dans les esprits (à l'image du le tri sélectif) tandis que la perception du besoin de modifier ses modes de déplacement croît - sans toutefois retrouver les niveaux de 2008 et de 2009 - sans doute soutenue par l'inquiétude des Français face aux prix élevés du pétrole et leurs répercussions à la pompe.

Une influence déclarée de la pollution et du réchauffement climatique un peu moindre chez les automobilistes ... mais qui ne se traduit pas vraiment par des répercussions en termes de comportements

76% des utilisateurs de voiture déclarent que les phénomènes de pollution et de réchauffement climatique les influencent de manière importante lors de l'achat de leur véhicule, et même 27% de manière très importante. Si la proportion globale est stable (+1 par rapport à 2010), on note en revanche un recul significatif sur l'item « très importante » (-8 points). De même, **72% se disent influencés par ces phénomènes dans leur manière de conduire**, et 28% de manière très importante, ce qui correspond à des baisses respectives de 2 et 7 points. Certes, l'intensité de l'importance accordée aux phénomènes de pollution et de réchauffement climatique décroît quelque peu sur ces deux points. Toutefois, **au vu du contexte économique déprimé et anxiogène, il semblerait que ces éléments conservent une influence importante pour ces comportements structurants que sont l'acte d'achat et la conduite au quotidien.**

En revanche, les baisses sont plus marquées sur les deux autres items. **62% des utilisateurs de voiture se disent influencés de manière importante par la pollution et le réchauffement climatique lors de l'entretien et des réparations de leur véhicule**, dont 22% de manière très importante. C'est sur cet item que l'on enregistre les plus fortes baisses : respectivement – 16 et – 17 points sur ces deux chiffres. Et 59% se disent influencés de manière importante et 19% de manière très importante lorsqu'il s'agit de choisir son mode de transport, soit des baisses de 8 et 6 points.

Tout se passe comme si des avancées étaient actées, et ne pouvaient être vraiment remises en cause, à savoir la prise en compte de l'environnement au moment de l'achat du véhicule (le bonus écologique ayant sans doute contribué à cet enracinement) ou dans l'acte de conduire (là encore, la hausse du prix des carburants peut avoir joué dans l'adoption de bonnes conduites, comme le fait de rouler à vitesse constante). En revanche, d'autres comportements, peut-être moins établis et plus ponctuels, semblent plus sensibles au contexte actuel, comme les efforts lors de l'entretien du véhicule.

De manière générale, les utilisateurs de voiture déclarent donc accorder un intérêt un peu moindre aux phénomènes de pollution et de réchauffement climatique. Toutefois, **lorsque les questions traitent de comportements ou de faits, l'on n'observe guère d'abandons de pratiques écologiques.**

Ainsi, 88% des utilisateurs de voiture déclarent **rouler davantage à vitesse constante** pour lutter contre le réchauffement climatique, dont 33% systématiquement, 46% régulièrement et 9% rarement. Cette proportion globale de 88% correspond à une hausse de 7 points par rapport à l'année dernière, même si on note une baisse de 10 points sur la réponse « systématiquement ». 86% déclarent **entretenir davantage leur voiture** en vérifiant la pression des pneus, le niveau d'huile..., dont 29% systématiquement, 41% régulièrement et 16% rarement. Ces chiffres correspondent à une hausse globale de 1 point mais on note également un recul de 12 points sur l'item « systématiquement » avec un report sur l'item « régulièrement ».

68% (+8 points) indiquent **ne pas prendre leur véhicule pour certains petits trajets et lui préférer des modes de transport doux comme le vélo** : 25% (+1) déclarent le faire systématiquement, 26% (+3) régulièrement et 17% (+4) rarement. Plus de la moitié, 55% (+7 points), déclarent également **privilégier systématiquement** (13%, -2), régulièrement (21%, +4) ou rarement (21%, +5) **d'autres modes de transport que l'automobile**. Un tiers déclare **utiliser plus souvent un vélo à la place de la voiture**, dont 6% systématiquement, 11% régulièrement et 17% rarement, soit des chiffres globalement stables par rapport à 2010. Enfin, 29% déclarent **pratiquer le covoiturage**, dont 5% systématiquement, 9% régulièrement et 15% rarement, soit encore une fois ici des chiffres globalement stables par rapport à 2010.

On le voit, si certains automobilistes peuvent avoir le sentiment d'avoir relâché leur vigilance sur certaines pratiques avec une systématisation moindre sur la vitesse constante ou l'éco-entretien, on observe néanmoins un maintien, voire un progrès, de comportements éco-responsables au volant ou dans l'usage de modes de transports alternatifs.

De la focalisation sur le coût ne découle ainsi pas nécessairement un repli des pratiques écologiques.

Les automobilistes ont le sentiment de faire moins d'efforts... mais cela reflète-t-il un vrai relâchement ou plutôt une mauvaise conscience accrue ?

De manière générale, on constate que **seuls 26% des utilisateurs de voiture déclarent aujourd'hui faire tous les efforts possibles pour réduire leurs émissions de gaz à effet de serre. C'est 8 points de moins que l'année**

dernière. 52% indiquent qu'ils font des efforts mais qu'ils pourraient en faire plus (-3 points) quand 20% indiquent qu'ils n'en font pas vraiment ou pas du tout (+11 points). Ces chiffres peuvent donner lieu à plusieurs hypothèses d'explication :

- Soit il existe un véritable coup d'arrêt dans les efforts entrepris par les Français, du fait notamment de la conjoncture économique ;
- Soit le niveau d'exigences des Français vis-à-vis d'eux-mêmes en termes de pratiques « *eco-friendly* » augmente en dépit de la crise, et les Français se jugent de plus en plus durement au fil des années.

Au vu des résultats précédents, c'est-à-dire de l'absence de recul avéré des gestes de bonne conduite environnementale en dépit d'une moindre importance déclarée, la deuxième hypothèse semble plus probable : **parfois un peu moins vigilants et ayant le sentiment de privilégier le prix à toute considération écologique, les Français se jugent sans doute plus durement.** Ainsi, ils sont moins susceptibles de déclarer faire le maximum d'efforts possibles, tout comme ils sont moins susceptibles de déclarer faire systématiquement les gestes les plus simples.

L'accueil favorable de mesures financières dont l'objectif est d'aider à la transition écologique dans les comportements de déplacements

Nous l'avons vu, les Français estiment prioritaire ou en tout cas important de réduire l'impact environnemental de leurs déplacements. Cependant, dans un contexte où le pouvoir d'achat demeure la principale préoccupation des Français, ces derniers attendent avant tout des pouvoirs publics des aides et incitations, notamment sous forme financière pour initier ces changements.

Toutes les mesures testées visant à limiter le coût supporté par les usagers sont ainsi jugées majoritairement efficaces pour promouvoir le recours à des modes de transport propres et durables, avec toutefois des différences de niveau. La mesure perçue comme la plus efficace est celle la plus directe, consistant à **réduire le coût des usagers pour les transports publics** (85% la juge efficace, et même 52% très efficace). Deux autres mesures convainquent deux tiers des Français, bien que de façon moins nette : **le fait de favoriser l'éco-**

entretien des véhicules de plus de 5 ans (67% efficace, dont 21% très efficace) et **l'aide financière pour l'achat de modes de transport doux**, comme le vélo, les véhicules électriques (66% efficace, dont 30% très efficace). Une majorité juge également qu'il serait efficace de **proposer à un coût réduit des services de vélopartage comme Vélib' ou d'autopartage comme Autolib' à Paris** (61%, dont 19% très efficace) ou de **subventionner les dispositifs non publics de mobilité partagée** – système d'autopartage ou de covoiturage (58%, dont 18% très efficace).

Les Français notent les moyens de transports sur les critères d'efficacité, de coût et de respect de l'environnement

Dans cette vague d'enquête de nouvelles questions ont été introduites. Elles visaient à **demander aux Français de juger des solutions de mobilité existantes sur différents critères, à savoir l'efficacité ou plus précisément la capacité du mode de transport à répondre à tous les besoins de déplacement quotidiens, le coût et la dimension écologique**. Certes, ces dimensions ne sont pas les seules à intervenir lors du choix de son mode de transport et d'autres peuvent exister (accès, dimension symbolique...), mais il s'agissait de dessiner un panorama des principaux moyens de transports sur ces trois critères.

Sur le premier point, celui de la capacité à répondre à tous les besoins de déplacements quotidiens, c'est sans surprise la voiture qui est plébiscitée, qu'elle soit à essence (note moyenne de 7,3), hybride ou électrique (note moyenne de 6,9). Mode de transport individuel par excellence, la voiture conserve son statut de mode de transport le plus pratique au quotidien. Plus surprenant, viennent ensuite la marche pied et le vélo. Toutefois, on passe en dessous de la moyenne pour ces deux modes de transports (respectivement 4,8 et 4,4). Tous les autres moyens testés, à savoir le deux-roues motorisé, le bus, l'autopartage, le métro et le tramway ou le train reçoivent une note égale ou inférieure à 4. Ainsi, seule la voiture apparaît majoritairement comme en mesure de combler les besoins de déplacements fréquents.

Sur le second point, celui du coût, la voiture se trouve en revanche reléguée en dernière position avec une note de 2,4 pour la voiture à essence et de 3,2 pour la voiture hybride ou électrique. Ce sont deux modes de

transport doux et engendrant peu de frais qui arrivent logiquement en premières positions, à savoir la marche (9,5) et le vélo (8,6). Trois autres modes de transport obtiennent sur ce critère une note légèrement supérieure ou égale à la moyenne : l'autopartage (5,6), le métro ou tramway (5,1) et le bus (5). **Les transports en commun apparaissent donc comme la solution la moins coûteuse après la marche et le vélo.** Les deux-roues motorisés (4,1) et le train (3,4) sont jugés plus chers.

Enfin, sur le dernier point, **celui du respect de l'environnement, on retrouve en tête les deux modes de transport doux, à savoir la marche à pied (9,6) et le vélo (9,4). La voiture hybride ou électrique se place en 3^{ème} position avec une note moyenne de 7,1.** Elle arrive juste devant le métro et le tramway (6,9) et le train (6,6). L'auto-partage occupe une position médiane avec une note moyenne (5,6), un peu devant le bus (5,3), mode de transport en commun le moins bien placé sur cet aspect. Enfin, les véhicules motorisés ferment le classement : les deux-roues motorisés (3,9) et la voiture à essence (3,2).

Si l'on pondère la note de chacun des moyens de transport en fonction de l'importance déclaré du critère et que l'on construit un indice synthétique, on arrive aux indices suivants :

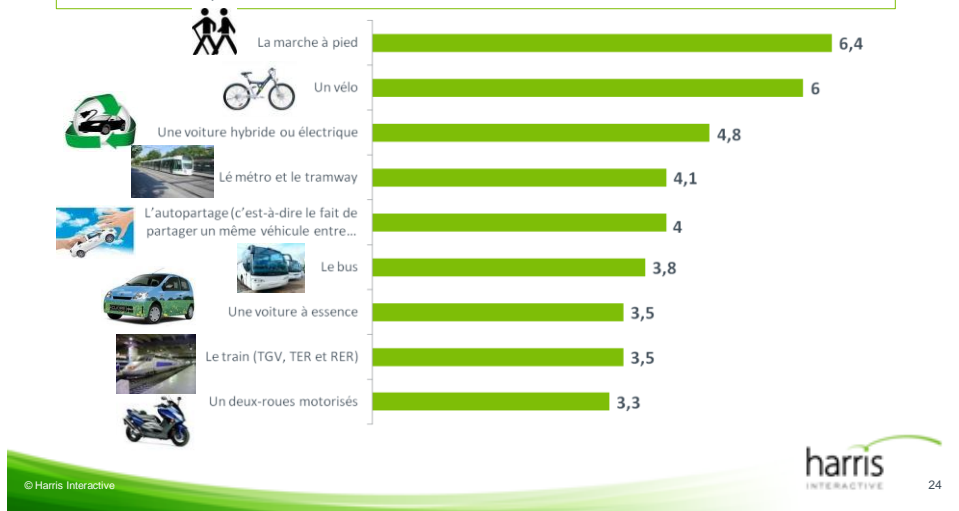
- 6,4 pour la marche à pied ;
- 6 pour le vélo ;

Ce sont les seuls deux modes à obtenir un indice supérieur à 5 sur ces trois critères.

- 4,7 pour la voiture hybride ;
- 4,1 pour le métro et le tramway ;
- 4 pour l'autopartage ;
- 3,8 pour le bus ;
- 3,5 pour la voiture à essence ;
- 3,5 pour le train ;
- 3,3 pour un deux-roues motorisés.

Indice synthétique sur la base des trois critères

Indice construit à partir des quatre questions précédentes : chaque indice a été calculé de la manière suivante : note sur la capacité à répondre aux besoins de déplacement * importance donnée à ce critère + note sur le coût * importance donnée à ce critère + note sur le respect de l'environnement * importance donnée à ce critère /30



Certes, cet indice est à manipuler avec précaution : cela ne veut pas dire que si les Français étaient cohérents, ils ne se déplaceraient qu'à pied ou en vélo. En effet, plusieurs dimensions sont absentes de ce calcul et l'adéquation aux besoins de déplacement pèse sans doute bien plus dans l'équation que ne le montre cet indice. Toutefois, **il reflète plusieurs tendances de société voire certains signaux émergents :**

- Premièrement, **la possibilité de recourir plus souvent à des modes de transport doux pour les petits déplacements du quotidien** : en effet, s'ils ne peuvent à eux seuls couvrir tous les besoins de déplacement journaliers, la marche comme le vélo sont des modes de transport économiques et écologiques qui pourraient être plus souvent utilisés ;
- Deuxièmement, **l'existence d'un créneau pour les véhicules électriques, surtout en cas de baisse du prix**. Une autre question démontre que le véhicule hybride ou électrique apparaît comme la solution motorisée la plus susceptible d'allier économie et environnement (35%) devant le recours plus fréquent aux transports en commun (27%), l'usage d'un véhicule thermique éco-entretenu et éco-conduit (19%) ou l'auto-partage (7%);

- Troisièmement, **l'attrait possible pour l'auto-partage à condition qu'il puisse répondre de manière plus adéquate aux besoins de déplacement de chacun**. Notons cependant qu'aujourd'hui, l'auto-partage rebute près d'un tiers des Français, 31% déclarant qu'ils ne sont prêts à adopter aucune solution de mobilité partagée, quand 36% se disent prêts à opter en priorité pour le covoiturage, 18% pour l'auto-partage organisé par une collectivité ou une association et 12% pour l'auto-partage organisé entre particuliers.
- Enfin, **la mauvaise place de la voiture à essence, qui apparaît comme le mode de déplacement le plus coûteux mais le plus utile aujourd'hui**. Cet indice relativise ainsi l'argument utilisé par un grand nombre d'automobilistes qui dénoncent des solutions alternatives trop chères, alors que la voiture à essence apparaît ici perçue comme plus chère que tous les autres modes de transport.

L'avenir de la mobilité : quels changements attendus pour 2030 ?

L'enquête se clôt par une partie consacrée à la mobilité de demain. Comment les Français s'imaginent se mouvoir en 2030 ? A quel prix ? Et quelles améliorations attendent-ils ?

Première vision d'avenir : **les Français anticipent des besoins de mobilité croissants**. Ainsi, lorsqu'ils se projettent en 2030, 57% (+11 points par rapport à 2010) pensent que les Français se déplaceront davantage, quand seulement 12% (-3 points) pensent qu'ils se déplaceront moins, et 29% (-7 points) ni plus, ni moins.

Deuxième vision d'avenir : **les Français sont partagés sur la place des mobilités individuelles et collectives en 2030**. 50% (+5 points par rapport à 2010) pressentent que les Français continueront de se déplacer davantage dans un véhicule personnel, tandis que 48% (-3 points) prévoient au contraire un essor de la mobilité partagée (trains, transports en commun, autopartage, covoiturage...), qui prendrait plus de place que la mobilité individuelle.

En outre, **six Français sur dix estiment que recourir dans l'avenir à des modes de déplacement plus propres leur reviendra plus cher**, quand seulement 13% estiment qu'ils feront des économies et 25% que cela ne leur coûtera ni plus ni moins cher.

Même lorsqu'on se projette dans le futur, l'argent semble rester « le nerf de la guerre ». Et en effet, **lorsqu'on leur demande ce qu'ils souhaiteraient le plus voir changer, que ce soit concernant la voiture ou concernant les transports en commun, le coût arrive parmi les premières mentions, avec des hausses significatives par rapport à l'année dernière**. Notons néanmoins que lorsqu'on parle de la voiture, les Français placent au même niveau, voire un peu au-dessus, que le coût (52%, +7 points par rapport en 2010), l'impact écologique de la voiture (56%, +4 points) et la sécurité (51%, + 8 points). Viennent ensuite, à des niveaux similaires à l'année dernière la facilité de conduite (14%), la propriété partagée des voitures (11%) et le confort des passagers (9%). Lorsque la question porte sur les transports en commun, la priorité réside dans la proximité avec le lieu de résidence (46%, +3 points), juste devant le coût, bien plus cité qu'en 2010 (41%, +13 points). La facilité d'articulation entre les modes de transports apparaît comme la troisième attente de changement (33%, +8 points), au même niveau que la fréquence (32%, +8 points). La rapidité reste citée par un répondant sur cinq (20%, +2 points). Les deux seuls items pour lesquels une baisse est enregistrée sont la sécurité (15%, -15 points) et le confort (6%, +4 points).

Si les Français attendent avant tout pour 2030 des voitures plus propres et des transports en communs plus proches, reste qu'y compris dans les représentations d'avenir, le coût conserve une dimension importante.

*_**

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6^{ème} rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris

Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord et en Europe. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe - 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy –Directeur du Département Opinion & Corporate - 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr