

Une étude



pour

drivy

Les nouvelles formes de mobilité

Quelle est l'image de la voiture auprès des Français aujourd'hui ? Les nouveaux services de mobilité sont-ils aujourd'hui connus par les Français ? Serait-ce envisageable pour eux de les utiliser à l'avenir ?

Septembre 2017

Jean-Daniel Lévy, Directeur du Département Politique – Opinion

Gaspard Lancrey-Javal, Chef de groupe au Département Politique – Opinion

Antoine Gautier, Chargé d'études au Département Politique – Opinion

Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **29** au **31 août** 2017.



Échantillon de **1 010** personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).**



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

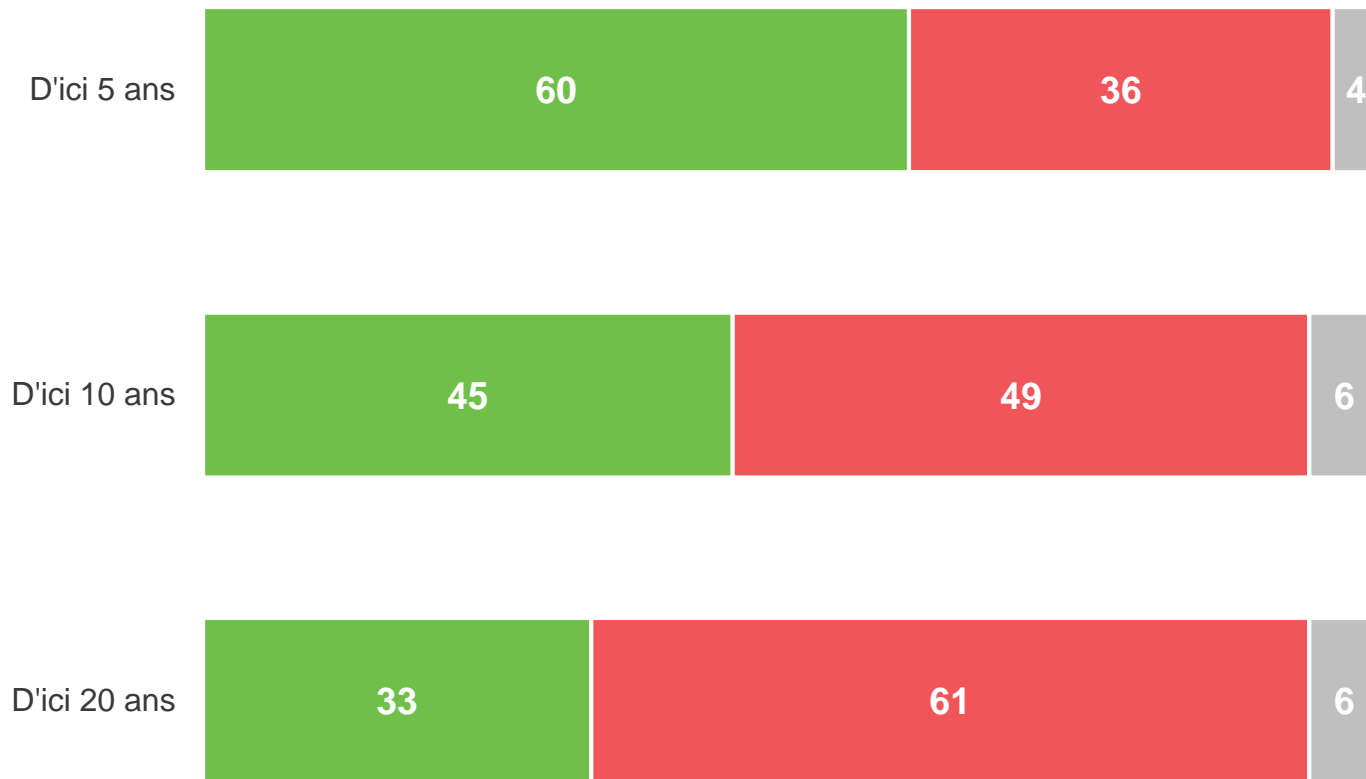
Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

Note de lecture : dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,8. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,2% et 11,8% (plus ou moins 1,8 points).

61% des Français anticipent que d'ici 20 ans, il sera moins important qu'aujourd'hui de posséder une voiture

Selon vous, d'ici 5, 10 ou 20 ans, sera-t-il plus important ou moins important qu'aujourd'hui de posséder une voiture ?

- À tous, en % -

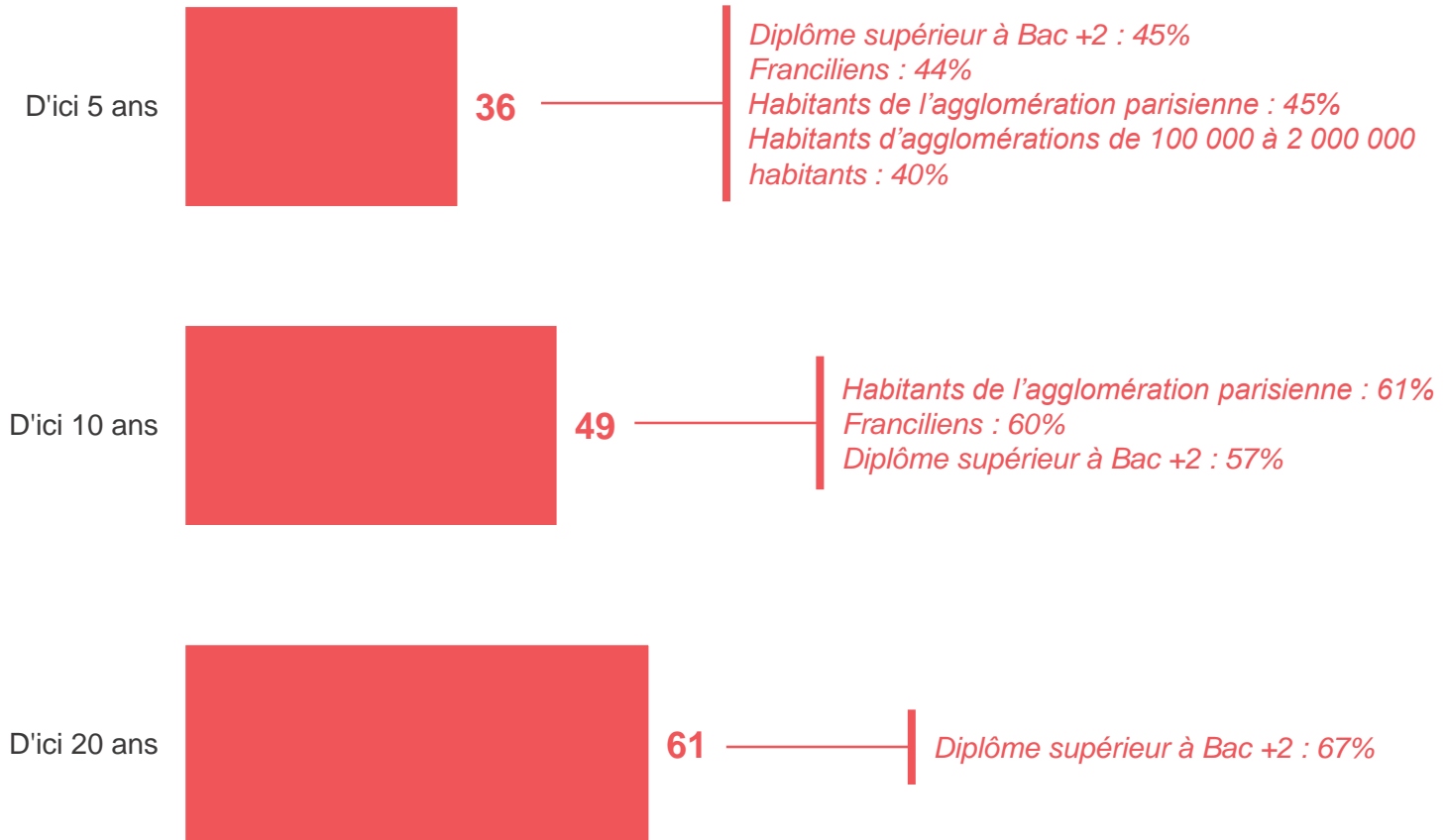


- Ce sera plus important qu'aujourd'hui de posséder une voiture
- Ce sera moins important qu'aujourd'hui de posséder une voiture
- Ne se prononce pas

Les personnes les plus diplômées et issues des plus grandes agglomérations s'attendent davantage que la moyenne à une baisse de l'importance de la voiture

Selon vous, d'ici 5, 10 ou 20 ans, sera-t-il plus important ou moins important qu'aujourd'hui de posséder une voiture ?

- À tous, en % de réponses « **Moins important** » -



Les Français associent la possession d'une voiture à des évocations mitigées : liberté voire nécessité d'une part, mais coûts élevés et pollution d'autre part

Personnellement, chacun des mots suivants correspond-il bien ou mal à l'image que vous avez du fait de « posséder une voiture » ?

- À tous, en % -

ST Correspond

Bien Mal



93 6



90 9



90 9



74 25



37 62



20 79

■ Correspond très bien

■ Correspond plutôt bien

■ Correspond plutôt mal

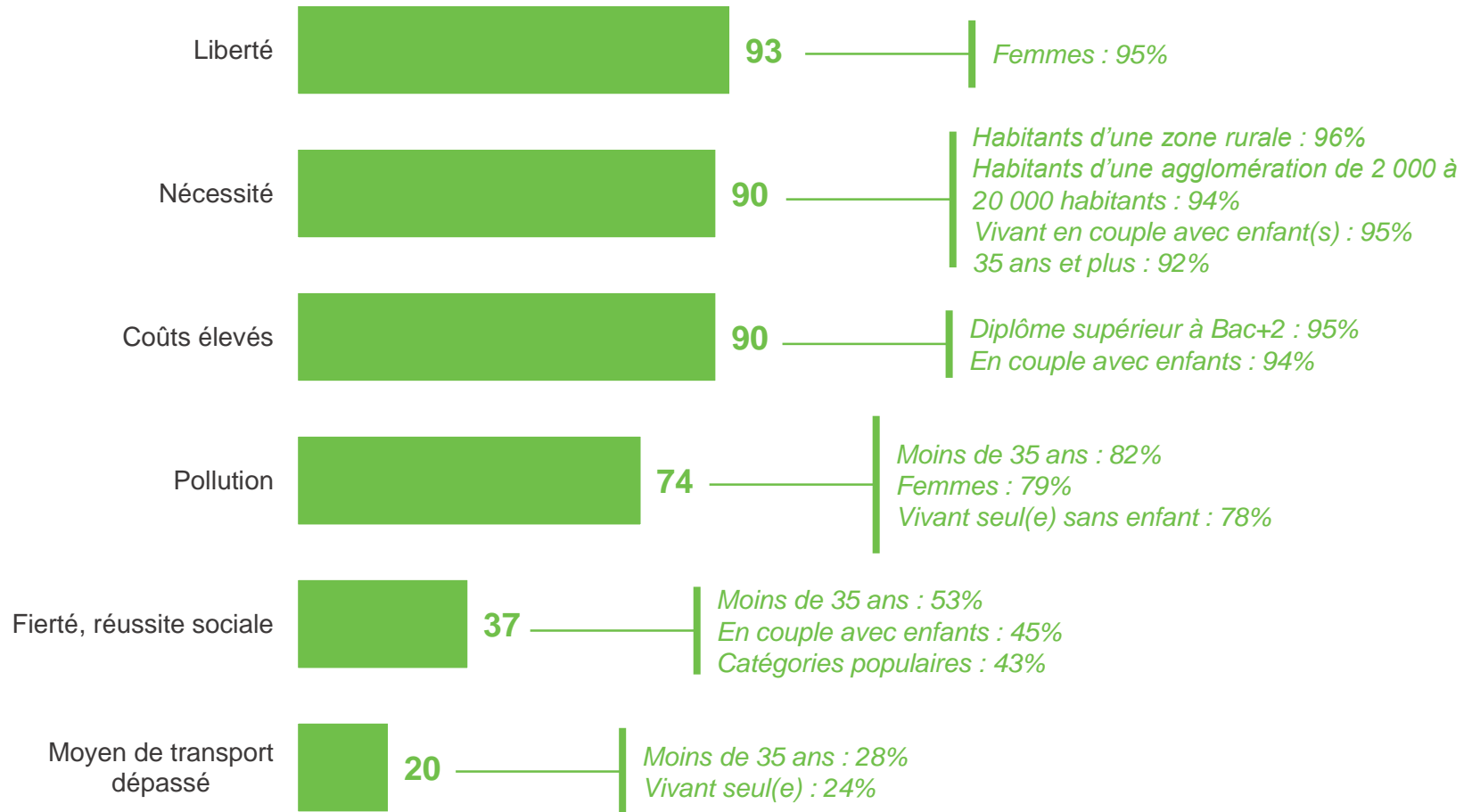
■ Correspond très mal

■ Ne se prononce pas

Dans le détail, la voiture apparaît davantage comme une nécessité aux yeux des habitants de petites villes et des parents d'enfants, tandis que les jeunes citent davantage le lien avec la pollution et une image « dépassée »

Personnellement, chacun des mots suivants correspond-il bien ou mal à l'image que vous avez du fait de « posséder une voiture » ?

- À tous, en % de réponses « Correspond bien » -



Plus de 7 Français sur 10 jugent important que les pouvoirs publics favorisent ces nouveaux services de mobilité

Selon vous, est-ce important ou pas important que les pouvoirs publics favorisent ces nouveaux services de mobilité (autopartage, covoiturage ou location de voiture entre particuliers) ?

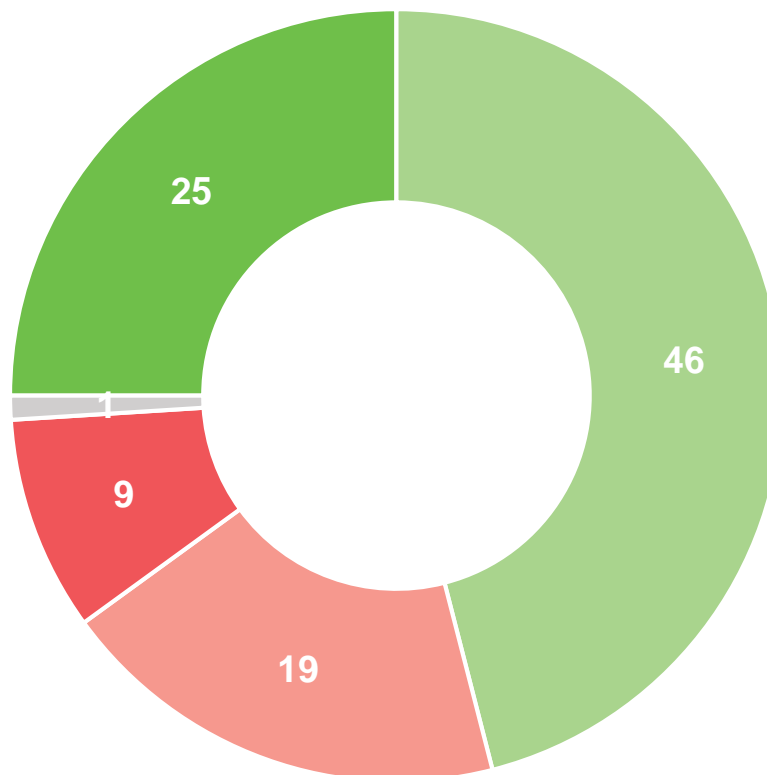
- À tous, en % -

Important : 71%

Moins de 35 ans : 81%
Femmes : 76%
Diplôme supérieur à Bac+2 : 77%
Utilise au moins un service de mobilité : 85%
Aucune voiture au foyer : 83%
Se déplaçant principalement en transports en commun : 80%

Pas important : 28%

65 ans et plus : 39%
Diplôme inférieur au bac : 38%
Hommes : 32%
Se déplaçant principalement en voiture : 30%
Au moins une voiture au foyer : 29%



■ Très important

■ Plutôt important

■ Plutôt pas important

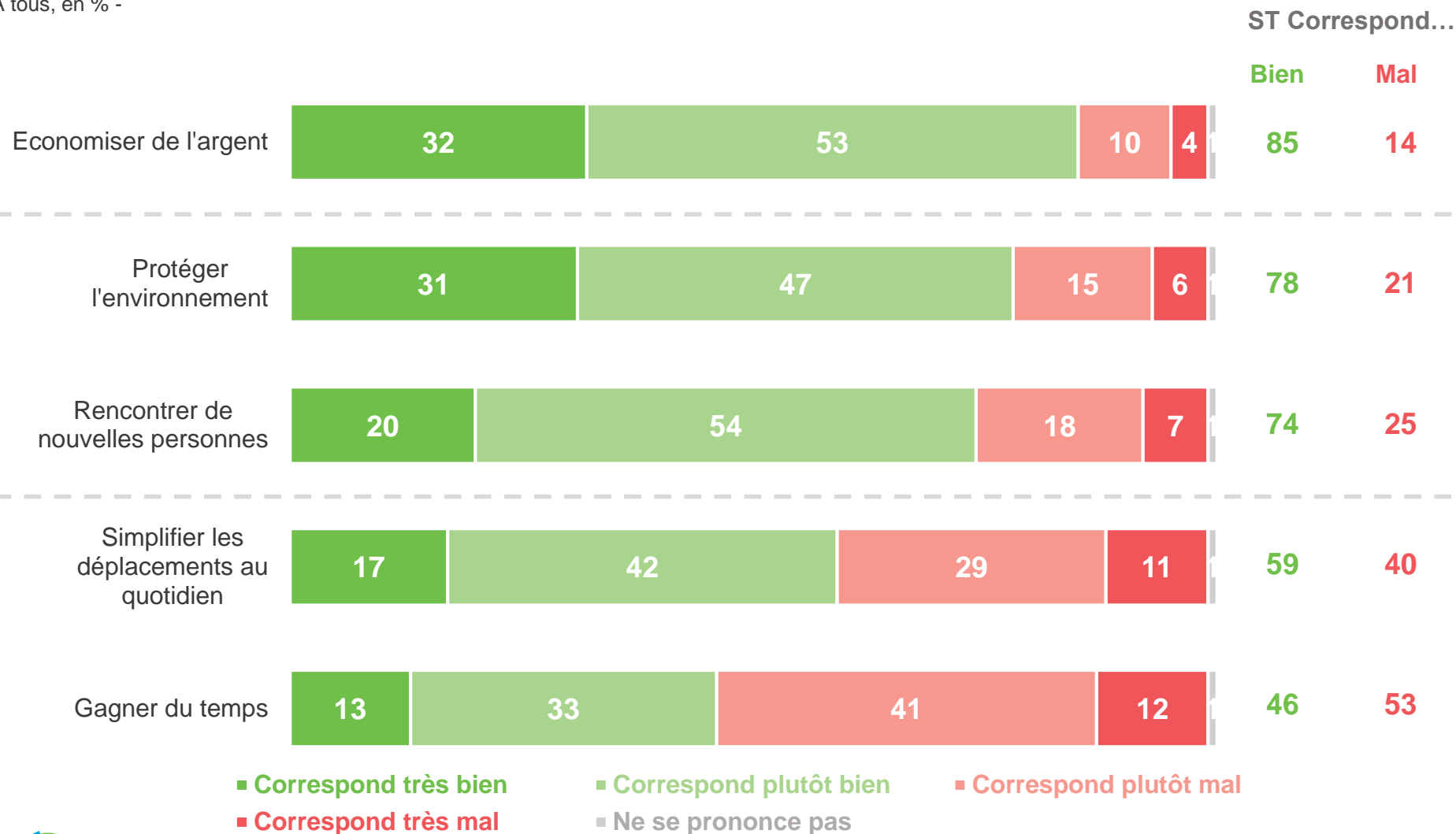
■ Pas du tout important

■ Ne se prononce pas

Le principal avantage associé aux nouveaux services de mobilité est d'ordre financier, même si les bénéfices environnementaux et sociaux sont cités par 3 Français sur 4

Selon vous, chacun des avantages suivants correspond-il bien ou mal à l'image que vous vous faites des nouveaux services de mobilité (autopartage, covoiturage ou location de voiture entre particuliers) ?

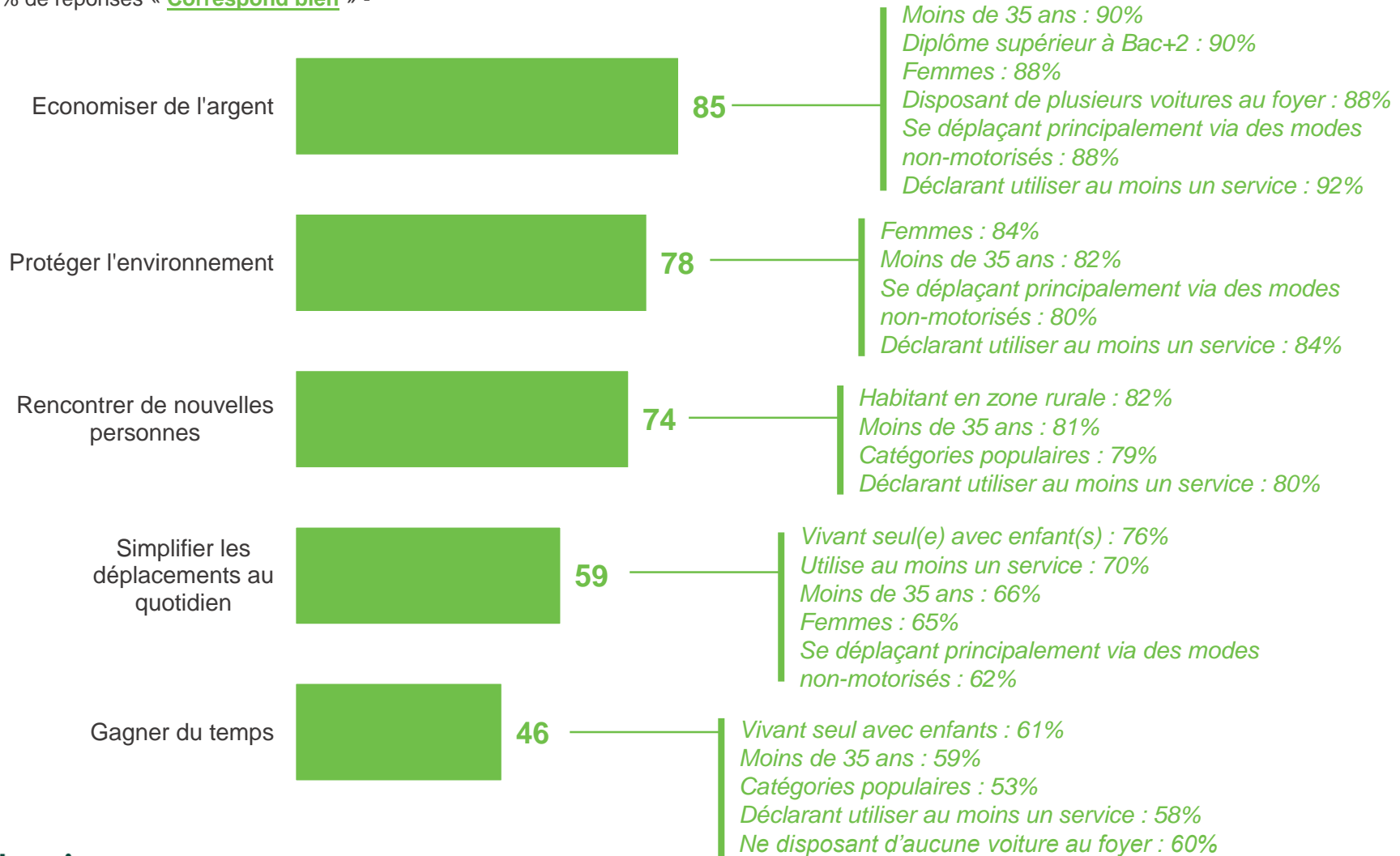
- À tous, en % -



Dans l'ensemble, les jeunes et les femmes sont davantage enclins à associer chacun de ces bénéfices aux nouveaux services de mobilité

Selon vous, chacun des avantages suivants correspond-il bien ou mal à l'image que vous vous faites des nouveaux services de mobilité (autopartage, covoiturage ou location de voiture entre particuliers) ?

- À tous, en % de réponses « **Correspond bien** » -



Contacts

Merci de noter que toute **diffusion de ces résultats** doit être accompagnée des éléments techniques suivants :
le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire de l'étude**,
la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



www.harris-interactive.com



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

Contacts Harris Interactive en France :

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

Laurence Lavernhe – Responsable de la communication - 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

ahead of what's next