

SWISS MOBILITY MONITOR 2022

- SELECTED INSIGHTS -

L'étude Swiss Mobility Monitor de l'institut de marketing et d'analyse de l'Université de Lucerne est la première étude représentative menée à l'échelle de toute la Suisse qui fait le point sur l'utilisation et la perception des nouvelles solutions de mobilité en Suisse, et les met en relation avec les besoins psychologiques des consommateurs.

Les conclusions du rapport d'étude fournissent un aperçu complet des besoins de la population résidant en Suisse en matière de mobilité. La publication met notamment l'accent sur l'adoption de certaines innovations en matière de mobilité et se penche sur les besoins psychologiques fondamentaux susceptibles de favoriser ou d'entraver l'adoption de ces innovations. Le rapport d'étude complet peut être acheté sur le site Internet de l'Université de Lucerne (lien). Vous trouverez ci-dessous une sélection de conclusions tirées du rapport d'étude :

1. Situation en matière de mobilité

66% de la population résidant en Suisse a recours à des moyens de transport privés, tandis que 32% empruntent les transports publics. Avec 2%, les offres d'autopartage ainsi que les services de chauffeurs constituent la modalité la moins répandue dans le mix de mobilité individuelle de la population résidant en Suisse. Plus de 85% des personnes interrogées disposent d'une voiture, et pour 75% d'entre elles, il s'agit de leur véhicule personnel. La majorité des personnes interrogées (52%) emprunte une voiture pour effectuer les trajets jusqu'à son lieu de travail ou de formation. Un tiers d'entre elles, soit la majeure partie, déclare utiliser exclusivement la voiture pour se rendre au travail. Dans l'ensemble, la population semble très ouverte à l'égard de la multimodalité. Il s'agit d'une option que près de 50% des personnes interrogées envisagent d'ores et déjà pour leurs trajets.

2. Les émotions jouent un rôle décisif concernant la mobilité individuelle

Les besoins psychologiques tels que le flow et le sentiment d'exercer un certain contrôle jouent un rôle comparativement important dans l'utilisation des moyens de transport. Le rapport d'étude comprend des analyses détaillées des besoins psychologiques associés aux différentes innovations de mobilité.

3. Les Suisses veulent garder le contrôle sur leurs véhicules

Ce n'est pas seulement pour satisfaire leurs besoins de pouvoir et de contrôle, mais aussi en vue d'atteindre un état de flow et de prendre du plaisir que les personnes interrogées préfèrent avoir recours à une voiture pilotée de manière conventionnelle plutôt qu'à une voiture autonome.

4. Les propriétaires de voitures électriques sont convaincus

Les propriétaires de voitures électriques s'accordent à dire que celles-ci sont systématiquement supérieures aux voitures à moteur à combustion. Les critères de comparaison étaient, entre autres, les sentiments de puissance et de contrôle ainsi que le prix.

5. La majorité de la population adopte la mobilité électrique tardivement

60% des personnes interrogées considèrent faire partie de la majorité tardive ou des retardataires en ce qui concerne l'adoption de la mobilité électrique. Seule une faible proportion des personnes interrogées estime faire partie des innovateurs (5,6%) ou des adopteurs précoces (8,5%), selon la théorie de la diffusion de Rogers.

6. Durabilité et rentabilité grâce à l'autopartage

Les personnes qui ont déjà recours à l'autopartage estiment qu'il s'agit d'une alternative plus durable et économique que la voiture privée. En ce qui concerne les besoins de contrôle et de pouvoir, ces personnes considèrent que l'autopartage présente un désavantage par rapport à la voiture privée.

7. Il existe une certaine confiance dans les services automobiles numériques

Dans l'ensemble, les services automobiles numériques sont considérés comme utiles et inspirant confiance. Toutefois, la population n'est pas vraiment prête à accepter la collecte de données par les services numériques en vue de générer des profits financiers.

8. Les systèmes d'aide à la conduite sont bien acceptés par les Suisses

Si 72% des personnes interrogées estiment faire partie de la majorité tardive ou des retardataires en matière de mobilité autonome, 58% d'entre elles considèrent faire partie des innovateurs, des adopteurs précoces ou de la majorité précoce (selon la théorie de la diffusion de Rogers) en ce qui concerne le recours aux systèmes d'aide à la conduite.

9. Pertinence très élevée du commerce physique lors de l'achat d'un véhicule

Près de 88% des personnes interrogées indiquent préférer acheter une voiture dans un garage, tandis que 4% d'entre elles déclarent préférer acheter une voiture sur Internet. La confiance dans les concessionnaires représente ici un aspect central. Le lieu d'achat (garage ou Internet) ne constitue pas un critère déterminant pour 8% des personnes interrogées.

10. Le commerce physique répond aux besoins des consommateurs

Les résultats de l'étude suggèrent que l'achat d'une voiture dans un garage satisfait les principaux besoins des clients (p. ex. reconnaissance sociale, justice sociale et confiance). Cela est moins vrai pour les achats réalisés par le biais des canaux numériques.

Répartition démographique de l'échantillon

- Moyenne d'âge:	46.6 ans
- Sexe:	45.7% de femmes 54.3% d'hommes
- Région linguistique:	71.2% allemand 24.0% français 4.8% italien

Conception de l'étude

- Panel en ligne de LINK couvrant les trois régions linguistiques suisses
- Échantillon représentatif de la population suisse comprenant 1047 personnes
- Période d'enquête: du 2 décembre au 13 décembre 2021

Rapport d'étude détaillé

Vous retrouverez ces informations ainsi que de nombreuses autres conclusions dans le rapport d'étude détaillé Swiss Mobility Monitors 2022. Les résultats présentés dans le cadre du rapport donnent notamment un aperçu de l'adoption des innovations en matière de mobilité et des besoins psychologiques qui pourraient entraver cette adoption (p. ex. les besoins de flow, de plaisir, de pouvoir, de contrôle, de confiance, de justice sociale et de reconnaissance sociale). Des conclusions détaillées concernant les innovations suivantes sont présentées: électromobilité, économie de partage, multimodalité, achat numérique des solutions de mobilité, mobilité autonome ainsi que mobilité connectée et services automobiles numériques.

Le rapport porte sur la population vivant en Suisse et est ponctuellement segmenté en fonction de certaines caractéristiques démographiques et d'autres attributs relatifs aux consommateurs (p. ex. responsabilité environnementale).

Le rapport d'étude détaillé fait partie des études Swiss Consumer Studies. Les «conclusions sélectionnées» ainsi que le rapport d'étude complet sont disponibles sur le lien suivant: www.swissconsumerstudies.ch

Pour toute question, veuillez contacter: swissconsumerstudies@unilu.ch

Citation

F. Rohlfen, R. Hofstetter, D. Finken, L. Ilg, P. Herger, D. de Carvalho, A. Herrmann. Swiss Mobility Monitor 2022, Université de Lucerne.

Remerciements

Les partenaires de l'étude remercient chaleureusement l'institut LINK pour son soutien dans le cadre de cette étude.

LINK