

Quand l'instinct est un moteur de décision: l'adoption de nouvelles formes de mobilité est une question d'émotions

Une étude représentative des Universités de Lucerne et de Saint-Gall fait le point sur les nouvelles formes de mobilité en Suisse et montre dans quelle mesure les motivations et les besoins de chacun influencent leur acceptation et leur utilisation.

L'étude «Swiss Mobility Monitor», publiée le 17 mars 2022, se concentre sur les motivations et les besoins qui retiennent ou encouragent la population vivant en Suisse à adopter de nouvelles formes de mobilité. L'étude est le résultat d'une enquête inédite représentative de la population suisse, menée sous la direction scientifique des professeurs Reto Hofstetter (Université de Lucerne) et Andreas Herrmann (Université de Saint-Gall). L'étude Swiss Mobility Monitor 2022 a été réalisée en collaboration avec l'Institut pour la mobilité de l'Université de Saint-Gall, la compagnie d'assurance Zurich et AutoScout24. Les conclusions de l'étude constituent pour les chercheurs une base de référence pour des projets ultérieurs, et offrent aux experts du marketing et de la vente des pistes concrètes pour développer des stratégies visant la commercialisation future d'innovations en matière de mobilité, telles que les véhicules électriques, l'autopartage ou les offres de mobilité multimodale, c.-à-d. l'utilisation de plusieurs formes de mobilité dans le cadre d'un même trajet.

La voiture privée est le mode de transport privilégié pour la mobilité individuelle; l'autopartage reste peu répandu jusqu'à présent

L'étude Swiss Mobility Monitor 2022 montre que la population vivant en Suisse reste essentiellement dépendante des moyens de transport classiques: les transports publics représentent un tiers des trajets parcourus, tandis que la voiture privée constitue le moyen de transport quasiment systématiquement privilégié pour les deux tiers restants. Les offres d'autopartage restent peu répandues jusqu'à présent, mais 10% des personnes interrogées indiquent avoir l'intention de profiter de ce type d'offres au cours des 12 prochains mois. Les modalités d'autopartage sont appelées à gagner en popularité dans les années à venir. En comparaison avec les modalités d'autopartage, les offres de mobilité multimodale sont déjà bien établies en Suisse: près de 50% des personnes interrogées les utilisent déjà aujourd'hui dans le cadre de leurs trajets.

La mobilité individuelle est un choix émotionnel

Les autres résultats mettent en évidence le fait que la question de la mobilité revêt souvent un caractère très émotionnel. Les motivations fondamentales des consommateurs, telles que le plaisir, le flow, le contrôle et le pouvoir, varient considérablement en fonction du mode de transport. La possibilité d'atteindre un état de flow, c.-à-d. la sensation d'oublier le temps en conduisant, ainsi que l'impression de disposer d'un certain contrôle sur la forme de mobilité choisie, sont des facteurs importants dans le choix d'un moyen de transport. Cela vaut également pour les nouvelles formes de mobilité: par exemple, les personnes interrogées ont davantage tendance à associer le flow et l'exercice d'un certain contrôle aux véhicules équipés d'un moteur à combustion plutôt qu'aux véhicules électriques. C'est peut-être aussi pour cette raison que la population est encore réticente à adopter l'électromobilité. Dans les groupes de personnes qui possèdent déjà une voiture électrique,

cependant, les motivations associées à la mobilité présentent une image opposée: ainsi, le sous-groupe des propriétaires de voitures électriques explique que son besoin de contrôle, de pouvoir, de plaisir et de flow est considérablement plus satisfait qu'avec les voitures à moteur à combustion. À ce sujet, le professeur Andreas Hermann, chercheur en mobilité, ajoute: «Il faut avoir essayé soi-même la mobilité électrique pour l'apprécier».

Les motivations telles que le contrôle, le flow et le facteur de plaisir jouent également un rôle décisif dans l'utilisation et l'acceptation des véhicules autonomes ou des offres d'autopartage: pour une grande partie des personnes interrogées, cela explique qu'elles soient plutôt peu convaincues par les offres d'autopartage ou les véhicules autonomes et qu'elles optent pour des véhicules privés offrant une mode de conduite classique. Là encore, des différences intéressantes émergent en fonction du comportement personnel en matière de mobilité: les personnes qui ont déjà recours aux nouvelles formes de mobilité, comme le covoiturage, ont une position plus positive à l'égard de celles-ci.

La numérisation joue un rôle de faible importance dans le commerce automobile

Jusqu'à présent, la numérisation et le commerce en ligne n'ont eu qu'un impact limité sur le commerce automobile: moins de 7% des participants à l'étude indiquent avoir déjà acheté une voiture en ligne. En outre, 88% des personnes interrogées prévoient de continuer à se rendre chez des concessionnaires automobiles classiques pour acheter une voiture. Contrairement à la tendance observée dans d'autres secteurs, la confiance dans le vendeur joue un rôle central lors de l'achat d'un véhicule: les résultats montrent que la population vivant en Suisse accorde une plus grande confiance au commerce automobile classique et physique qu'au commerce automobile en ligne lors de l'achat d'une voiture.

Étude disponible dans son intégralité ou sous forme d'extraits

Le rapport d'étude de 70 pages offre des aperçus détaillés de la progression de certaines innovations en matière de mobilité et de leur acceptation par la population suisse. Il peut être commandé sur le site Internet [Swiss Consumer Studies](#). Une sélection des résultats de l'étude est également disponible gratuitement sur le site Internet, sous la forme d'un résumé d'une page.

Contexte

L'étude Swiss Mobility Monitor repose sur une enquête représentative de la population suisse, menée en ligne auprès de 1'047 individus de plus de 18 ans vivant en Suisse. La collecte des données s'est déroulée entre le 9 et le 15 décembre 2021, en collaboration avec l'institut LINK. L'étude Swiss Mobility Monitor fait partie des études de consommation Swiss Consumer Studies menées par l'institut de marketing et d'analyse (IMA) de l'Université de Lucerne. Des études Swiss Consumer Studies sont menées à intervalles réguliers afin de tirer des conclusions sur des sujets d'actualité ayant trait au comportement numérique des consommateurs et au marketing numérique.

Renseignements

David Finken
Collaborateur scientifique, Candidat au doctorat et directeur Swiss Consumer Studies
Université de Lucerne
Institut de marketing et d'analyse
david.finken@unilu.ch

Michael Hohenreuther
Collaborateur scientifique et Candidat au doctorat
Université de Saint-Gall (HSG)
Institut de la mobilité
michael.hohenreuther@unisg.ch