

MOBILITÉ

UNE JEUNESSE ENGAGÉE EN QUÊTE DE SOLUTIONS DURABLES

2024



MOBYL

En partenariat avec

MOVIN'ON

KANTAR

Les 18-34 ans, accélérateurs d'une mobilité durable



18-34 ans

41%

SONT DES **ENGAGÉS**



32%



Population française

Une génération particulièrement impliquée sur les enjeux sociaux et environnementaux

Qui sont les Engagés* ?

Part de la population la plus préoccupée par les enjeux sociaux et environnementaux et la plus convaincue qu'elle peut faire la différence par ses actions. Soucieux que leurs pratiques soient en phase avec leurs valeurs, les engagés sont prêts à investir du temps et soutenir financièrement les entreprises qui partagent leurs valeurs.



*Source : Kantar Sustainability Segmentation



91%

des 18-34 ans **Engagés** pensent qu'ils peuvent contribuer à **changer le monde** grâce à leurs choix et actions



90%

privilégient des entreprises et des marques qui **cherchent activement à minimiser leur impact** sur l'environnement

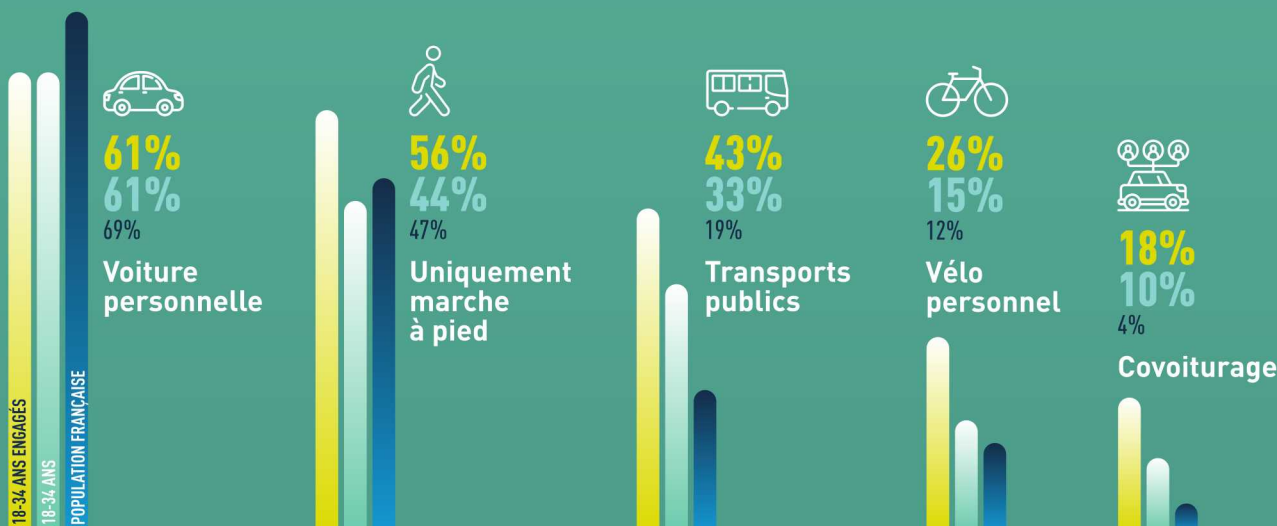


87%

privilégient régulièrement ou toujours des **destinations de vacances plus proches** pour éviter de prendre l'avion

Une génération qui a déjà adopté des habitudes de multimodalité intégrant une plus grande variété de modes dans leurs déplacements quotidiens que leurs aînés

MODES DE TRANSPORT UTILISÉS PLUSIEURS FOIS PAR SEMAINE POUR DES TRAJETS QUOTIDIENS (TOP 5)



Développer une mobilité plus durable fait partie du Top 5 des attentes des 18-34 ans

TOP 5 ATTENTES PRIORITAIRES DE DEMAIN

18-34 ANS ENGAGÉS

Réduire la densité* | 46% **1**

Développer une mobilité plus durable | 37% **2**

Rendre la mobilité plus abordable | 32% **3**

Faciliter les transferts entre les différents moyens de mobilité | 31% **4**

Avoir plus d'offres de mobilité différentes | 30% **5**

18-34 ANS

1 Réduire la densité* | 45%

2 Rendre la mobilité plus abordable | 39%

3 Améliorer la sûreté | 36%

4 Améliorer la sécurité sur la route | 30% / Faciliter les transferts entre les différents moyens de mobilité | 30%

5 **Développer une mobilité plus durable** | 27% / Avoir plus d'offres de mobilité différentes | 27%

Selon la zone d'habitation les usages et attentes varient

TOP 3 MODES DE TRANSPORT DES 18-34 ANS POUR SE DÉPLACER AU QUOTIDIEN (EN %)



TOP 5 ATTENTES PRIORITAIRES DE DEMAIN DES 18-34 ANS

18-34 ANS HABITANT DANS UNE GRANDE VILLE



- 1** Réduire la densité* | 45%
- 2** Rendre la mobilité plus abordable | 35%
- 3** Construire plus de pistes cyclables / Améliorer la sûreté | 33%
- 4** Améliorer la sécurité sur la route | 30%
- 5** **Développer une mobilité plus durable** | 29%

18-34 ANS HABITANT EN ZONE PÉRI-URBAINE



- 1** Réduire la densité* | 47%
- 2** Rendre la mobilité plus abordable / Améliorer la sûreté | 41%
- 3** Améliorer la sécurité sur la route / Faciliter les transferts entre les différents moyens de mobilité | 32%
- 4** Avoir plus d'offres de mobilité différentes | 28%
- 5** **Développer une mobilité plus durable** | 27%

18-34 ANS HABITANT EN ZONE RURALE



- 1** Faciliter les transferts entre les différents moyens de mobilité | 46%
- 2** Rendre la mobilité plus abordable | 39%
- 3** Réduire la densité* | 37%
- 4** Avoir plus d'offres de mobilité différentes | 26%
- 5** Construire plus de parkings voitures | 25%

GRANDE VILLE : Au centre d'une grande ville ou dans une grande ville, mais pas dans le centre

ZONE PÉRI-URBAINE : Dans une banlieue ou une petite ville, à proximité ou à l'intérieur d'une grande ville ou dans une petite ville ou un village, non intégré à une grande ville

ZONE RURALE : dans une zone rurale

*Réduire la densité = ex: moins d'embouteillages, moins de foule dans les transports en commun...

Les 18-34 ans et la voiture



La voiture est avant tout un symbole de **liberté** et d'**autonomie**

Elle est perçue comme une **source de dépense** importante mais est aussi associée au **plaisir** et reste un **symbole de réussite** pour les 18-34 ans, même Engagés.

La voiture est...

UN SYMBOLE DE **LIBERTÉ**, D'**AUTONOMIE** DANS SES DÉPLACEMENTS POUR



UNE SOURCE DE **DÉPENSE IMPORTANTE**



UN **PLAISIR**, UNE **PASSION**



UN SYMBOLE DE **RÉUSSITE**



Elle est **indispensable** en zone rurale, du fait du manque d'alternatives

... indispensable pour **se rendre au travail**



... le **seul moyen de transport** qu'ils ont pour leurs trajets au quotidien



POUR **67%** en zone rurale

des 18-34 ans habitants...

POUR

21%

dans une **grande ville**

L'enjeu de la voiture de demain est de trouver la **combinaison gagnante** entre prix, respect de l'environnement et sécurité

TOP 5 ATTENTES DE LA VOITURE DE DEMAIN

18-34 ANS ENGAGÉS

18-34 ANS

Plus respectueuse de l'environnement | 61% **1**

1 Plus accessible à l'achat | 56%

Plus sécurisée | 51% **2**

2 Plus respectueuse de l'environnement | 52%

Plus accessible à l'achat | 42% **3**

3 Plus sécurisée | 51%

Plus confortable | 41% **4**

4 Plus confortable | 40%

Plus connectée, intelligente | 35% **5**

5 Plus connectée, intelligente | 33%



Les **voitures électriques** s'imposent peu à peu auprès des 18-34 ans

ONT DÉJÀ CONDUIT UNE VOITURE ÉLECTRIQUE



Les 18-34 ans et les transports publics



Prendre les transports publics est un **choix écologique**



31%

des 18-34 ans **Engagés**



20%



des 18-34 ans

SONT TOTALEMENT CONVAINCUS QU'IL S'AGIT D'UN **CHOIX ÉCOLOGIQUE**

Mais cela demande des efforts, générant **des attentes fortes**

ÉCHELLE D'EFFORT TRANSPORTS PUBLICS



TOP 5 ATTENTES DES TRANSPORTS PUBLICS DE DEMAIN

18-34 ANS ENGAGÉS

Plus fiables | 57% **1**

Plus fréquents | 53% **2**

Gratuits sur des périodes spécifiques | 49% **3**

Plus confortables | 42% **4**

Plus propres | 40% **5**

18-34 ANS

1 Plus fiables | 60%

2 Gratuits sur des périodes spécifiques | 52%

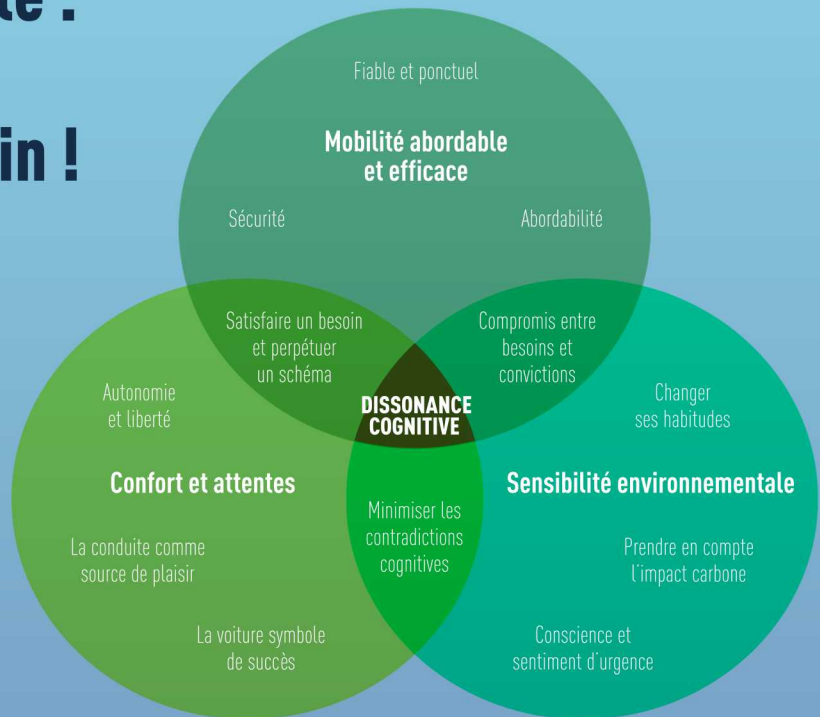
3 Plus fréquents | 48%

4 Plus développés, avec un meilleur maillage territorial | 42%

5 Plus confortables | 37%

Dissonance cognitive et intentions de mobilité durable : les 18-34 ans montrent le chemin !

L'étude met en évidence une forme de dissonance cognitive chez les 18-34 ans quant à leurs pratiques de mobilité entre envie de confort, sensibilité environnementale et contraintes pratiques et financières.



Toutefois, les intentions de mobilité des 18-34 ans **Engagés** démontrent bien leur volonté de rester en phase avec leurs convictions quand ils en ont la possibilité.

SERIEZ-VOUS PRÊTS À ...

Renoncer à la voiture pour vos trajets du quotidien, si un arrêt de transport en commun se trouvait près de chez vous



Vous déplacer principalement en vélo sur vos trajets du quotidien, s'il y avait plus de pistes cyclables sécurisées

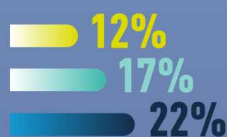


A PRIX ÉQUIVALENT ET SI J'AI LE CHOIX POUR REJOINDRE MA DESTINATION, JE PRÉFÈRE...

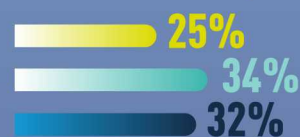
Prendre un train pendant 4h15



Neutre



Prendre un avion pendant 1h15



En résumé, ces résultats montrent que **les 18-34 ans sont plus enclins à changer leur comportement** en faveur d'une mobilité plus durable dès lors que des solutions leur seront proposées. Ils sont également les plus multi-modaux dans leurs usages de mobilité.

IMPLICATIONS

Les attentes de la population de demain vont tendre vers celles des jeunes **Engagés** d'aujourd'hui. Pour y répondre, les pouvoirs publics doivent conjointement avec les entreprises impérativement **faire évoluer l'offre de mobilité** pour qu'elle soit plus respectueuse de l'environnement et propose plus de multi-modalité.

L'enjeu reste de savoir à quelle vitesse ces nouvelles pratiques deviendront la norme? Peut-on s'attendre à encore plus d'engagement de la part des prochaines générations?

Méthodologie

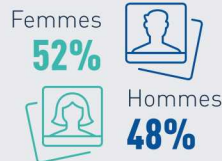
Etude réalisée auprès d'un échantillon représentatif national de la population française, selon la méthode des quotas (sexes, âge, classe sociale, habitat et région).

Auprès d'un échantillon total de N= 1515 interviews, incluant un échantillon boost de n=500 auprès de jeunes de 18 à 34 ans.

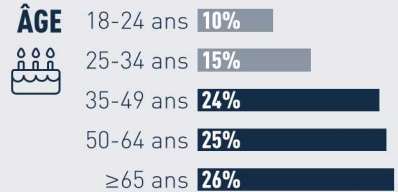
Etude réalisée online via notre panel Kantar Métaskope

Profils socio-démographiques échantillon

SEXE



ÂGE



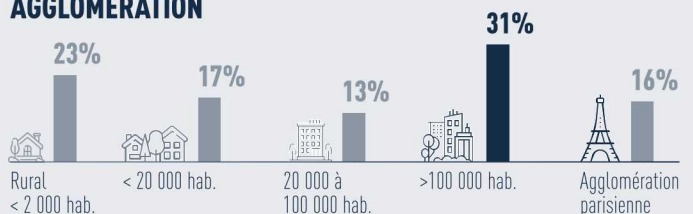
CATÉGORIE SOCIO PROFESSIONNELLE



RÉGION



AGGLOMÉRATION



Les segments RSE Kantar

La segmentation RSE Kantar **classifie les consommateurs selon leur niveau d'engagement autour de différents sujets RSE** définis par 5 questions standards.

Engagés

41% vs 32%*

Les Engagés sont beaucoup plus susceptibles de croire qu'**ils peuvent faire une réelle différence** grâce à leurs actions et de penser qu'ils sont personnellement concernés par les problèmes sociaux et environnementaux.

Leurs actions correspondent à leurs valeurs, ils veulent en faire plus et ils sont prêts à investir leur temps et leur argent pour soutenir les entreprises qui s'efforcent de développer un modèle plus respectueux des hommes et de l'environnement.

Convaincus

23% vs 21%*

Les Convaincus ne sont pas complètement persuadés que leurs actions individuelles peuvent faire la différence, mais **ils ont déjà pris des mesures** pour essayer de participer au changement – ils ont arrêté d'acheter certains produits/services en raison de leur impact sur l'environnement ou sur la société.

Hésitants

28% vs 34%*

Les Hésitants pensent que leurs choix montrent aux autres qui ils sont et ce en quoi ils croient, et sont donc **fortement influencés par leur environnement social** et les réseaux sociaux.

Semblable aux Engagés, **ce groupe croit pouvoir faire la différence**.

Cependant, **leurs actions ne correspondent pas à leurs convictions** : ils ne recherchent pas de marques qui compensent leur impact et n'ont pas cessé d'utiliser des marques en raison de leur impact sur l'environnement ou sur la société.

Refractaires

8% vs 14%*

Les Réfractaires sont indifférents à l'égard de tout ce qui est durable.

Même si certains Réfractaires s'engagent sur les basiques, veulent faire plus et essaient d'acheter des produits plus écologiques, ils ne souhaitent pas investir leur temps ou leur argent pour réellement changer leurs comportements.

MOBYL

MOBILITY BOARD OF YOUNG LEADERS

MOBYL est une association de jeunes (18-35 ans) engagés sur les enjeux de transformation sociétale et écologique de notre mobilité. Le collectif a été créé avec le soutien de Movin'On.

TÉMOIGNAGES DE MEMBRES MOBYL

"Alarmé par la situation actuelle de la planète, MOBYL vise à créer des synergies entre les générations afin de changer la vision des organisations en matière de mobilité durable."

"Au sein de nos organisations et à travers l'écosystème Movin'On, nous développons des solutions impactantes et partageons de nouveaux modèles comportementaux."

ÉTUDE MENÉE EN COLLABORATION AVEC KANTAR

Kantar est le leader mondial des données, des études et du conseil basés sur la preuve par la mesure. Kantar offre une compréhension unique et exhaustive de la façon dont les individus pensent, ressentent et agissent, à l'échelle mondiale et locale, dans plus de 90 marchés.

MOVIN'ON

Movin'On est un écosystème mondial de co-innovation engagé dans la mobilité durable. Indépendant et sans but lucratif, nous fédérons les villes, les pays, les entreprises et la société civile pour mettre en place des solutions concrètes au bénéfice de tous

En partenariat avec

MOVIN'ON

KANTAR

