

INSTITUT
MONTAIGNE



Quelle place pour la voiture demain ?



ENQUÊTE D'OPINION SUR
L'AUTOMOBILE ET SON USAGE JUIN 2017

*Il n'est désir plus naturel
que le désir de connaissance*

INSTITUT
MONTAIGNE



ENQUÊTE D'OPINION SUR L'AUTOMOBILE ET SON USAGE

Afin de nourrir la réflexion qu'il a consacrée à l'automobile et à son usage, l'Institut Montaigne a choisi de conduire une enquête d'opinion sur les habitudes et les attentes des citoyens en termes de mobilité et d'avenir de l'automobile. Cette enquête a été réalisée en décembre 2016 par Kantar-TNS Sofres auprès de 3 000 personnes. Trois zones géographiques ont été étudiées : la France, l'Allemagne et la Californie.

Quels sont les enseignements de ce sondage ?

Quel est le rapport à la voiture des personnes interrogées ?

Le permis de conduire n'est pas *has been*. Dans les trois zones géographiques étudiées, **plus de 9 personnes interrogées sur 10 détiennent leur permis de conduire**. Contrairement aux idées reçues, ce taux demeure élevé chez les 18-24 ans, puisque 83,9 % des Français, 80,1 % des Allemands et 85,1 % des Californiens en disposent.

Il ressort du sondage que **les caractéristiques géographiques** des trois zones étudiées influent fortement sur les moyens de transport privilégiés : notamment, en Californie, les usagers utilisent plus fréquemment la voiture, l'avion et le train, du fait de la longueur des trajets à parcourir. Sept Californiens sur dix utilisent la voiture dans leurs déplacements domicile-travail, contre 64,4 % pour les Français. Ceux qui ne prennent pas la voiture quotidiennement en France (47,6 %) et en Allemagne (49,2 %) profitent de distances plus courtes à parcourir pour se déplacer à vélo ou à pied. Ils sont par

ailleurs plus susceptibles d'utiliser les réseaux de transports en commun, plus aboutis.

Dans les trois zones toutefois, **plus de la moitié des répondants utilisent leur voiture personnelle au moins une fois par jour**, faisant de cette dernière le moyen de transport le plus usité. Le véritable clivage géographique se situe plutôt à l'intérieur de chacune de ces zones, **l'usage quotidien de l'automobile diminuant selon la taille des agglomérations**. Néanmoins, **même dans les grandes villes, cet usage quotidien de la voiture reste significatif**, puisqu'il concerne en moyenne 35 % des individus habitant dans le centre urbain des grandes métropoles¹, contre 24 % pour les transports en commun. Dans le seul cas de la France, ces chiffres s'établissent respectivement à 23 % (usage quotidien de la voiture) et 31 % (usage quotidien des transports en commun). Il est intéressant de noter ici le clivage qui oppose les habitants des centres urbains aux habitants des périphéries de ces mêmes métropoles, l'usage quotidien de la voiture étant de 15 points plus élevé pour les seconds, pour un taux d'utilisation des transports en commun similaire aux premiers.

Quelle est la relation des personnes interrogées avec la voiture d'aujourd'hui ?

99 % des possesseurs d'une voiture ne comptent pas s'en séparer dans les trois zones étudiées (ils veulent soit la garder, soit en changer). Cette réponse unanime s'explique par l'image que donne l'automobile aujourd'hui : **pour plus d'une personne interrogée sur deux, la voiture est avant tout synonyme de liberté et d'indépendance**.

¹ Entendues ici comme les agglomérations de plus de 1,5 millions d'habitants.

Les aspects négatifs liés à la possession d'un véhicule (nuisance pour l'environnement, contrainte) ne sont cités que très rarement par les répondants, même si une personne sur cinq conçoit l'automobile comme une source de dépenses.

La voiture demeure donc un mode de transport privilégié et plébiscité par les sondés des trois régions. L'automobile est ainsi réputée **pour son aspect pratique** (pour les Européens) et **son confort** (pour les Californiens). De plus, en comparaison avec les autres moyens de locomotion, les répondants citent comme atout majeur de l'automobile **sa flexibilité**, et ce dans les trois zones géographiques étudiées. Viennent ensuite le côté pratique de la voiture chez les Français, le confort chez les Allemands, et la rapidité chez les Californiens.

Ceux qui ne se déplacent pas en voiture ont d'autres priorités :

- la marche à pied et le vélo sont privilégiés pour leur aspect bénéfique pour la santé ;
- les transports en commun sont vus comme pratiques et peu coûteux ;
- le train est choisi pour sa rapidité et le plaisir associé à son utilisation.

Choisie, l'automobile l'est néanmoins parfois faute de mieux : **près de 4 individus sur 10 estiment ainsi n'avoir aucune autre alternative à ce mode de transport, quel que soit le type de déplacement considéré**. Si c'est dans les zones les moins denses que cette dépendance est la plus forte, celle-ci existe aussi dans les grandes métropoles, où un usager sur trois déclare ne pas disposer d'alternative à la voiture. Ajoutons qu'**en France, ce sont les catégories sociales les plus favorisées qui sont les moins dépendantes de la voiture**, notamment pour leurs déplacements domicile-travail (38 % pour

les actifs CSP+, vs. 44 % pour les inactifs et 49 % pour les autres CSP).

Si elles sont en croissance, les nouvelles formes de mobilité (l'auto-partage, le covoiturage, la location de voiture entre particuliers...) ne sont encore que **très partiellement exploitées**. En France, leur usage au quotidien ne dépasse pas 6 % des individus concernés, quelle que soit la zone géographique concernée². Ceux qui ont recours aux nouvelles de mobilité le font en remplacement de la voiture individuelle (dans 40 % des cas), mais aussi régulièrement pour substituer des trajets habituellement réalisés en train (covoiturage longue distance), en transports en commun ou à pied (auto-partage, VTC).

Quelles attentes placent les personnes interrogées dans la voiture de demain ?

Lorsqu'ils sont interrogés sur le véhicule du futur qui conviendrait le mieux à leurs besoins, les Français et les Allemands citent **le respect de l'environnement** comme caractéristique principale. Les Californiens sont davantage sensibles à la sûreté. Enfin, seuls 16,4 % des Français, 15 % des Allemands et 22,3 % des Californiens considèrent que le véhicule qui répondrait le mieux à leurs besoins serait le véhicule autonome, dont les potentielles promesses suscitent un **certain scepticisme**. À la question « dans quelle mesure un tel

² C'est dans les agglomérations de 500 000 à 1,5 millions d'habitants que cet usage quotidien est le plus élevé ; pour la population française prise dans son ensemble, ce taux s'élève à 2 %. L'usage occasionnel des nouvelles formes de mobilité concerne quant à lui davantage de personnes, puisque 36 % des Français en moyenne ont eu recours à ces dernières au cours des 12 derniers mois précédant la réalisation de cette enquête.

véhicule répondrait-il à vos besoins de mobilité ? », ils sont autant à répondre positivement (extrêmement bien, très bien) que par la négative (peu, pas du tout).

Paradoxalement, ils sont **près de deux tiers à avoir une perception globalement positive** du véhicule autonome (63,3 % pour les Français, 64,4 % pour les Californiens et 54,5 pour les Allemands). De plus, on constate un quasi-consensus sur la capacité du véhicule autonome à permettre aux personnes à mobilité réduite de se déplacer aisément (plus de 4 sondés sur 5). De plus, un véhicule autonome réduirait **la perte de temps liée à la recherche d'un stationnement** selon 80,3 % des Français. Cela permettrait de faire des trajets plus longs sans se fatiguer pour 71,9 % des Allemands et pour 79,9 % des Californiens.

Dès lors, comment expliquer leur manque d'enthousiasme face à cette nouvelle technologie ?

VII

Tout d'abord, les répondants doutent du prix de la voiture autonome lorsque celle-ci sera mise en vente : **45,8 % des Français, 43,1 % des Allemands et 40,3 % des Californiens l'identifient comme le principal inconvénient du véhicule autonome.**

Autre réserve exprimée, la protection de leurs données personnelles : la crainte de voir celles-ci mal utilisées ou piratées est manifestée par 27 % des Californiens et 33 % des Allemands. Mais, même si le prix leur convenait, 31,6 % des Français, 31,5 % des Allemands et 33,1 % des Californiens ignorent s'ils achèteraient un tel véhicule.

Ces différents éléments constituent donc autant de freins à une diffusion rapide de ces technologies à court terme. S'ils souhaitent remédier à cette terne dynamique, les pouvoirs publics devront ainsi redoubler d'effort pour **encourager l'innovation dans le secteur automobile**, avec une attention particulière sur la pédagogie auprès des citoyens.

Méthode :

Le sondage a été réalisé via des interviews online, entre le 14 et le 27 décembre 2016, auprès de 1006 Français, 1004 Allemands et 983 Californiens, soit 2 993 personnes représentatives de la population des zones géographiques.