

“opinionway pour **Sofinscope**
LE BAROMÈTRE QUI VOUS DONNE UN TEMPS D'AVANCE
SUR LA CONSOMMATION

Les mobilités durables font-elles partie des habitudes des Français ?

Les Français et le budget transports
Mai 2022



ESOMAR²²
Corporate





La méthodologie



“ La méthodologie de l'enquête



Echantillon de **1036 personnes représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 27 au 28 avril 2022**.
Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« **Sondage OpinionWay pour SOFINCO** » *et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.*



Le profil de l'échantillon





Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE, Bilan démographique



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	16%
	35-49 ans	25%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	24%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	22%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	26%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	14%
	Catégories populaires	30%
	Employés	17%
	Ouvriers	13%
	Inactifs	43%
	Retraités	26%
	Autres inactifs	17%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	23%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	13%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%

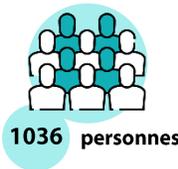


Les résultats



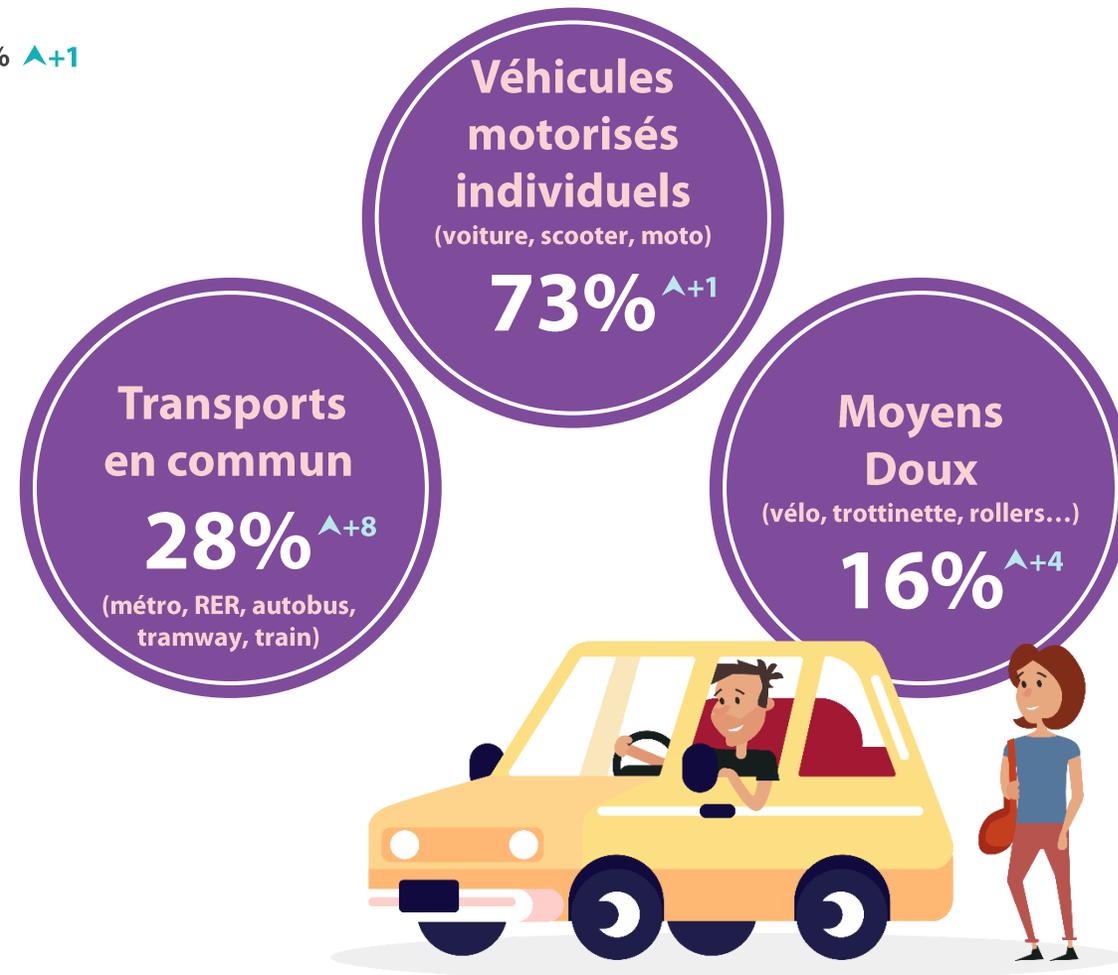
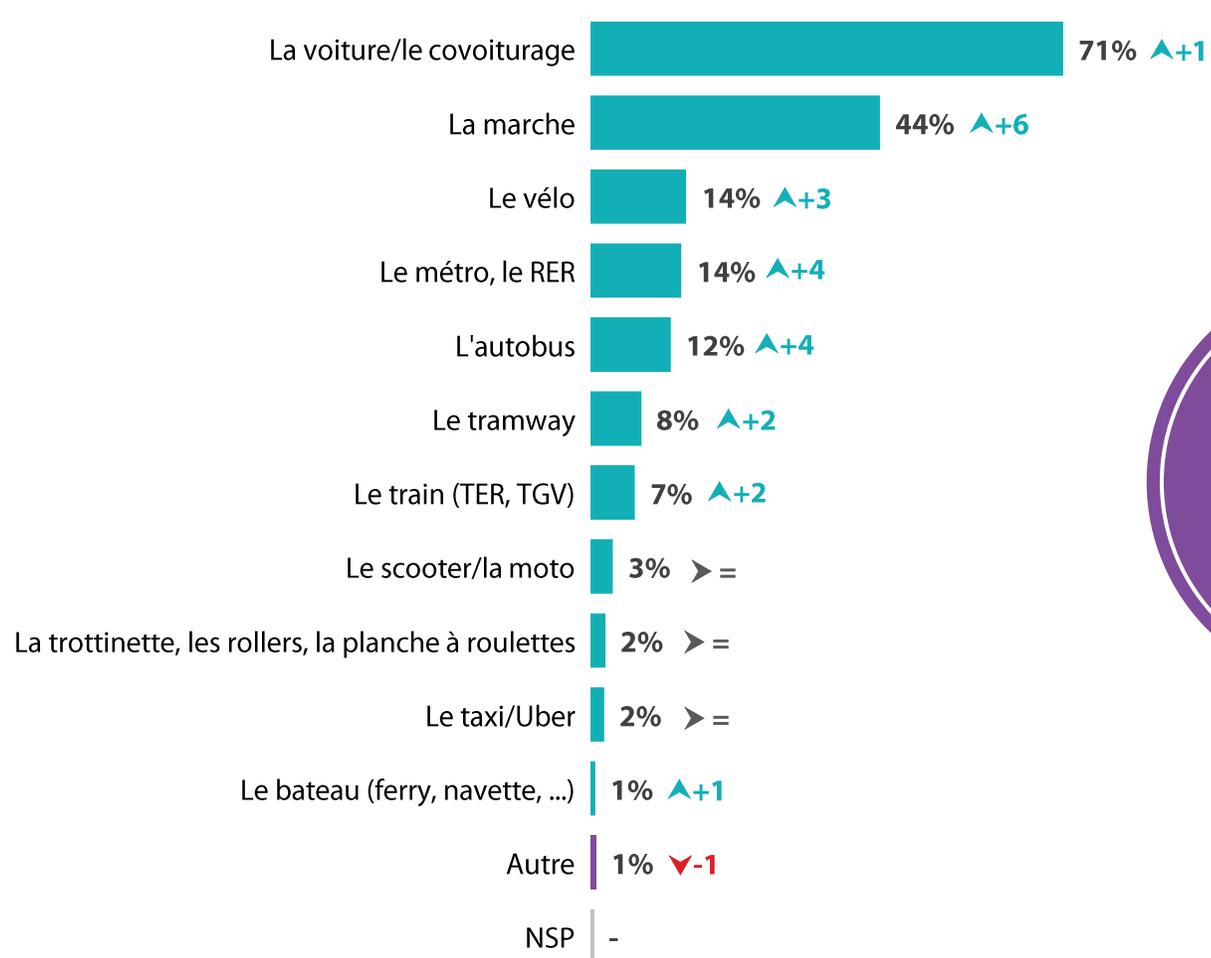


L'identification des moyens de transport utilisés au quotidien



Q. Lesquels de ces moyens de transport utilisez-vous le plus pour vos déplacements quotidiens ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%





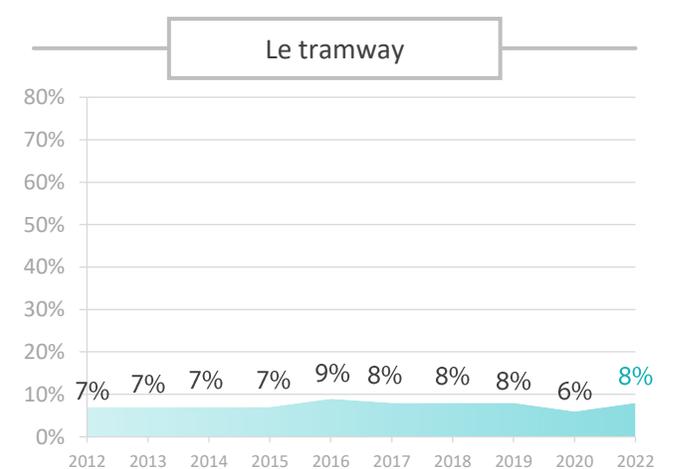
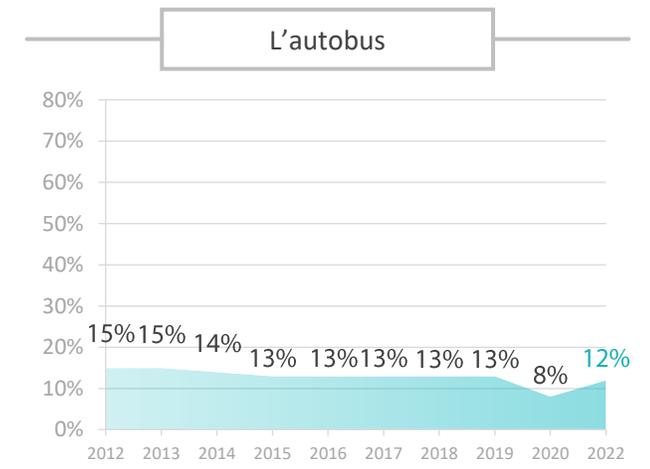
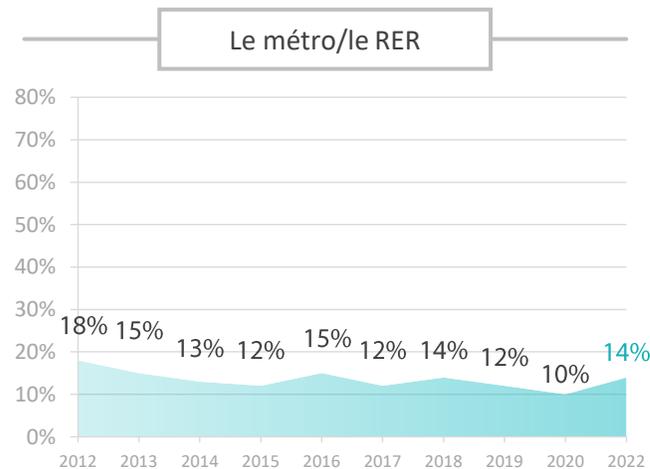
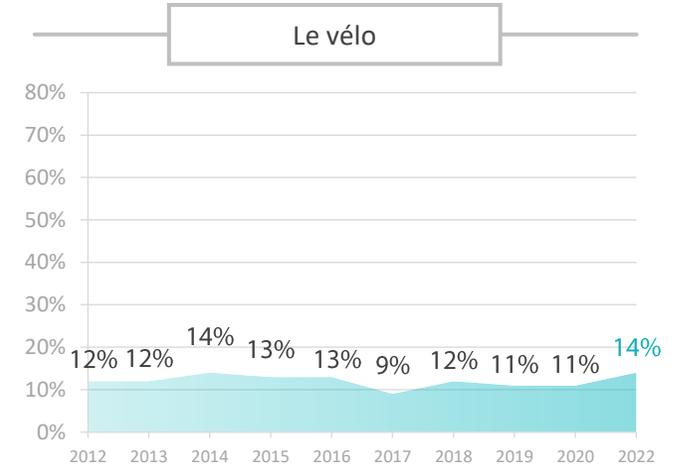
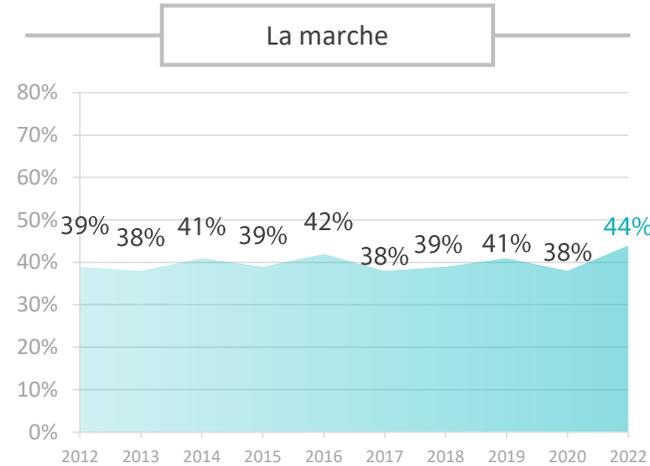
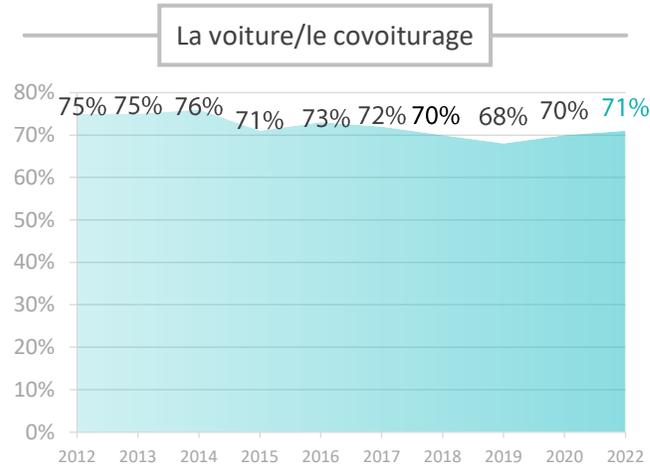
L'identification des moyens de transport utilisés au quotidien



1036 personnes

Q. Lesquels de ces moyens de transport utilisez-vous le plus pour vos déplacements quotidiens ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%





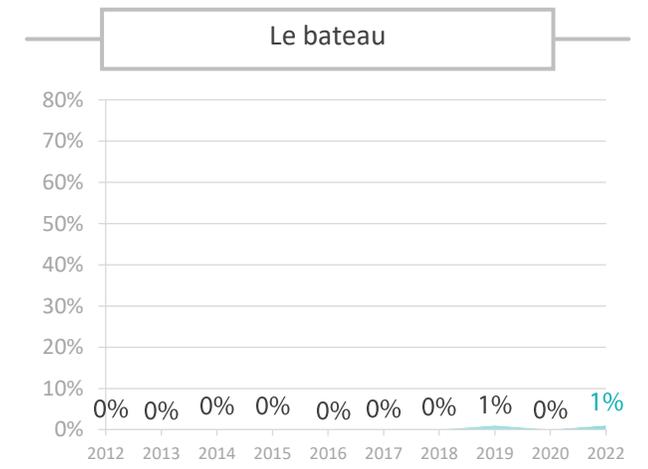
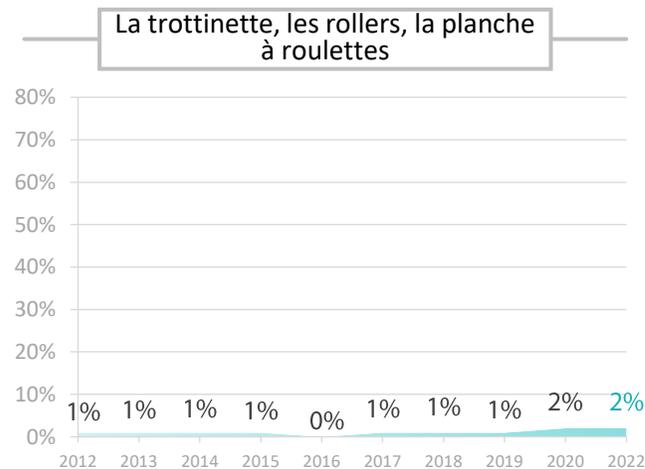
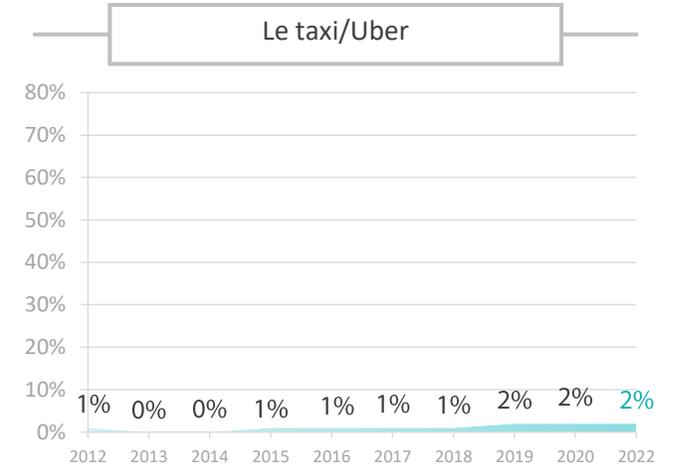
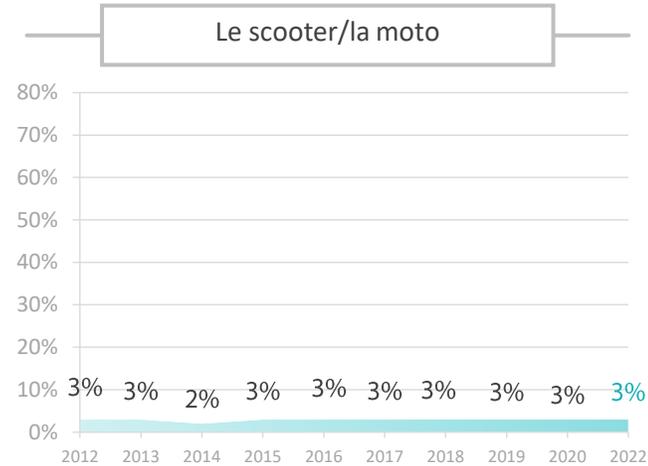
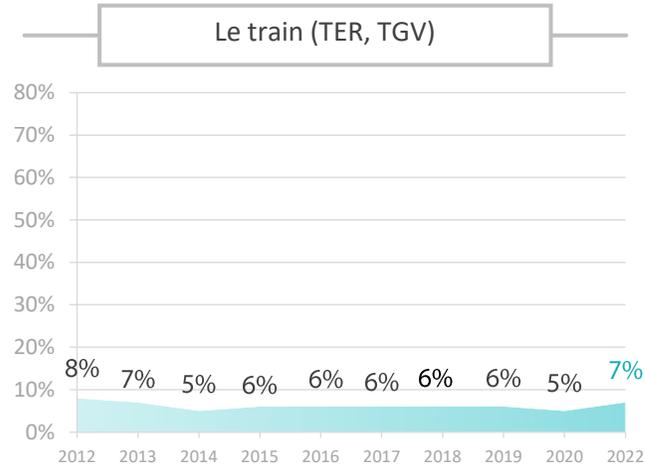
L'identification des moyens de transport utilisés au quotidien



1036 personnes

Q. Lesquels de ces moyens de transport utilisez-vous le plus pour vos déplacements quotidiens ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



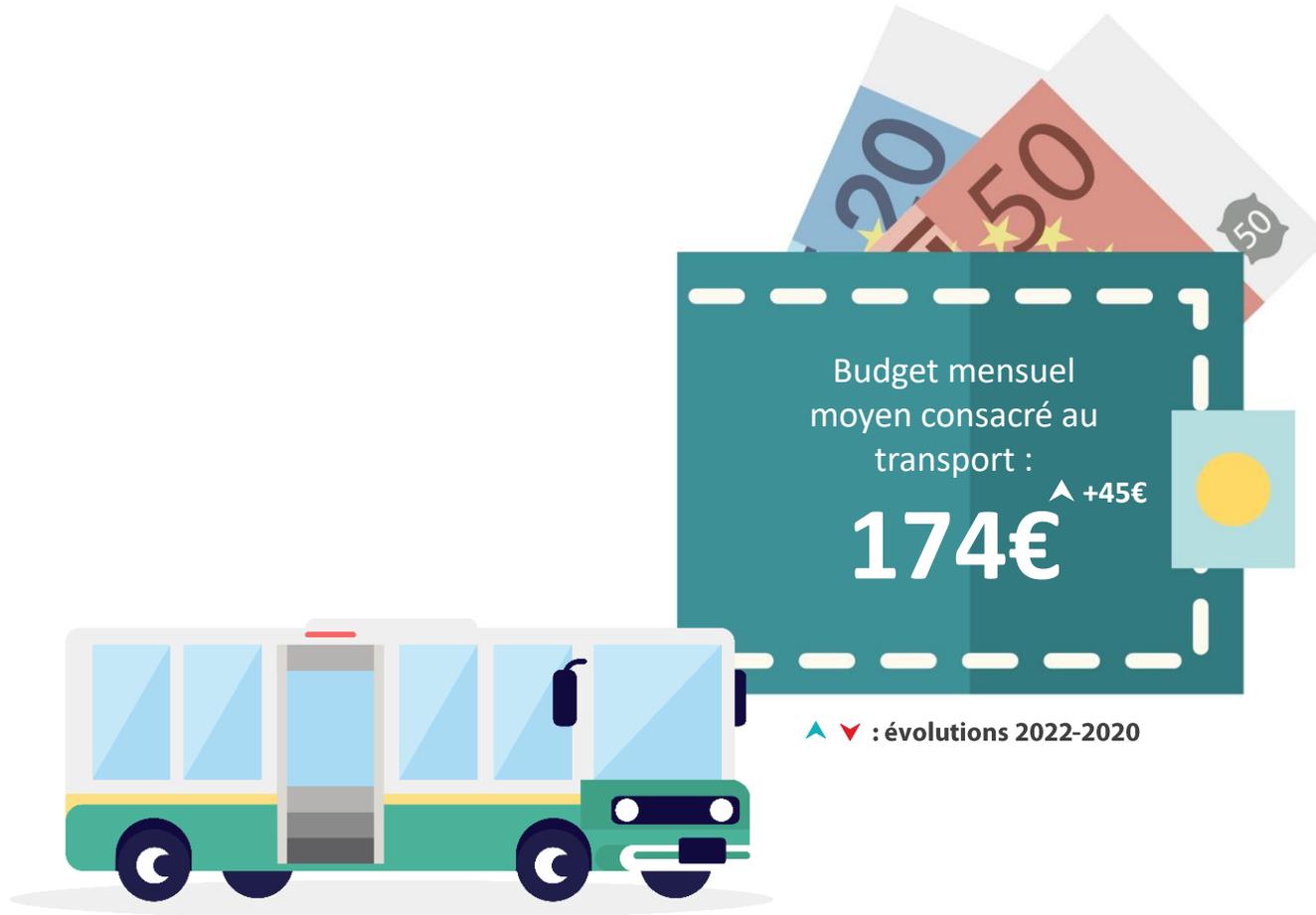


Le budget mensuel consacré aux transports



1036 personnes

Q. A combien s'élève le budget mensuel que vous consacrez aux transports (billets, abonnements, carburants, entretien, garage, assurance, parking)?



241 € Les revenus supérieurs ou égaux à 3500€ par mois

216 € Les utilisateurs uniques de voitures ou deux-roues

188 € Les habitants de communes rurales

155 € Les inactifs

143 € Les revenus inférieurs à 2000€ par mois

105 € Les non-utilisateurs de voitures ou deux-roues

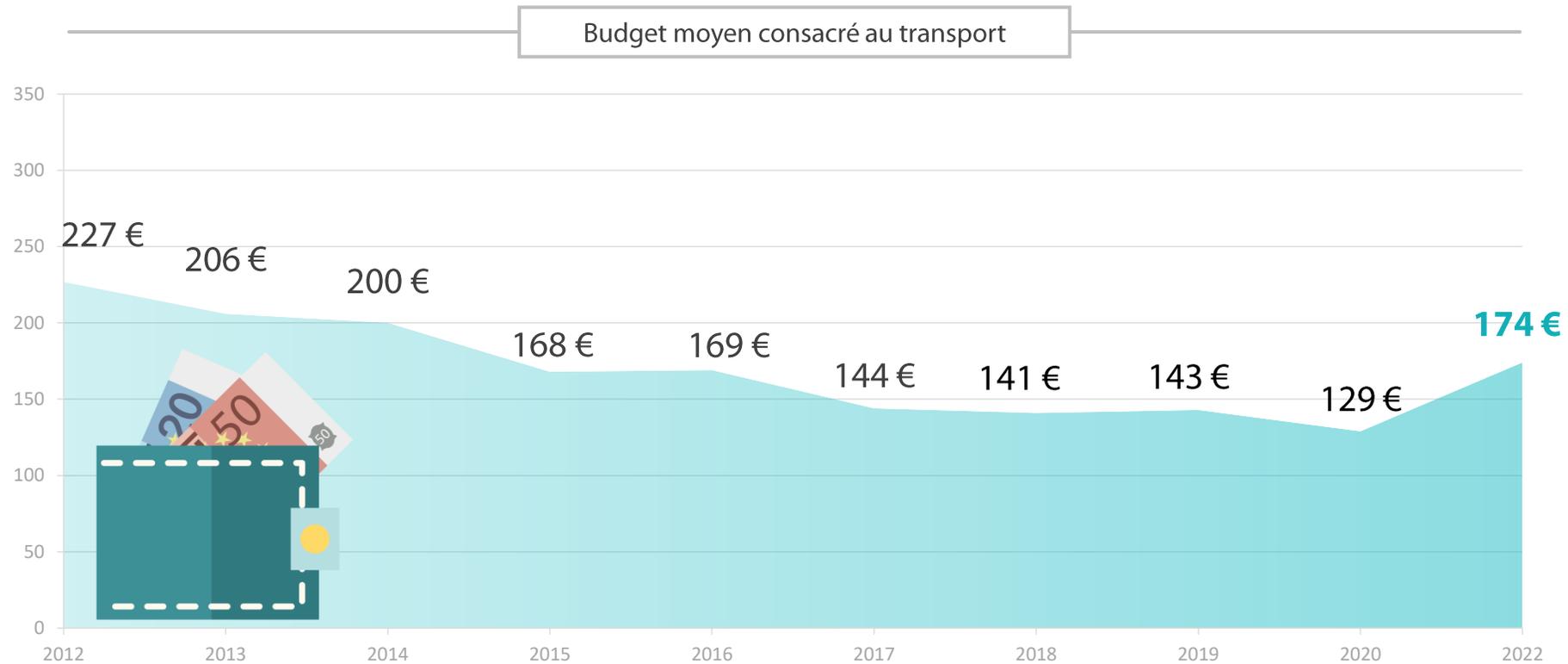


Le budget mensuel consacré aux transports



1036 personnes

Q. A combien s'élève le budget mensuel que vous consacrez aux transports (billets, abonnements, carburants, entretien, garage, assurance, parking)?



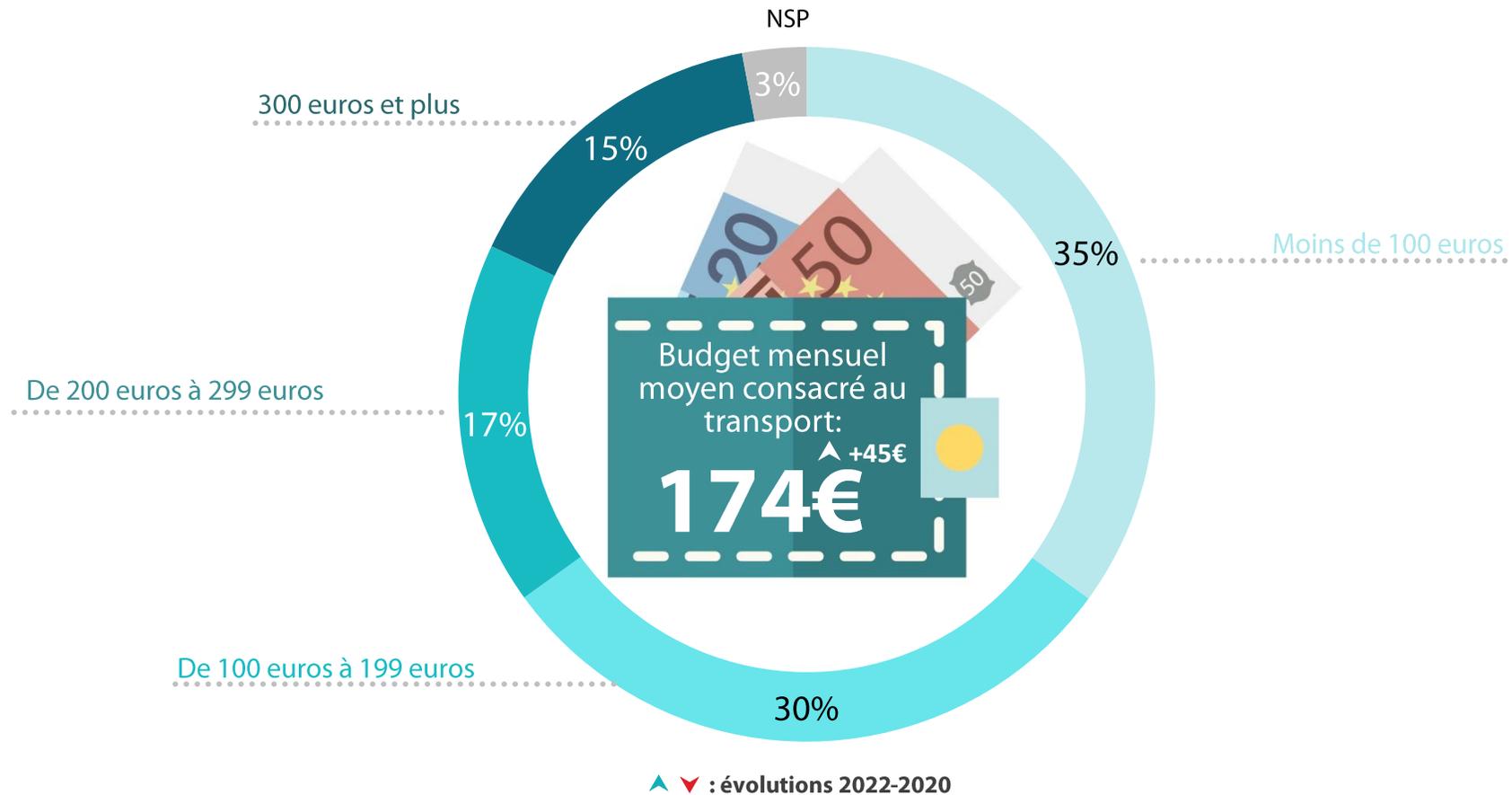


Le budget mensuel consacré aux transports



1036 personnes

Q. A combien s'élève le budget mensuel que vous consacrez aux transports (billets, abonnements, carburants, entretien, garage, assurance, parking)?

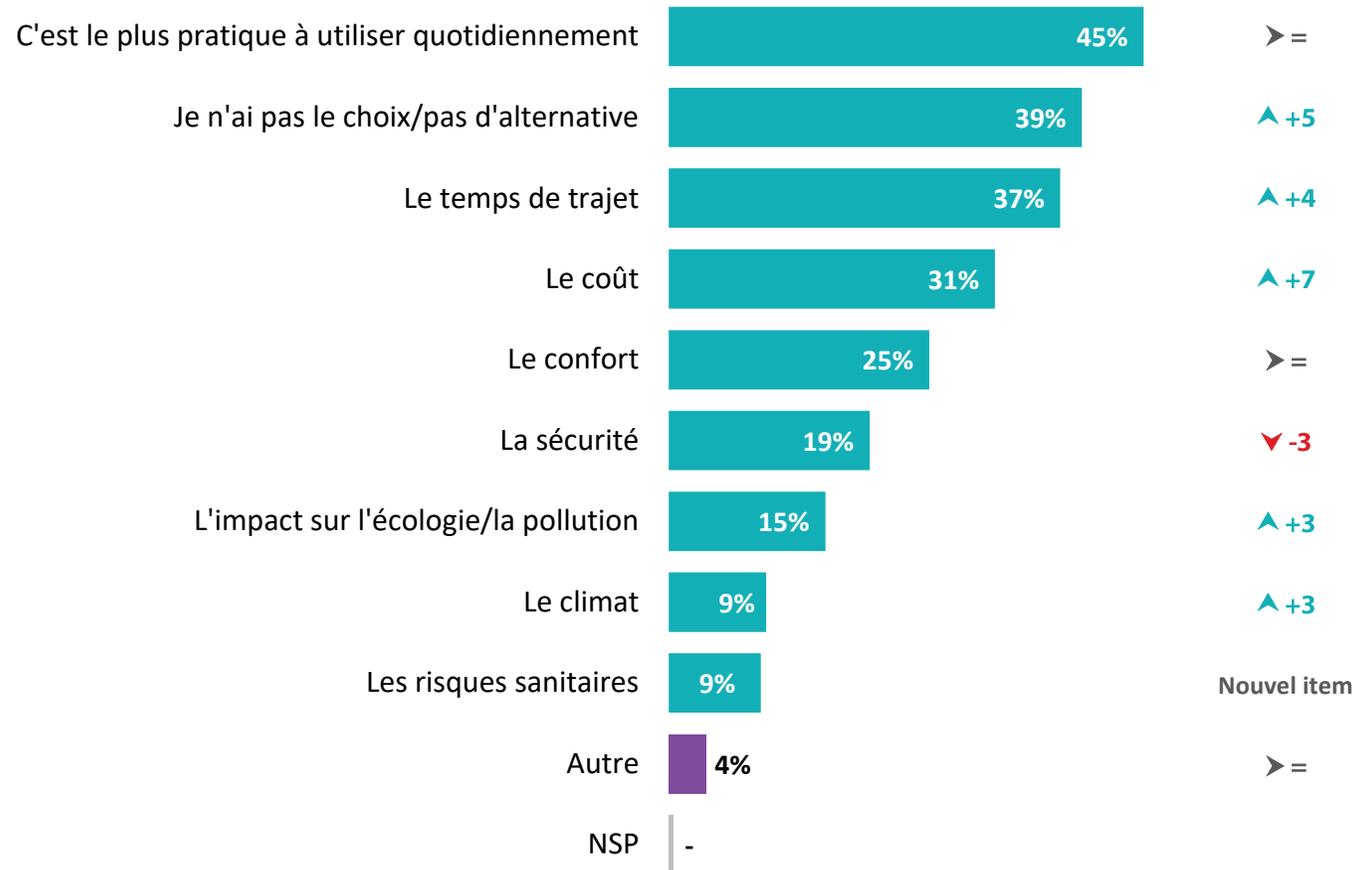


“ Les critères de choix de son moyen de transport quotidien



Q. Dans le choix de votre moyen de transport quotidien, quels sont les principaux critères de choix... ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

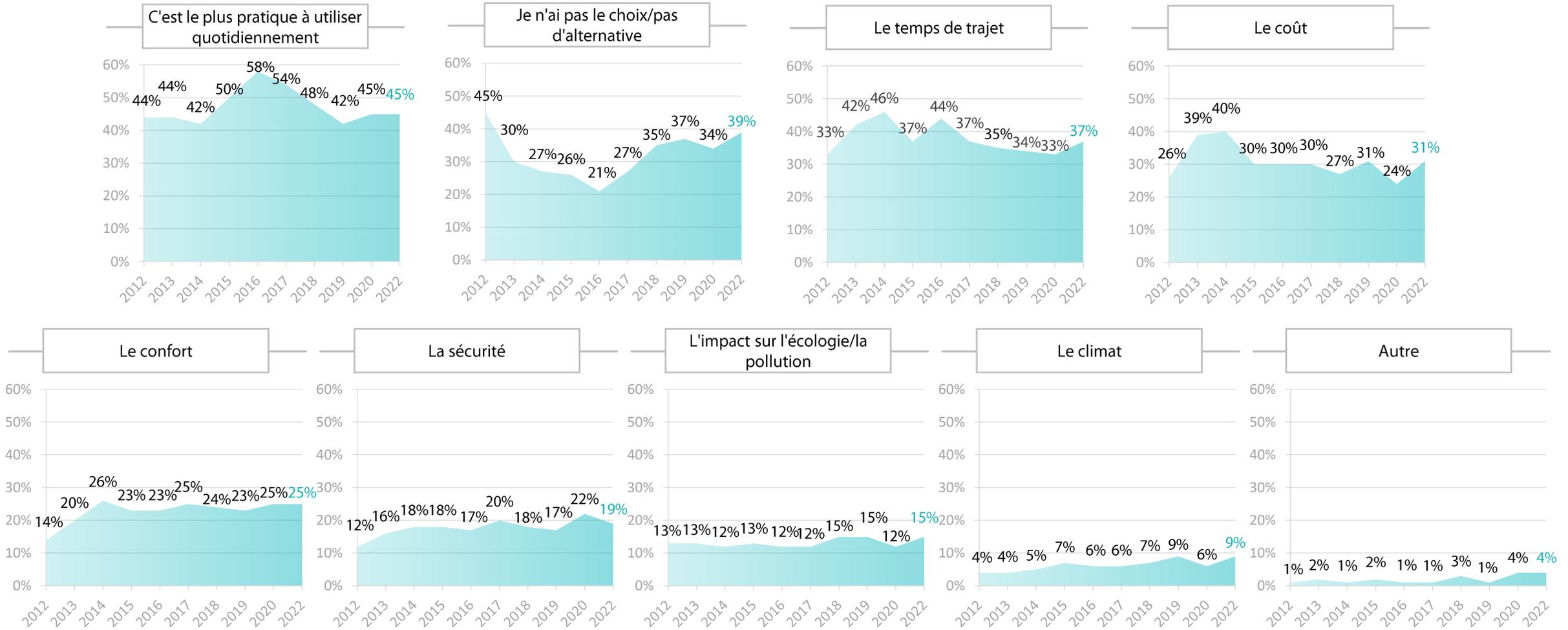


“ Les critères de choix de son moyen de transport quotidien



Q. Dans le choix de votre moyen de transport quotidien, quels sont les principaux critères de choix... ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

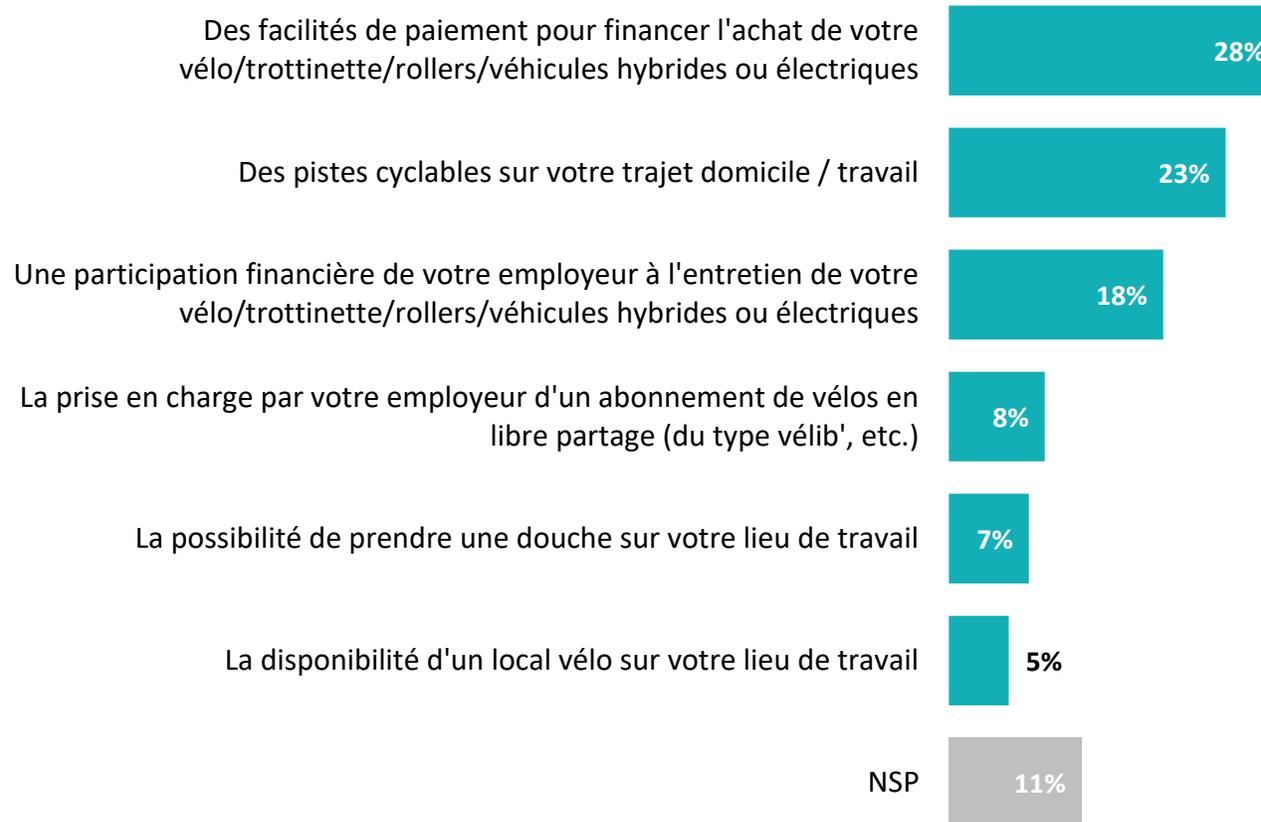


Les incitations à choisir un mode de transport individuel moins polluant

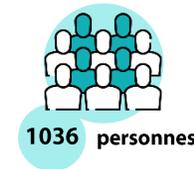


Q. Parmi les propositions suivantes, laquelle vous inciterait le plus à choisir des modes de transport individuels moins polluants (vélo, trottinette, rollers, véhicules hybrides ou électriques etc.) plutôt que la voiture ou la moto / scooter pour vos déplacements quotidiens ?

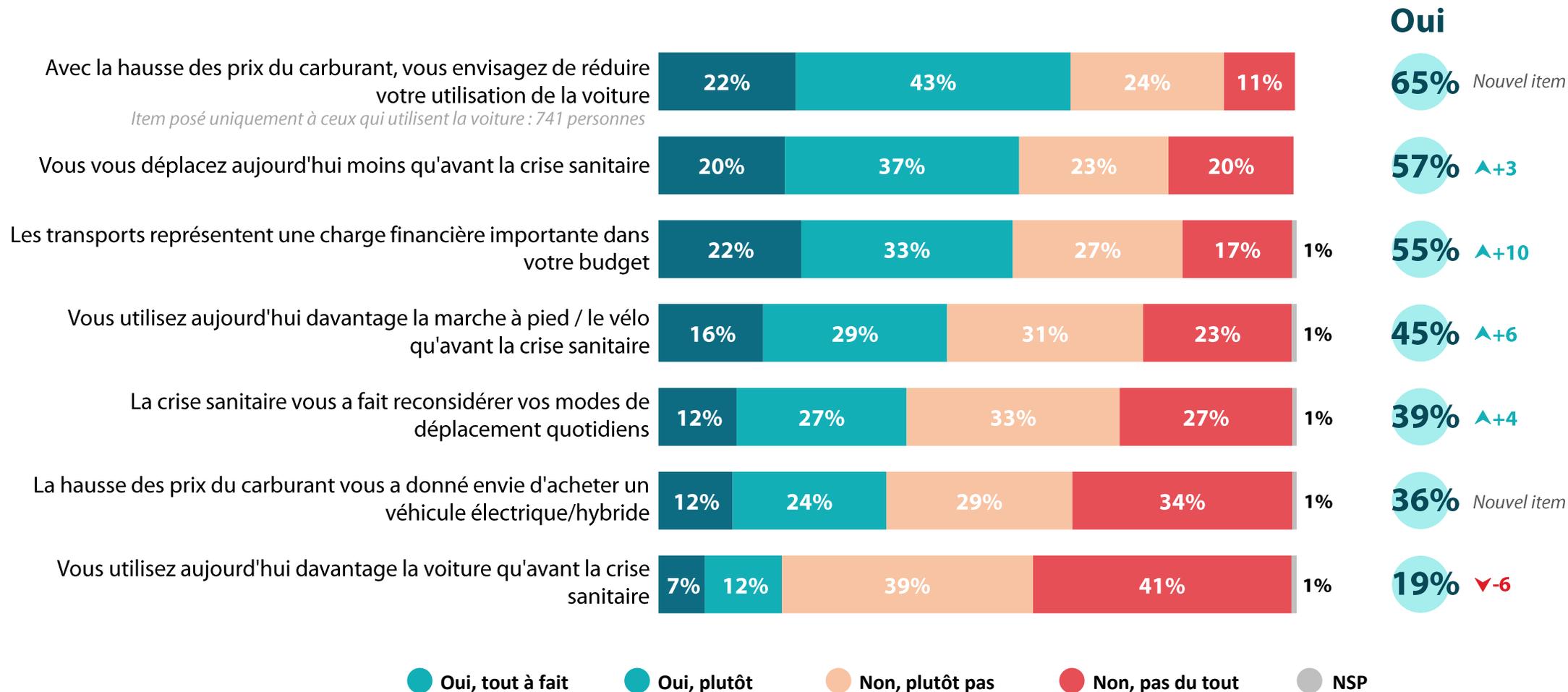
Question posée uniquement à ceux qui utilisent la voiture ou la moto/scooter, soit 73% de l'échantillon



Les situations rencontrées ou envisagées en matière de transport



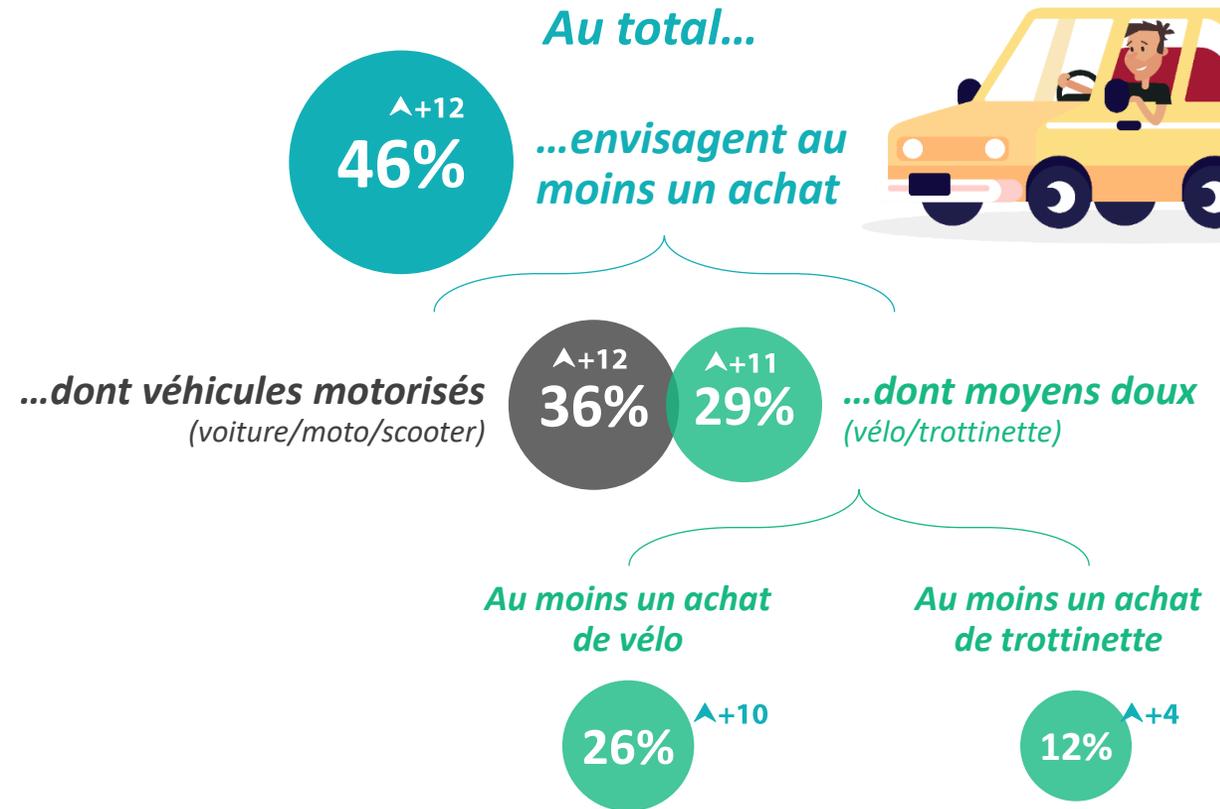
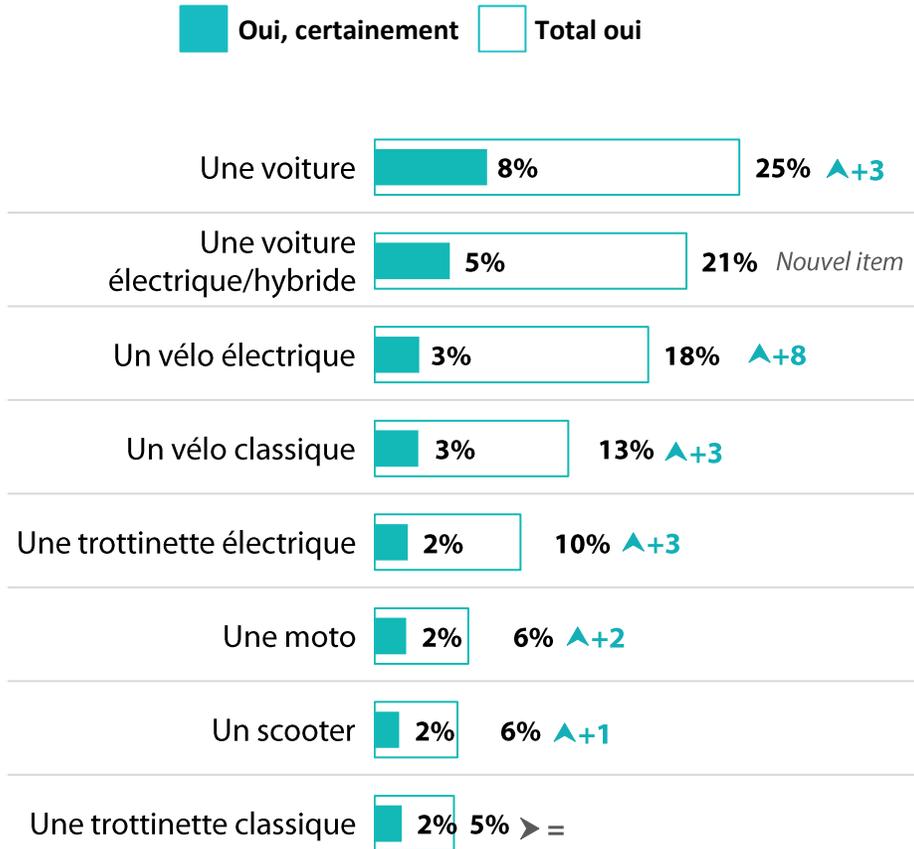
Q. Et en matière de transport vous sentez-vous concerné ou non par les situations suivantes ?



“ Les achats de véhicules envisagés dans l'année à venir

Q. Dans les 12 mois à venir, envisagez-vous d'investir dans... ?

Envisagent d'investir dans...



Les achats de véhicules envisagés dans l'année à venir



Q. Dans les 12 mois à venir, envisagez-vous d'investir dans... ?

Q. Et comment comptez-vous principalement financer votre futur... ?

Envisagent d'investir dans...

Financé par...

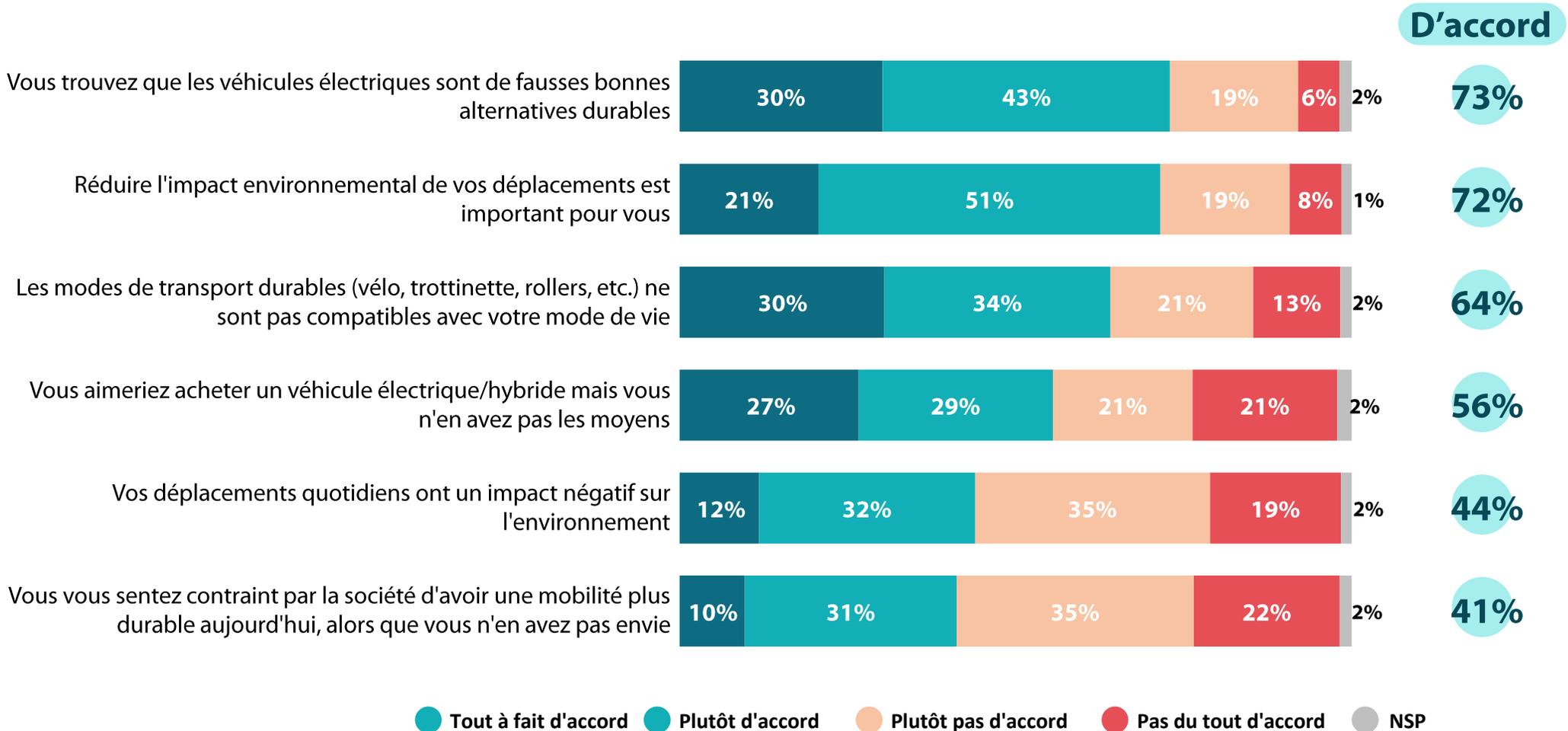
Oui, certainement Total oui

				un paiement comptant	un crédit à la consommation	un prêt auto / moto	des paiements en plusieurs fois (fractionnement de paiement)	une LOA (location avec option d'achat)	une LLD (location longue durée)	Emprunt à des proches
Une voiture	<input checked="" type="checkbox"/> 8%	25% ▲+3 →	Base: 253	31% ▼-9	27% ▲+4	21% ▲+4	9% ▲+1	5% ➤=	3% ▼-1	4% ▲+1
Une voiture électrique/hybride	<input checked="" type="checkbox"/> 5%	21% <i>Nouvel item</i> →	Base: 217	26%	23%	21%	8%	9%	9%	3%
Un vélo électrique	<input checked="" type="checkbox"/> 3%	18% ▲+8 →	Base: 190	53% ▼-3	14% ▼-3	-	18% ▲+3	4% ▲+3	2% ▲+1	3% ▼-2
Un vélo classique	<input checked="" type="checkbox"/> 3%	13% ▲+3 →	Base: 135	63% ▲+2	12% ▼-3	-	12% ▲+3	1% ▼-3	1% ➤=	5% ➤=
Une trottinette électrique	<input checked="" type="checkbox"/> 2%	10% ▲+3 →	Base: 101	47% ▼-2	12% ▼-9	-	14% ▼-3	2% ▲+2	3% ▲+3	11% ▲+2
Une moto	<input checked="" type="checkbox"/> 2%	6% ▲+2 →	Base: 65	42% ▼-4	18% ▼-6	23% ▲+14	7% ▼-4	2% ▲+2	- ▼-1	7% ▲+4
Un scooter	<input checked="" type="checkbox"/> 2%	6% ▲+1 →	Base: 58	37% ▼-13	27% ▲+2	-	11% ▲+6	3% ▲+1	- ➤=	9% ▼-1
Une trottinette classique	<input checked="" type="checkbox"/> 2%	5% ➤= →	Base: 55	40% ▼-10	18% ▼-7	-	8% ▲+1	1% ▲+1	2% ▲+2	2% ▼-7

“ Les opinions relatives aux solutions de mobilités durables



Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

“*opinion*way

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

Vos contacts

Eléonore Quarré

Directrice d'études
Département Opinion
equarre@opinion-way.com

Jessie Marius

Cheffe de projet
Département Opinion
jmarius@opinion-way.com