

SWISS MOBILITY MONITOR 2023

SELECTED INSIGHTS

Insights de la génération Z sur les nouvelles offres de mobilité

Sentiment de possession

- La génération Z a nettement plus un sentiment de possession en ce qui concerne le covoiturage et les voitures à abonnement que toutes les autres générations.
- La voiture personnelle est cependant toujours la plus importante.

Importance des voitures



Formation de l'identité

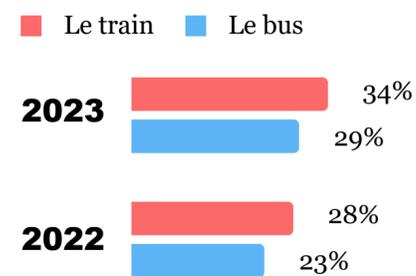
- La génération Z considère plus que toutes les autres que les différentes formes d'utilisation de la voiture sont pertinentes pour **façonner sa propre identité**.
- La génération Z a moins **peur que toutes les autres générations de perdre le contrôle dans le cadre du covoiturage**.

Normes

- La génération Z est **plus ouverte** à l'utilisation d'abonnements de voiture et du covoiturage que toutes les autres.
- Mais: la génération Z a **des exigences plus élevées que les autres générations en matière d'hygiène** (p. ex. dans l'habitacle des voitures) en ce qui concerne les voitures à abonnement et le covoiturage.

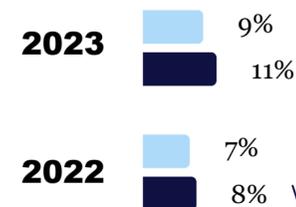
Retour partiel à la mobilité pré-Covid

Se rendre au travail en utilisant les transports en commun est de plus en plus populaire.



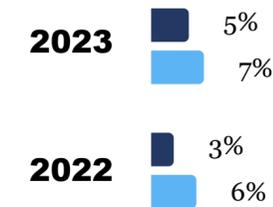
Innovation Achat numérique de mobilité: l'achat de voitures en ligne progresse

- Avoir déjà acheté une voiture en ligne
- Avez déjà acheté un vélo en ligne



Innovation e-mobilité: les voitures électriques et hybrides sont de plus en plus populaires

- Des voitures électriques
- Les voitures hybrides



Innovation e-mobilité: ce qui pousse les suisses à passer à la voiture électrique

- Chargement à domicile
- Meilleure infrastructure (p. ex. points de recharge publics)
- Plus grande autonomie
- Prix d'achat plus avantageux
- Essai de voiture électrique

Innovation abonnements auto: l'adaptation n'en est qu'à ses débuts

Seuls **2%** des suisses utilisent des abonnements de voiture.

Conception de l'étude

- Panel en ligne de LINK des trois régions linguistiques suisses
- Échantillon représentatif suisse de 1'052 personnes
- Période d'enquête: du 30 janvier 2023 au 9 février 2023

Auteurs

Schakols, F., Hofstetter, R., Greifenstein, M., Finken, D., Herger, P., Zazo, A., Heim, N. & Herrmann, A. (2023). Swiss Mobility Monitor 2023, University of Lucerne.

Contact

swissconsumerstudies@unilu.ch or swissconsumerstudies.ch

UNIVERSITÄT
LUZERN

IHA Institute of
Marketing and
Analytics

University of St.Gallen
Institute for Mobility

smg
swiss
marketplace
group

Auto
Scout24

ZURICH

LINK
a YouGov company