

SWISS MOBILITY MONITOR 2023

– SELECTED INSIGHTS –

Le Swiss Mobility Monitor 2023 de l'Institut de marketing et d'analyse (Université de Lucerne) et de l'Institut pour la mobilité (Université de Saint-Gall) est la deuxième édition d'une étude représentative effectuée à l'échelle fédérale. Celle-ci reflète le état actuel de l'utilisation et de la perception des solutions de mobilité innovantes. Ces dernières incluent notamment l'électromobilité, l'autopartage ou l'achat de mobilité numérique. Les résultats de l'étude donnent un aperçu complet des besoins de mobilité de la population résidant en Suisse.

La publication de cette année se concentre sur les préférences de mobilité spécifiques à chaque génération. Le rapport d'étude fournit par ailleurs pour la deuxième fois des informations complètes sur l'utilisation de solutions de mobilité innovantes. Le rapport d'étude peut être acheté sur le site Internet de l'Université de Lucerne ([lien](#)). Vous trouverez ci-dessous une sélection d'informations:

Partie 1 – Ouverture d'esprit de la génération Z aux nouvelles solutions de mobilité:

1. Le lien avec la voiture personnelle reste fort

La génération Z manifeste un sentiment de possession significativement plus élevé pour les voitures en autopartage et les voitures louées selon un modèle d'abonnement que tous les autres groupes d'âge. Avoir sa propre voiture est néanmoins bien plus important, même pour la génération Z, que l'autopartage, le modèle d'abonnement automobile et le leasing. Les participants à l'étude ont été interrogés sur quatre formes de possession automobile: (1) la voiture personnelle, (2) la voiture en leasing, (3) la voiture louée selon un modèle d'abonnement et (4) l'autopartage.

2. La voiture personnelle a toujours sa fonction créatrice d'identité

La génération Z estime davantage que tous les autres groupes d'âge que toutes les formes d'utilisation de la voiture définissent l'image que l'on renvoie. Toutefois, toutes les générations s'accordent à dire que la voiture personnelle a le plus d'influence sur l'identité personnelle.

3. Le fait de ne pas être propriétaire d'une voiture est perçu comme une perte de contrôle

Les groupes de personnes des générations plus anciennes (par exemple, les baby-boomers) ressentent significativement plus de perte de contrôle sur les voitures en contexte d'autopartage que les personnes de la génération Z. En ce qui concerne la voiture personnelle, toutes les générations ressentent un niveau de contrôle similaire.

4. Les jeunes ont des exigences des plus élevées en matière d'hygiène automobile

La génération Z est plus ouverte à l'utilisation de l'abonnement automobile et de l'autopartage. Elle a toutefois des exigences plus élevées en matière d'hygiène pour sa propre voiture ou une voiture en leasing. De même, la génération Z présente les exigences les plus élevées en matière d'hygiène par rapport à toutes les autres générations en ce qui concerne les voitures louées selon un modèle d'abonnement et l'autopartage.

5. Toutes les innovations automobiles ne s'adressent pas à la génération Z

Les modèles d'assurance «Pay-as-you-drive» ont le vent en poupe. Ces compagnies d'assurance automobile utilisent le style de conduite et les kilomètres parcourus comme base de calcul des tarifs. La génération X et les baby-boomers sont plus innovants dans ce domaine que les générations Y et Z. Ils témoignent d'une plus grande confiance dans ce nouveau modèle d'assurance et d'une plus forte volonté d'adaptation.

Partie 2 – Informations complémentaires sur l'utilisation de solutions de mobilité innovantes

6. Revenons-nous à la «mobilité pré-Covid»?

En 2023, la population active se rend moins au travail à pied (29%) que l'année précédente (35%). Parallèlement, les transports publics redeviennent plus populaires sur le chemin du travail. Par exemple, 34% (contre 28% l'année précédente) de la population active utilisent le train; 29% (contre à 23% l'année précédente) de la population active utilise le bus pour se rendre au travail.

7. L'achat en ligne de moyens de mobilité en plein essor

9% des personnes interrogées (contre 7% l'année précédente) ont déclaré avoir déjà acheté une voiture en ligne. La proportion des vélos passe de 8 à 11% et l'achat de vélos électriques en ligne enregistre une croissance de 3 à 4%.

8. Passer à la voiture électrique n'est pas qu'une question d'argent

Des prix d'achat plus avantageux sont moins importants quand il s'agit d'acheter une voiture électrique. Une meilleure infrastructure de recharge et une plus grande autonomie sont plus déterminantes dans ce cas.

9. La part des voitures à essence est en baisse

La proportion des voitures à essence diminue de 64 à 61% par rapport à l'année précédente. Les voitures électriques doublent presque leur proportion en passant de trois à cinq pour cent. La part des véhicules à propulsion hybride est également en légère hausse (en passant de six à sept pour cent).

10. Les voitures louées selon un modèle d'abonnement sont encore peu répandues

Deux pour cent des personnes interrogées ont déjà utilisé des voitures louées selon un modèle d'abonnement. Les voitures louées selon un modèle d'abonnement rencontrent actuellement le plus de succès auprès de la génération Z et des personnes ne possédant pas de voiture. Le lieu de résidence (ville ou campagne) n'influence pas de manière significative les préférences en matière de voitures louées selon un modèle d'abonnement.

Répartition démographique de l'échantillon:

- Moyenne d'âge 45.1 ans
- Sexe
 - 49.1% de sexe féminin
 - 50.5% de sexe masculin
 - 0.4% autres
- Région linguistique
 - 70.5% germanophone
 - 23.8% francophone
 - 5.7% italophone

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

Rapport d'étude détaillé

Ces informations et de nombreuses autres sont disponibles dans le rapport d'étude détaillé du Swiss Mobility Monitor 2023. Les résultats présentés dans le rapport donnent notamment un aperçu de l'adoption des innovations en matière de mobilité. Le rapport présente des résultats détaillés sur les innovations en matière de mobilité électrique, d'économie de partage, de modèle d'abonnement automobile, de multimodalité, d'achat numérique de mobilité, de mobilité autonome ainsi que de mobilité connectée et de services de véhicules numériques. Plusieurs dimensions sont par ailleurs mises en évidence derrière le champ thématique de la propriété et de la possession telles que la flexibilité perçue des différentes formes de mobilité.

Le rapport adopte constamment la perspective de la population vivant en Suisse et segmente, le cas échéant, selon la démographie, l'appartenance générationnelle et d'autres caractéristiques (p. ex. possession d'une voiture).

Le rapport détaillé de l'étude fait partie des **Swiss Consumer Studies**. Les «Selected Insights» et le rapport complet de l'étude sont disponibles ici: www.swissconsumerstudies.ch

Veillez, pour toute question relative l'étude, contacter: swissconsumerstudies@unilu.ch

Citation

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

Remerciements

Les partenaires de l'étude remercient vivement LINK pour son soutien.

LINK
a YouGov company