



# Enquêtes MobiObserver

Comprendre la mobilité du quotidien

## Synthèse 2022

# ENGAGÉS

## avec les territoires pour répondre au plus près aux besoins de mobilité

Près de **3** Français sur **4** sont desservis par des transports en commun urbains mais selon l'agglomération et leur lieu de résidence, ces Français disposent d'une offre de mobilité bien différente.

Depuis 2016, Transdev a interrogé plus de 28 000 personnes dans le cadre de son enquête MobiObserver.

Des habitants de la grande périphérie de Saint-Etienne au centre-ville de Vitrolles tous ont répondu par téléphone à un questionnaire détaillé sur leur mobilité.

Ce panel conséquent permet de comprendre la grande diversité des situations vécues par les Français dans leur mobilité quotidienne : selon leur territoire de résidence, leur quartier, leurs contraintes personnelles et leurs aspirations.

Derrière une part modale des transports en commun encore faible, les clients des réseaux urbains sont néanmoins nombreux : occasionnels ou voyageurs quotidiens, **39%** des personnes interrogées voyagent sur leur réseau au moins une fois par mois. Parmi les autres, ces enquêtes identifient des habitants enclins à utiliser le service et qui voient dans les transports collectifs une solution face aux questions environnementales. À nous de les entendre pour mieux leur répondre.

Transdev est heureux de partager avec vous les grands enseignements de ces enquêtes pour mieux comprendre les attentes des citoyens dans leur diversité et ainsi de mieux adresser l'offre de transport de demain.



« Avec les enquêtes MobiObserver, Transdev est en capacité de décrypter les attentes des habitants d'un territoire, afin de leur proposer la meilleure offre de mobilité. »

**Xavier Aymonod**

Directeur France et Groupe Clients Voyageur Transdev

Cette brochure rassemble les résultats de 19 territoires métropolitains enquêtés (hors Ile-de-France, Lyon et Marseille) représentatifs des métropoles entre un million et 100 000 habitants. L'Ile-de-France, également intégrée au dispositif d'enquête, fera l'objet d'une synthèse dédiée.



Chez Transdev, nous sommes des personnes au service des autres. Nous sommes près de 82 000 collaborateurs, transportant chaque jour en moyenne 11 millions de personnes dans 18 pays. Transdev donne à chacun la liberté de se déplacer au quotidien grâce à des solutions sûres, fiables et innovantes au service du bien commun.



La Caisse des Dépôts est historiquement aux côtés des collectivités pour accompagner leurs projets de développement territorial. C'est aussi l'actionnaire de référence et le partenaire financier de long terme de Transdev lui offrant un appui solide et pérenne. Nous partageons les mêmes valeurs d'intérêt général et le même objectif : accompagner le développement économique des territoires.



Le groupe Rethmann est un groupe allemand industriel et de services aux collectivités 100% familial. Il figure parmi les leaders mondiaux de la logistique et des transports, de l'eau et du recyclage et du secteur des biotechnologies.

# A l'écoute des territoires

L'enquête MobiObserver permet d'appréhender les pratiques de déplacements des habitants sur un territoire et d'identifier leurs attentes.

Réalisé à l'échelle des ressorts territoriaux, ce dispositif permet de cerner les atouts et faiblesses de l'offre de mobilité et l'émergence de nouvelles pratiques.

## Un questionnaire standardisé

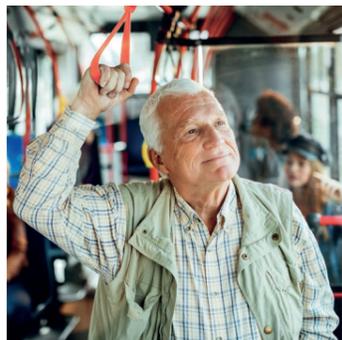
- un questionnaire socle en 4 parties,
- des questions locales,
- adapté selon les territoires (urbain, interurbain, IDF).

## Un recueil téléphonique et en ligne\*

- un recrutement représentatif de la population des 15 ans et plus,
- un découpage en zone (centre, périphérie...),
- une durée moyenne du questionnaire de 17 minutes.

\* plus de 90% d'enquêtes par téléphone

## Quels objectifs ?



**Connaître les clients et le potentiel clients des différents réseaux**



**Comprendre les habitudes de déplacement et les raisons du choix modal**



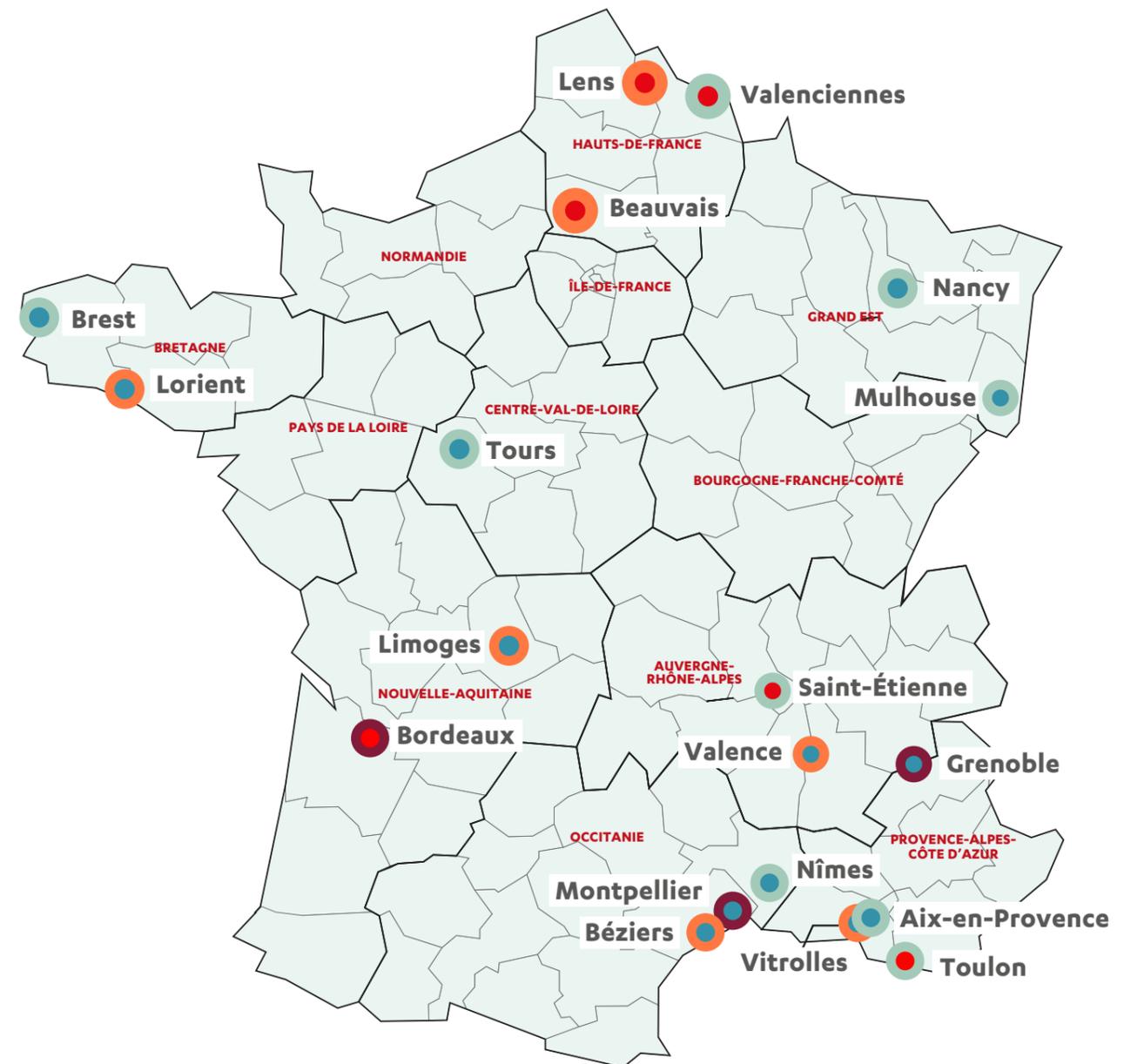
**Connaître la perception de l'offre de transports en commun et des autres modes**



**Mieux cerner les attentes pour construire le réseau idéal de demain**

## Le dispositif

**28 262 interviews** réalisées sur **19 territoires\***



**LÉGENDE**

- avant 2020
- depuis 2020 (nouvelles questions)

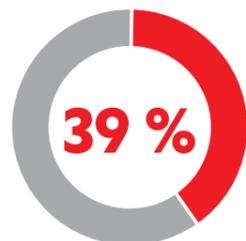
**Typologie du territoire**

- Très grandes agglomérations
- Grandes agglomérations
- Agglomérations de taille moyenne

\* Les données sont redressées selon les tailles d'agglomération pour une représentativité nationale hors Ile-de-France.

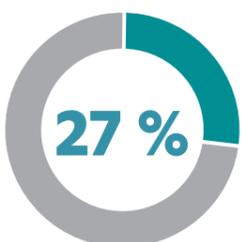
# Quelques chiffres clés

Des transports en commun présents dans la vie quotidienne des Français...



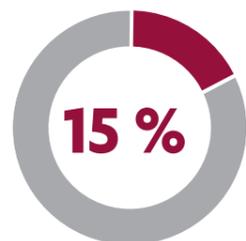
des habitants sont **clients de leur réseau de transport en commun**. Ils l'utilisent au moins une fois par mois.

Une offre de transport qui ne permet pas à chacun de se rendre sur son lieu de travail



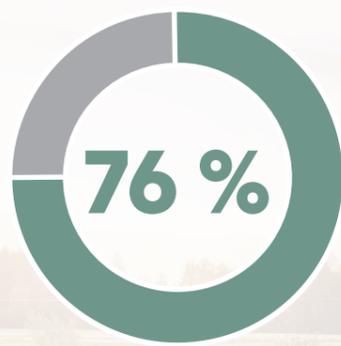
des actifs venant au travail en voiture considèrent qu'il n'existe pas d'offre adaptée pour se rendre sur leur lieu de travail.

Des Français qui renoncent à des démarches importantes, faute d'une offre de mobilité adaptée



des personnes hors études et/ou emploi ont déjà **renoncé à des déplacements importants** à cause de difficultés pour se déplacer, principalement parce que **cela s'avérait trop compliqué** ou que le **temps de trajet était trop long**.

Des Français concernés par les problématiques environnementales qui voient les transports en commun comme une solution pour se déplacer demain



des habitants pensent qu'ils devront **changer leur façon de se déplacer** pour faire face aux **problèmes environnementaux...**



pensent utiliser ou continuer à utiliser **régulièrement les transports en commun** pour se déplacer à l'avenir.

# Des transports en commun ancrés dans la vie des urbains mais une périphérie à conquérir

**39%**

des habitants sont **clients de leur réseau de transports urbains** (les utilisent au moins une fois par mois)

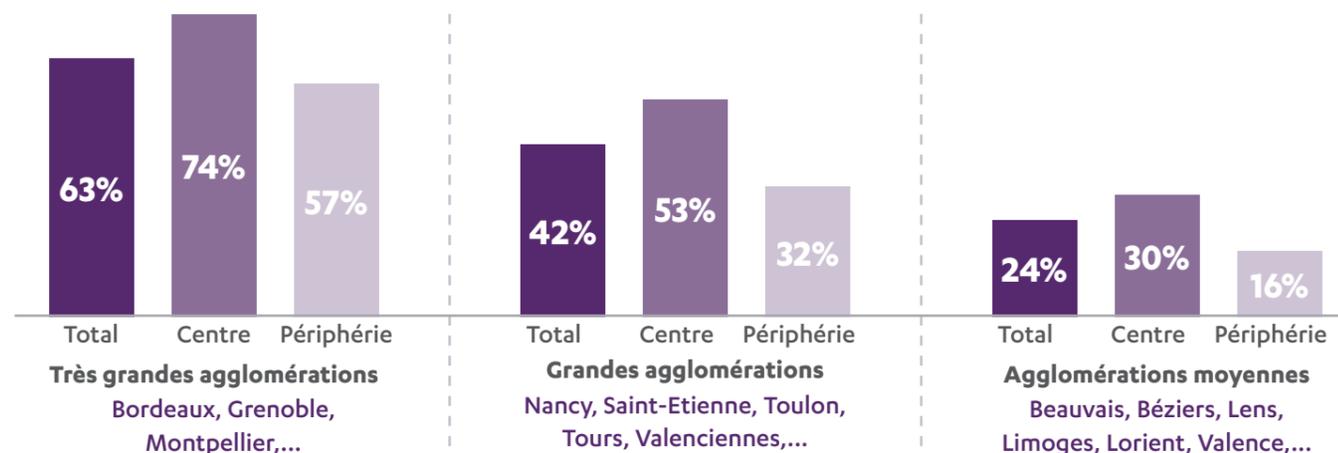
dont



L'usage des transports en commun est propre à chaque territoire, néanmoins **plus les agglomérations sont grandes, plus l'usage des transports en commun est important**.

Dans tous les territoires ce **sont les résidents des centres-villes qui utilisent davantage les transports**, avec un écart d'usage centre-périphérie du simple au double pour les agglomérations de taille moyenne.

Part des habitants clients des transports en commun selon le lieu de résidence  
Ils utilisent le réseau au moins une fois par mois



TRÈS GRANDES AGGLOMÉRATIONS

Des réseaux attractifs y compris pour une **clientèle d'actifs et de cadres**.

Une proportion plus importante de clients **retraités** et de **scolaires** dans ces territoires.

AGGLOMÉRATIONS DE TAILLE MOYENNE



Le centre-ville destination clé des transports en commun

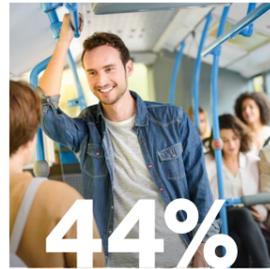
**33 %** des habitants utilisent **occasionnellement le réseau** pour se rendre au centre-ville.

# Qui sont les clients des transports en commun ?

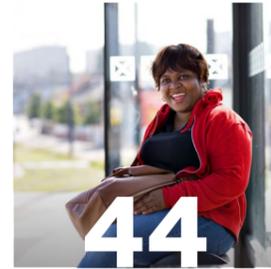
La clientèle des réseaux ne reflète pas la population des territoires : **une clientèle plus féminine et plus jeune et scolaire mais moins d'actifs que parmi les habitants.**



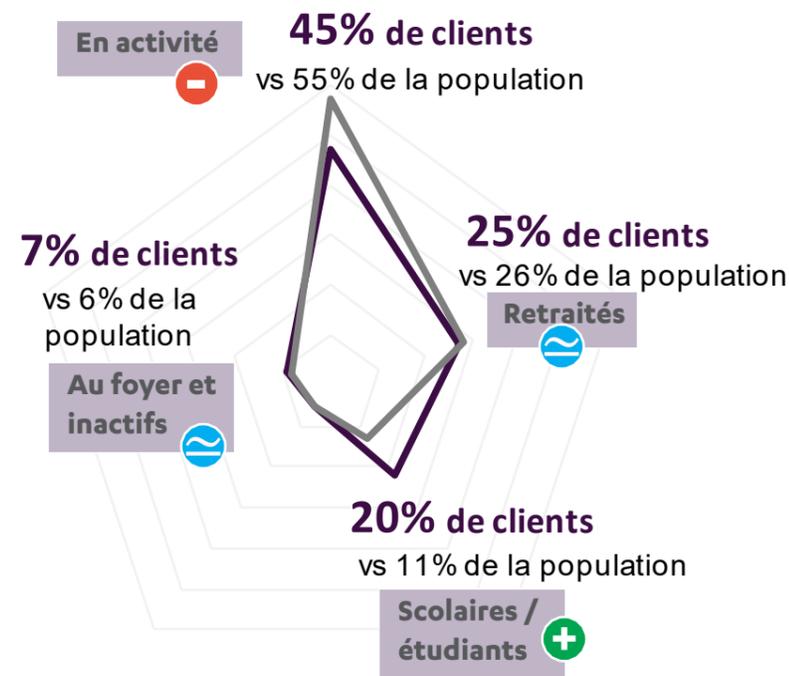
**56%**  
de clientes  
vs 53 % de la population  
femmes



**44%**  
de clients  
vs 47 % de la population  
hommes



**44**  
âge moyen  
des clients



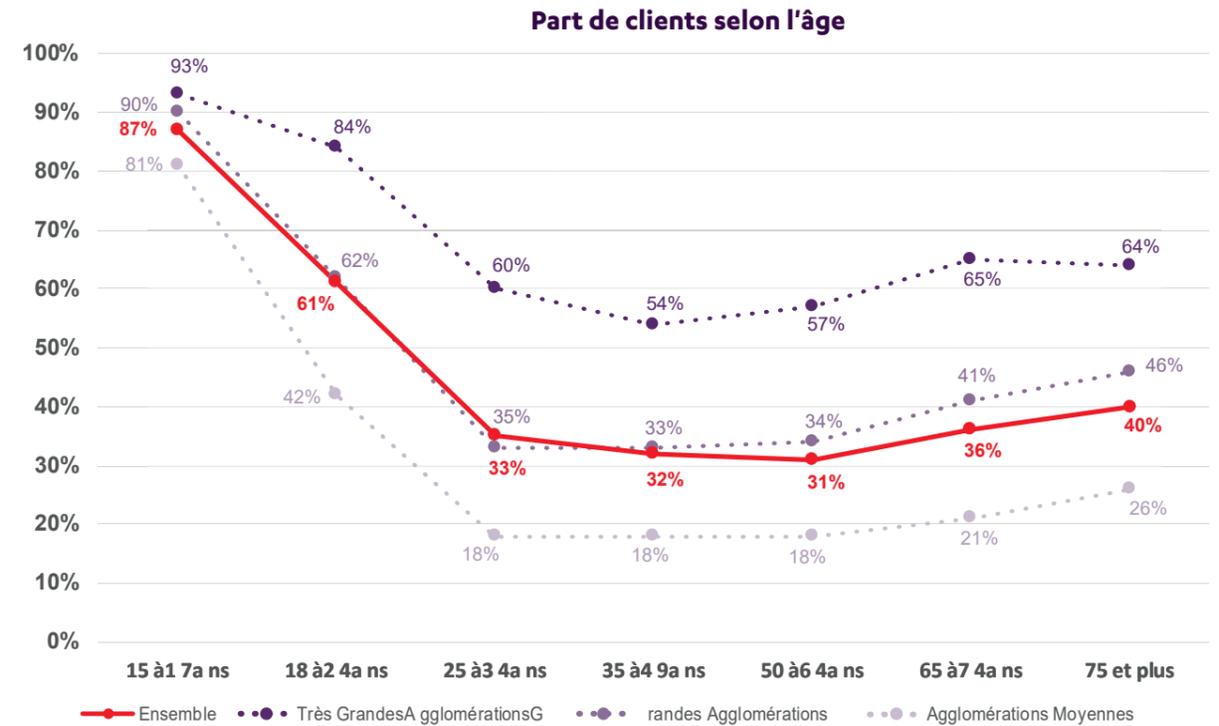
**Une solution de mobilité pour les habitants qui n'ont pas accès à une voiture**

**26%**  
des clients vivent  
dans des foyers  
non motorisés  
vs 14 % seulement  
de la population

**33%**  
des clients  
sont sans permis  
vs seulement 17 %  
de la population

# La jeunesse, période de pointe La vie active, période creuse

Très fort chez les jeunes, **l'usage des transports en commun chute avec l'obtention du permis de conduire puis avec l'entrée dans la vie active.** Après 60 ans, le recours aux transports en commun remonte.

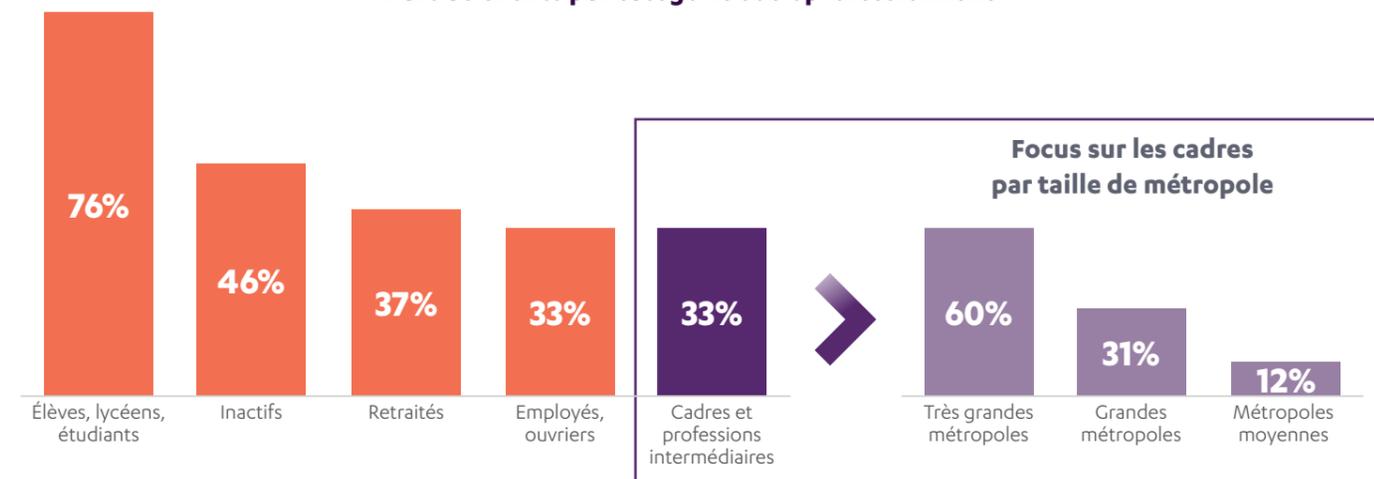


## Un effet « permis de conduire » largement amorti dans les très grandes agglomérations

Dans les grandes et moyennes agglomérations, l'obtention du permis de conduire entraîne une chute de près de 50 points du recours aux réseaux de transport !

Dans les très grandes agglomérations, l'offre disponible réduit fortement la baisse qui reste circonscrite à -30 points.

## Part de clients par catégorie socioprofessionnelle



## Un usage plus faible des transports publics chez les actifs

Un tiers des actifs utilisent les transports en commun au moins une fois par mois. Les cadres et professions intermédiaires sont les catégories qui utilisent le moins les transports. Les cadres sont néanmoins davantage présents dans les réseaux des très Grandes Métropoles.

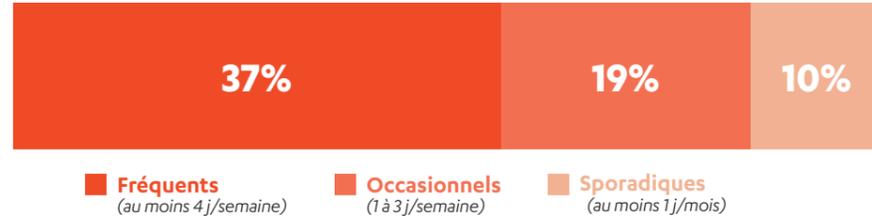
## 2 jeunes sur 3 sont des clients de leur réseau...

Les jeunes de moins de 25 ans sont surreprésentés parmi les clients, ils sont également davantage des **utilisateurs fréquents** de leur réseau.



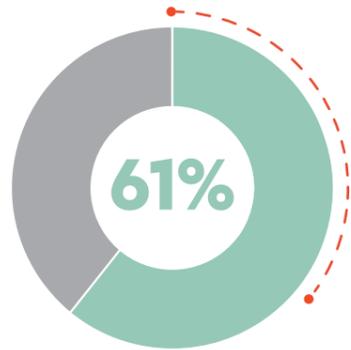
**66%** des jeunes sont **clients des transports urbains** (Enquête sur les plus de 15 ans)

dont



**A NOTER : 83 % sont multimodaux.** Ils utilisent régulièrement plus d'un mode de transport pour se déplacer dans l'agglomération. (vs 73% au global)

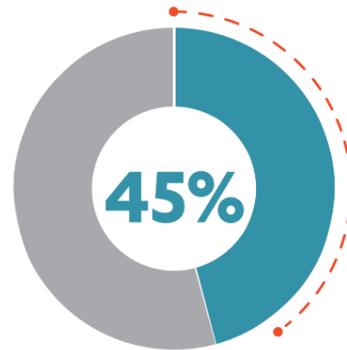
### L'abonnement, une formule adaptée et plébiscitée par les jeunes.



des jeunes possèdent un **abonnement**, en cohérence avec leur usage fréquent.

vs 36% pour l'ensemble des habitants

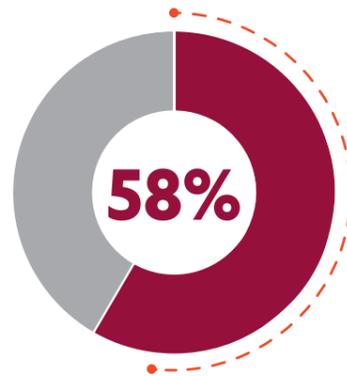
### Des jeunes friands d'information voyageur notamment via les applis...



recherchent leur itinéraire ou les horaires de passage avant d'aller à l'arrêt, notamment grâce à l'**application mobile** (63%). Et ce, malgré leur usage régulier.

vs 41% pour l'ensemble des habitants

### Des correspondances plutôt bien acceptées par les 15 – 24 ans.

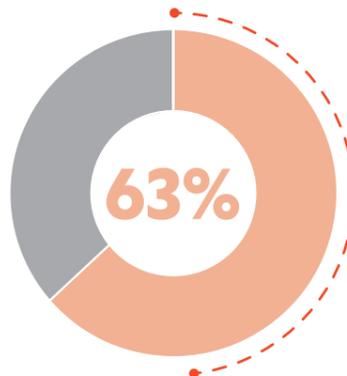


privilégient un **temps de parcours réduit avec une correspondance** plutôt qu'un trajet plus long sans correspondance.

vs 52% pour l'ensemble des habitants

■ Des trajets de 30 mn sans correspondance ■ Des trajets de 20 min. avec une correspondance

### Une préférence marquée pour un parcours d'achat digital.



préfèrent payer **avec leur téléphone ou leur carte bancaire** plutôt qu'acheter leur billet auprès du conducteur ou un agent.

vs 48% pour l'ensemble des habitants

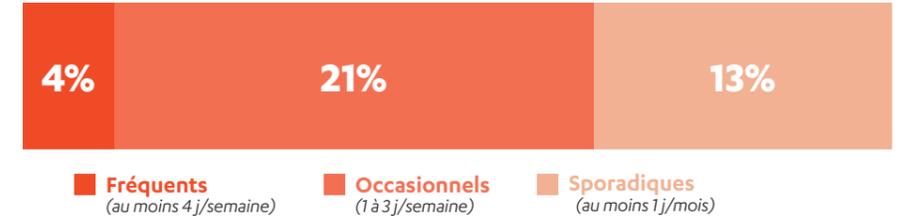
## Les séniors, clients occasionnels des transports en commun

Les séniors (65 ans et +) ont souvent moins besoin de se déplacer et sont davantage des **clients occasionnels ou sporadiques** du réseau.



**38%** des séniors sont **clients des transports urbains**

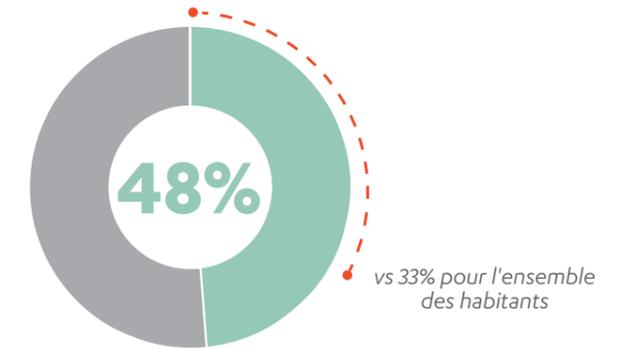
dont



**A NOTER : 64% sont multimodaux.** Ils utilisent régulièrement plus d'un mode de transport pour se déplacer dans l'agglomération. (vs 73% au global)

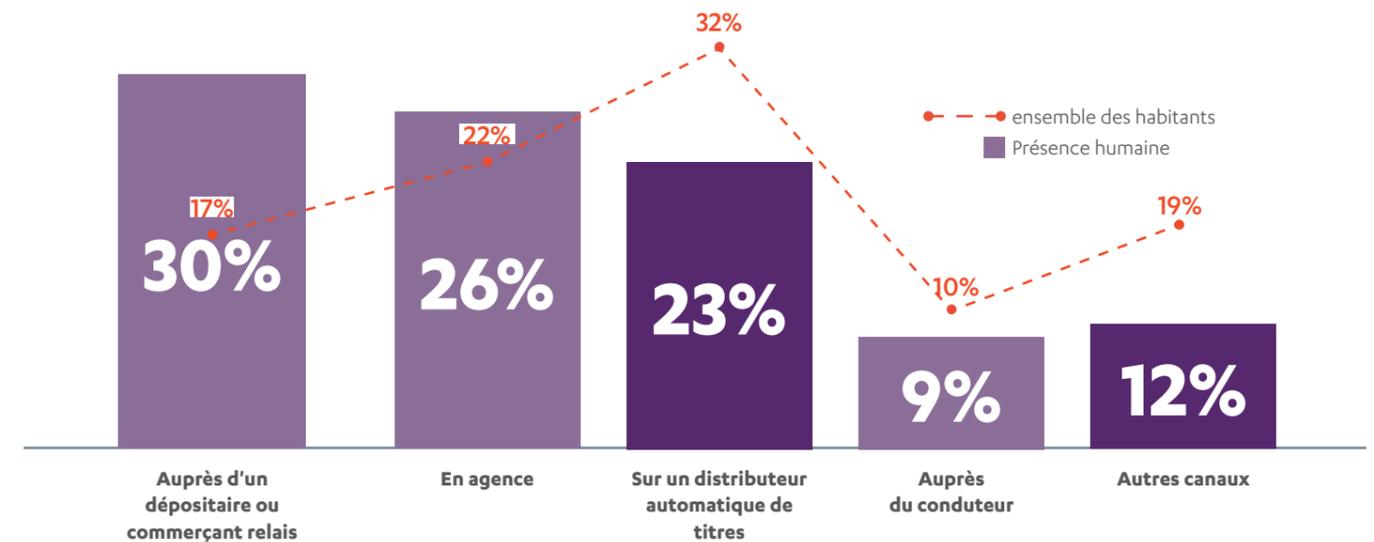
### Malgré une offre généralisée d'abonnements dédiés aux séniors, les titres occasionnels sont préférés par les plus de 65 ans.

En cohérence avec leur usage occasionnel, près de la moitié des séniors (48%) utilisent des carnets et titres journaliers pour voyager sur leur réseau.



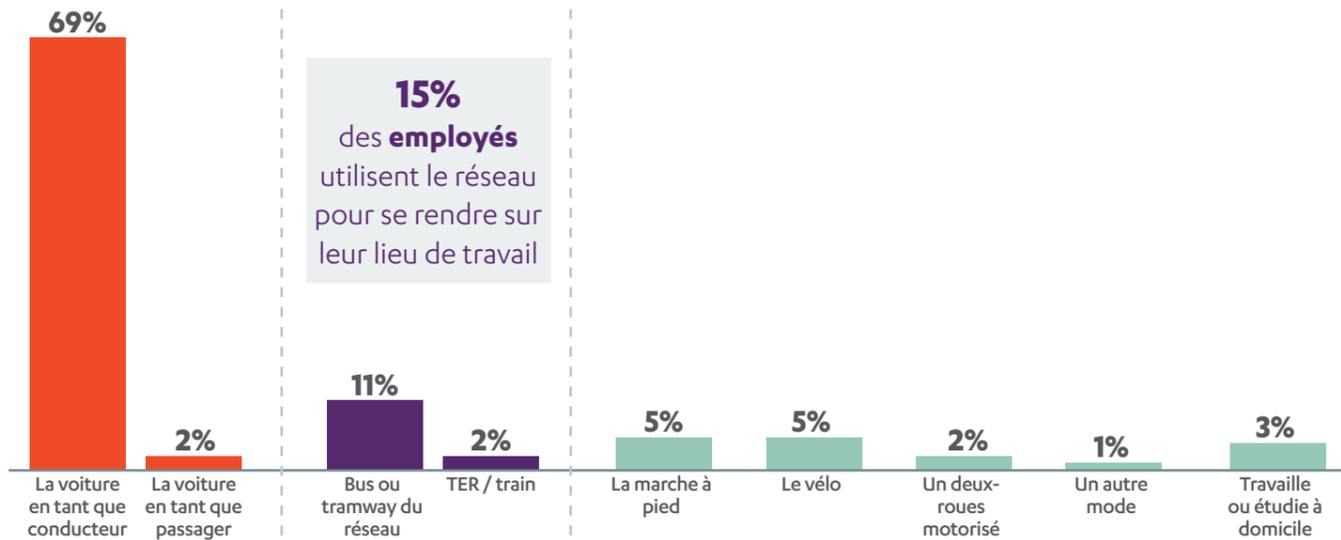
### Des séniors qui privilégient les canaux physiques plutôt que digitaux... Interrogés sur leurs habitudes d'achat 66% des plus de 65 ans déclarent recourir à un canal de vente avec une présence humaine.

Une démarche en accord avec leurs aspirations, **77%** d'entre eux **préfèrent** en effet **acheter un billet auprès du conducteur ou en agence** plutôt qu'avec leur smartphone ou carte bancaire.



# Domicile - travail : une offre de transport qui peine à s'imposer face à la voiture

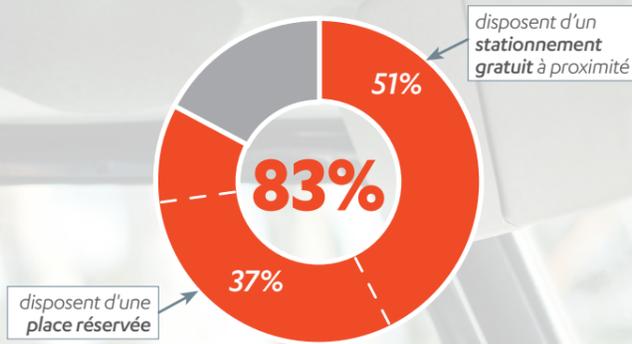
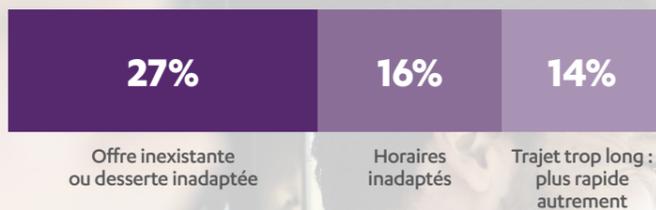
La voiture est largement plébiscitée pour se rendre au travail.



Le manque d'offre et sa moindre efficacité par rapport à la voiture sont les principaux freins des automobilistes à l'usage des transports en commun pour aller travailler.

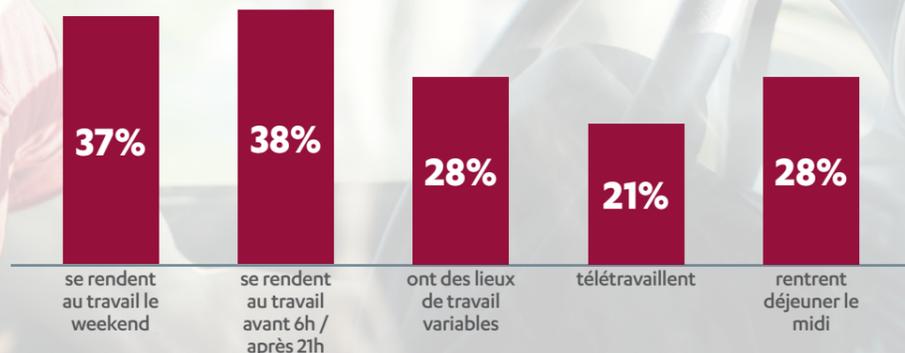
A l'inverse, disposer d'une place de stationnement sur son lieu de travail favorise fortement l'usage de la voiture

Les automobilistes déclarent spontanément :



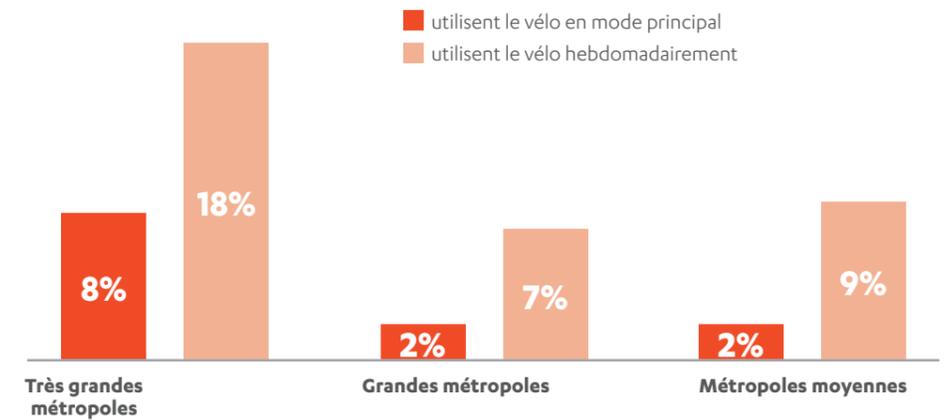
Les actifs qui se rendent au travail en voiture sont 89% à disposer d'une place de stationnement.

**79%** des actifs ont des organisations de travail particulières. Des réalités qui doivent orienter la conception d'offres de mobilité adaptées à chacun.



# Quelle place pour le vélo dans la mobilité quotidienne ?

**11%** des habitants utilisent le vélo au moins 1 fois par semaine pour se déplacer dans leur agglomération



Les cyclistes sont 2 fois plus nombreux dans les très grandes agglomérations (18%) que dans les agglomérations de taille moyenne (9%).

Une population de cyclistes « de tous les jours » émerge dans les très grandes agglomérations, 8% des habitants y déclarent que le vélo est leur mode de transport principal.

## Un usage du vélo en augmentation

Les enquêtes les plus récentes montrent un usage du vélo plus élevé sur l'ensemble des territoires d'étude.

## Profil des cyclistes

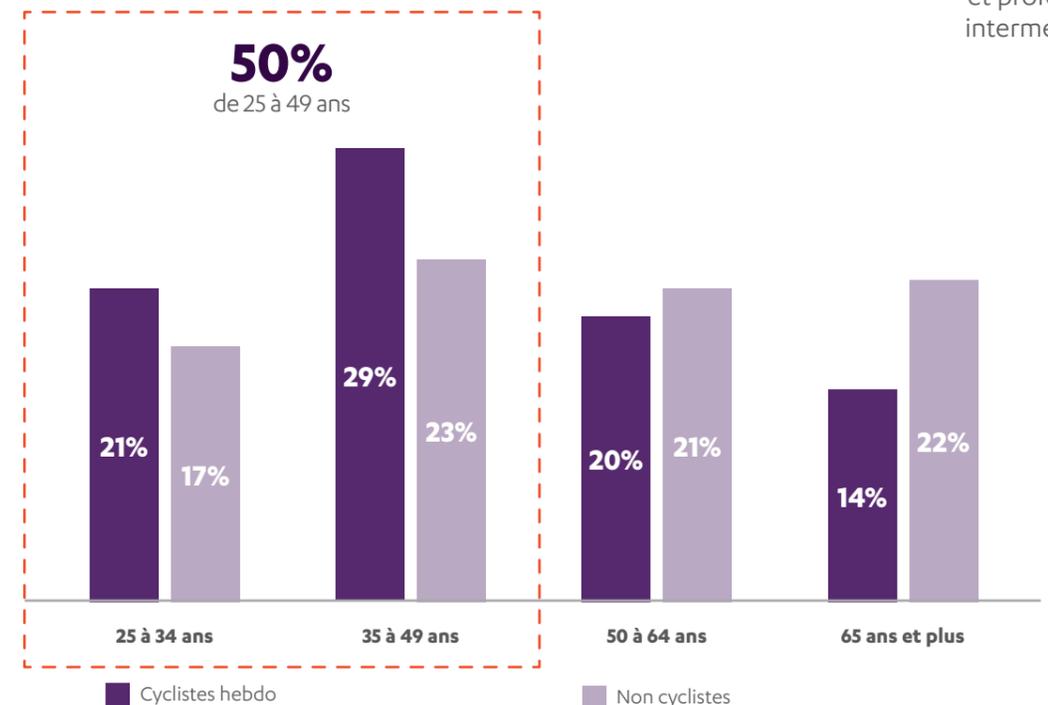
Plutôt masculins et avec une part importante de cadres et de professions intermédiaires. Le profil des cyclistes se distingue de celui des clients des transports en commun.



**66%**  
d'hommes

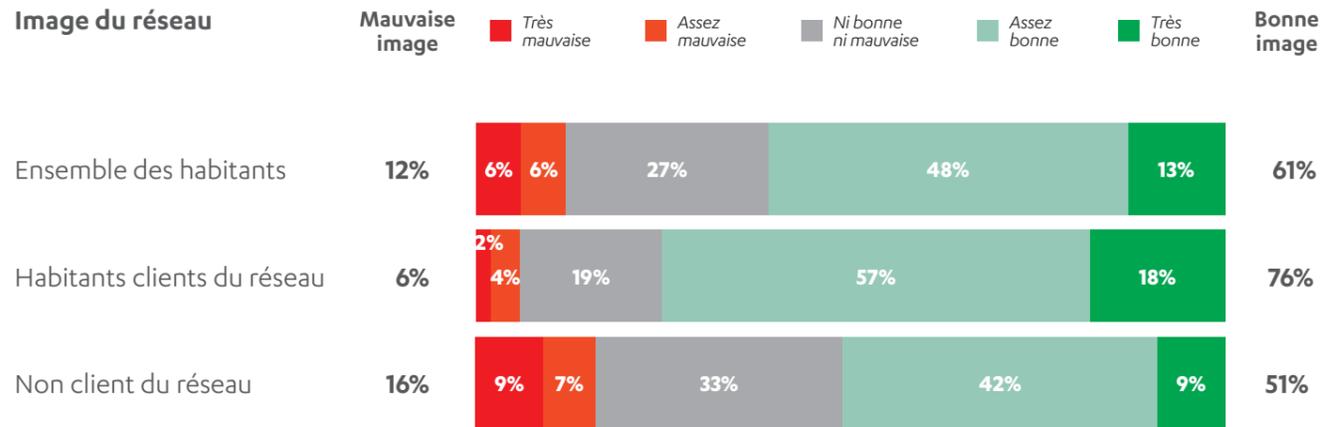


**33%**  
de cadres et professions intermédiaires



# Quelle image les habitants ont-ils de leur réseau ?

Une image du réseau **plutôt positive**, 61% des habitants ayant une bonne image de leur réseau. Cette image est d'autant plus positive lorsqu'ils sont clients du réseau (76%).



Offre, information, confort, tarif, sécurité ... **Plus de la moitié des habitants satisfaits de l'ensemble du service.**

Parmi les **principaux points d'insatisfaction** :

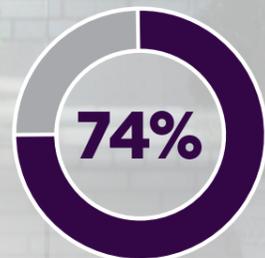
**25%**

des habitants relèvent **un niveau d'offre insuffisant** et en premier lieu des **fréquences trop faibles**

**25%**

des habitants trouvent que **le niveau de sécurité ressenti** n'est pas satisfaisant

Plus de desserte ou plus de fréquence ? Un arbitrage tranché par les répondants : les Français préfèrent marcher qu'attendre...



préfèrent une **meilleure fréquence**

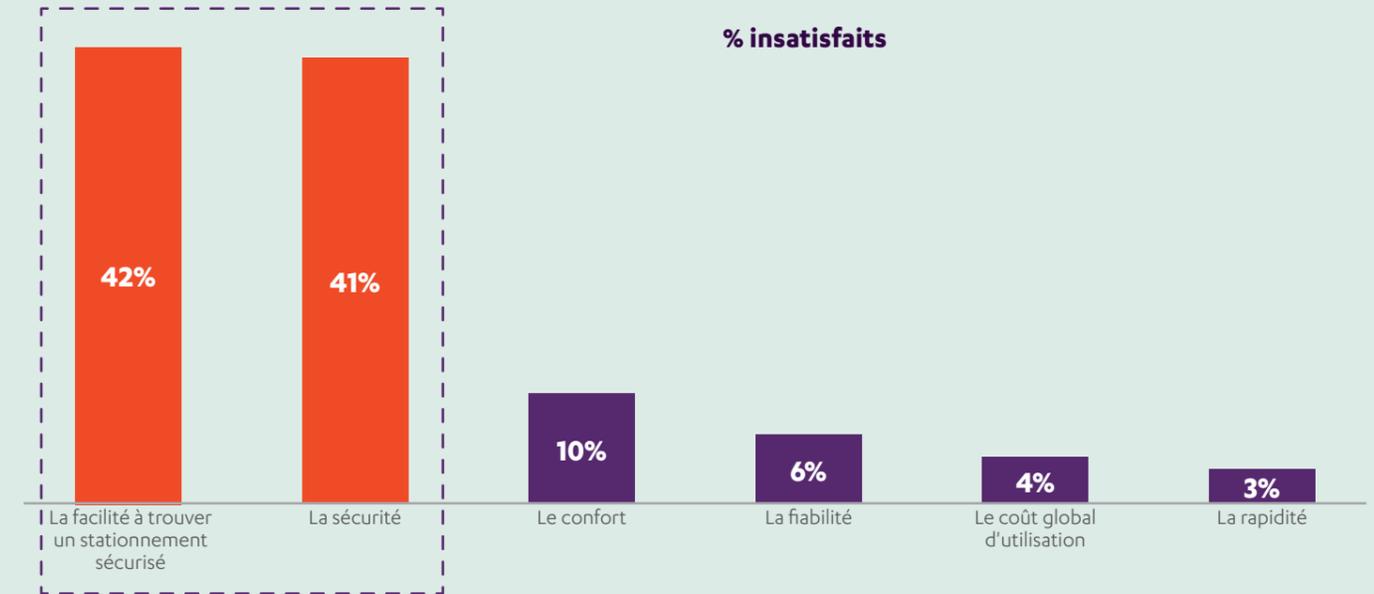


préfèreraient des **arrêts plus proches**

# 76 % de clients satisfaits par leur réseau qu'en est-il des cyclistes et automobilistes ?

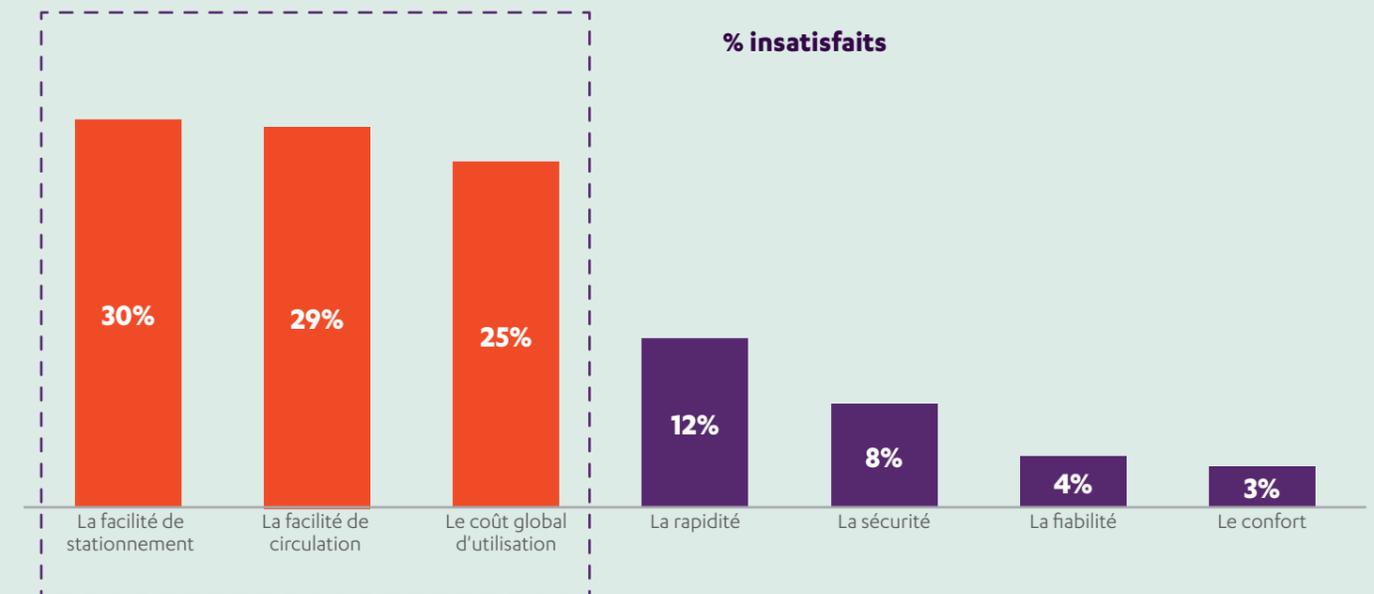
Que pensent les cyclistes du vélo ?

S'ils jugent le vélo **rapide, économique et fiable**, les cyclistes sont toutefois nombreux à être **insatisfaits des solutions de stationnement et de la sécurité.**



Et qu'en est-il de la voiture pour les automobilistes ?

Des automobilistes satisfaits du **confort, de la fiabilité et de la sécurité** de la voiture. Néanmoins plus d'un tiers est critique sur les **conditions de stationnement**. La **circulation difficile et le coût global élevé** sont également pointés.



# Mieux connaître la clientèle à conquérir pour répondre à ses attentes

**61%**

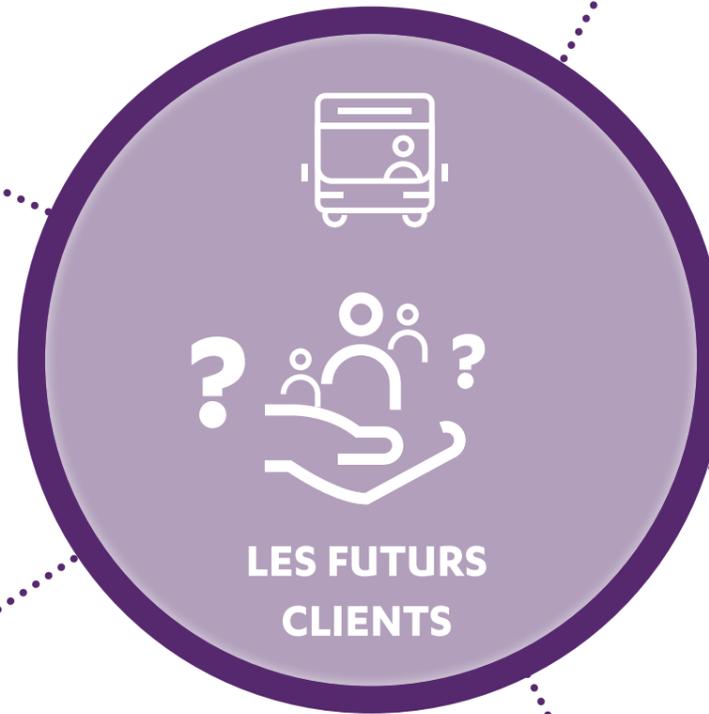
des habitants n'utilisent pas ou rarement les transports en commun de leur agglomération, parmi eux **1/5 seraient prêts à les utiliser régulièrement demain.**

## Des séniors davantage prêts à basculer vers les transports en commun

Les non clients de plus de 65 ans sont les plus enclins à utiliser le bus (**29 % vs 20 %** de non clients réfractaires).

## Un attachement moins important vis-à-vis de la voiture

Les automobilistes prêts à utiliser les transports en commun sont moins enthousiastes vis-à-vis de leur mode de transport principal que les automobilistes réfractaires, notamment sur **la sécurité (44 % sont très satisfaits vs 53 % pour les réfractaires), le confort (59 % vs 69%) et la fiabilité (48 % vs 59 %).**



## Une envie de bus chez les habitants des périphéries des grandes et moyennes agglomérations

Parmi ceux qui souhaitent utiliser les transports en commun **2 habitants sur 3 habitent en périphérie.** Majoritairement dans les agglomérations de taille moyenne.



## Une image positive de leur réseau de transports en commun

Les habitants prêts à utiliser le bus **évaluent positivement** leur réseau. Ils apprécient notamment le niveau d'offre et la qualité de la desserte (**28 % de très satisfaits vs 17 % pour les réfractaires**).

## Une forte sensibilité aux enjeux environnementaux qui les incite à se tourner vers les transports en commun

Comme les clients actuels des réseaux de transports en commun, **82 %** considèrent qu'il n'y aura pas d'autres solutions que de changer de façon de se déplacer pour faire face aux problèmes environnementaux.



Transdev donne à chacun la liberté de se déplacer chaque jour grâce à des solutions fiables et innovantes au service du bien commun.

Transdev connecte et reconnecte les communautés entre elles et les territoires ruraux aux territoires urbains, en apportant des réponses adaptées aux besoins de ses clients et de ses passagers.

Nous partageons et nous agissons pour le collectif, afin de contribuer au bien-être de la société et de créer des opportunités et du progrès.

Nous nous préoccupons des personnes et de l'environnement, afin de parvenir à une mobilité fiable et durable.

Nous travaillons à rester pertinents, à toujours mieux comprendre les besoins et à anticiper la demande de nos clients et de nos passagers.

Nous sommes des femmes et des hommes au service des autres avec un métier : la mobilité.



#### **TRANSDEV GROUP**

3 allée de Grenelle  
92442 Issy-les-Moulineaux cedex – France  
Tél. : +33 (0)1 74 34 20 00

[www.transdev.com](http://www.transdev.com)