

ÉTUDE MOBILITÉ MOVIN'ON

menée par **KANTAR**

# LA MOBILITÉ VUE PAR LA JEUNE GÉNÉRATION, DANS UN MONDE (POST) COVID



En partenariat avec

accenture

CGI



Microsoft

**MOVIN'ON**  
FROM AMBITION TO ACTION

# LA GÉNÉRATION Z, UNE GÉNÉRATION PLUS PRAGMATIQUE QU'IDÉALISTE

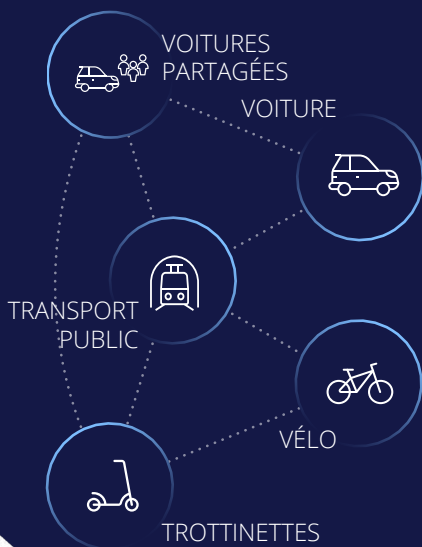
Des multimodaux à la recherche d'efficacité et d'impact positif

## DES NATIFS DU NUMÉRIQUE !

# 2X

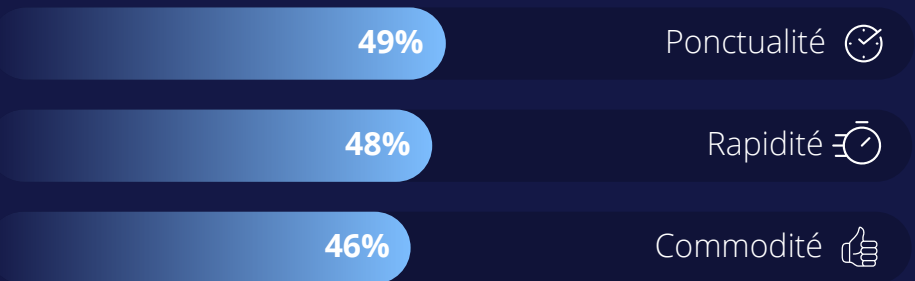
Ils utilisent deux fois plus d'applications de mobilité que la Génération X (Transport public, autopartage, vélos en libre-service)

## DES MULTIMODAUX



## ILS RECHERCHENT LE MEILLEUR COMPROMIS ENTRE LEURS BESOINS ET LEURS VALEURS

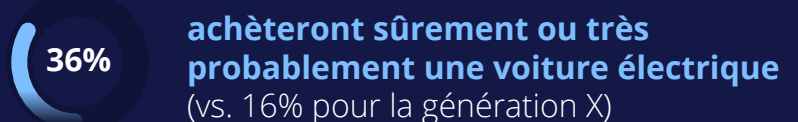
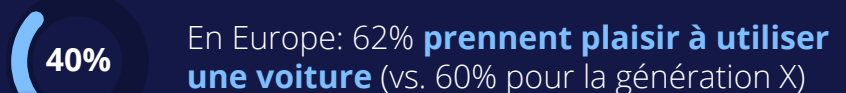
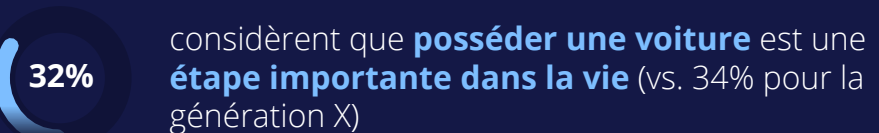
Au-delà des attentes de base



la génération Z valorise plus que la génération X :



## QUI ASIPIRENT TOUJOURS À AVOIR UNE VOITURE, À CONDITION QU'ELLE SOIT PROPRE !



# LA COVID, UN FREIN IMMÉDIAT À LA MOBILITÉ, MAIS AUSSI UN ACCÉLÉRATEUR DE TENDANCES

## FREIN À LA MOBILITÉ

Des réflexes de protection ont émergé avec la COVID.

**DÉMOBILITÉ**  
**VIRUS CRAINTE ANXIÉTÉ**  
**INSÉCURITÉ CONTAMINATION**  
**MESURES SANITAIRES**  
**INCERTITUDE**  
**PERTE DE REVENU**



DÉFIANCE  
à l'égard des  
transports collectifs



CROISSANCE  
des modes de  
transport individuels

## ACCÉLÉRATEUR DE TENDANCES

Pour la jeune génération, 5 leviers clés auront un impact majeur sur l'évolution de la mobilité dans les 10 prochaines années



Télétravail



Amélioration  
des infrastructures  
cyclables



Mobilité zéro  
émission



Pôles de  
mobilité  
(hubs)



Valorisation  
du temps

Reconsidérer la présence quotidienne au bureau, privilégier les modes de transport agréables et sains comme le vélo ou la marche au détriment des modes énergivores et faire du shopping dans leur quartier



« Je continuerai à faire plus de vélo à l'avenir. Utiliser davantage le vélo a certainement été pour moi le changement le plus significatif et bienvenu dans cette période » **NYC**



« Vivre sans voiture a été une révélation pour moi : cela m'a permis d'être plus actif, plus conscient de l'environnement, de redonner du sens à mon quotidien et de changer mes valeurs. Je suis un fervent défenseur des villes piétonnes, d'un bon aménagement urbain et du développement des transports publics ». **Montréal**





# UN ESPACE DE VIE À DEUX DIMENSIONS

Une génération qui plébiscite une vie quotidienne dans un rayon de 15 minutes, mais qui veut toujours découvrir le monde

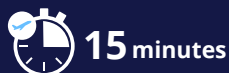
Préférence pour des modes de transport plus sains



Travail à distance



Accélération des options de livraison



Ils imaginent leur vie quotidienne « dans un rayon de 15 minutes », conséquence de plusieurs facteurs



Aspiration à du temps de qualité pour se détendre, socialiser, faire du sport ou des loisirs



Conscience sociale et environnementale accrue



« Je pense que davantage de personnes travailleront à domicile, ce qui changera les habitudes de déplacements et encouragera davantage la micro-mobilité locale » **Montréal**



« Mon quotidien s'en est trouvé plus serein... J'apprécie de pouvoir faire de longues promenades à pied ou à vélo pendant la journée, et j'apprécie cette flexibilité dans mon emploi du temps. » **Seattle**



« Plus la technologie évolue, moins la population se déplacera, car il y aura tout ce que l'homme considère comme un besoin à proximité, pourquoi se donner la peine de se déplacer ? » **Paris**

Mais qui aspire toujours à découvrir le monde... autrement

## UN COMPROMIS FAVORABLE À LA MOBILITÉ DURABLE



Voyager moins souvent, mais pendant plus longtemps



Privilégier le train rapide quand c'est possible



« Le sentiment d'évasion que procure le fait de prendre le train ou l'avion pour partir loin me manque. » **Montréal**

## MOBILITÉ HYBRIDE POUR LES LONGS TRAJETS



COMBINER LES OCCASIONS DE VOYAGE :  
Voyager loin, rester plus longtemps, combiner travail à distance et loisirs



COMBINER LES MOYENS DE TRANSPORT pour des déplacements plus écologiques et efficaces (transport collectif/vert pour se rendre à l'aéroport)



# AGIR ENSEMBLE

La mobilité durable, un défi trop grand pour être relevé seul.  
La génération Z peut y contribuer, à condition que les pouvoirs publics et le secteur privé se mobilisent et l'écouent.

## ATTENTES À L'ÉGARD DES POUVOIRS PUBLICS

Principalement en Europe

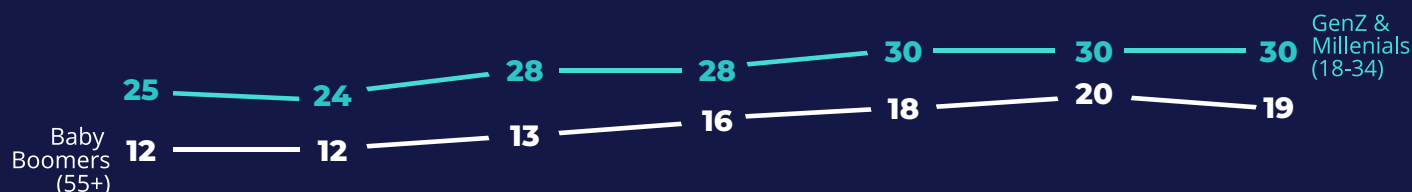
« Ce sont les pouvoirs publics [qui doivent agir] car ils ont un rôle dans la création d'infrastructures ainsi que de pistes cyclables, pour la mise en place de solutions plus vertes. » **Paris**

« Les villes devront proposer des alternatives à la voiture pour que nous puissions vivre dans un monde moins pollué » **Madrid**

## ATTENTES À L'ÉGARD DES ACTEURS PRIVÉS POUR QU'ILS PILOTENT LE CHANGEMENT ET S'IMPLIQUENT DANS LEUR DOMAINE DE COMPÉTENCE

En Amérique du Nord et Europe

"Les marques doivent être un exemple, mener et conduire le changement"



MARS

Kantar Covid19 Baromètre - Mars à Août 2020

AOÛT

« Je crois que la jeune génération comprend l'importance des transports publics, du vélo et de la marche. Je pense que nous allons assister à une tendance vers la durabilité parce que de nombreuses personnes de mon âge et plus jeunes sont passionnées par l'idée de participer au changement, et de récompenser les entreprises qui sont à la manœuvre ». **Montréal**

« Et puis ce sont les employeurs en encourageant le travail à distance, en récompensant ceux qui viennent travailler en groupe et en développant, comme en Europe du Nord, les équipements à disposition lorsque l'on vient à vélo : douches, casiers... » **Paris**

## LES ACTEURS PRIVÉS SONT ATTENDUS POUR CONTRIBUER À

SE DEPLACER  
DIFFEREMMENT

SE DEPLACER  
MOINS

SE DEPLACEMENT PLUS  
EFFICACEMENT



# ÉTUDE MOBILITÉ MOVIN'ON

menée par **KANTAR**

## Sources

**Mobility Futures** : Une étude quantitative menée en 2019 auprès de plus de 5 000 jeunes des générations Y et Z en Europe et Amérique du Nord (Mesure pré-COVID)

**Entretiens qualitatifs approfondis auprès de près de 70 jeunes** (étudiants et actifs), tous engagés pour l'environnement, provenant de 6 villes d'Europe et d'Amérique du Nord : Paris, Nantes, Madrid, Montréal, NYC et Seattle. Réalisés à l'automne 2020

## MOVIN'ON

Nous sommes un écosystème mondial de co-innovation engagé dans la mobilité durable. Indépendant et sans but lucratif, nous fédérons les villes, les pays, les entreprises et la société civile pour mettre en place des solutions concrètes au bénéfice de tous.

En partenariat avec

accenture

CGI



Microsoft

**MOVIN'ON**  
FROM AMBITION TO ACTION