

Rungis, le 9 juillet 2020

« Quelle mobilité pour demain ? »

Une étude exclusive Bridgestone en collaboration avec Harris Interactive / Toluna

Un double constat :

- Suite à la crise sanitaire, 1 Français sur 2 a changé son regard sur la mobilité
- Au lendemain des élections municipales et alors que la Convention Citoyenne pour le Climat a fait ses premières propositions, 78% des Français attendent des changements envers les politiques de mobilité

Automobiles, motos, utilitaires, vélos, avions...alors que les Français commencent à reprendre leurs déplacements, Bridgestone, leader mondial de l'industrie du pneumatique et spécialiste des solutions de mobilité, a interrogé les consommateurs sur leur perception du contexte actuel, en collaboration avec l'institut Harris Interactive / Toluna. Les résultats, parfois surprenants, mettent en lumière les changements de comportements de mobilité des Français envers les modes de déplacement (collectifs ou individuels) et leurs futures intentions d'usage.

« Premier enseignement fort de cette étude : 1 Français sur 2 a changé son regard sur la mobilité. Si beaucoup annonçaient avant la crise sanitaire la fin de la voiture et du transport individuel, les résultats montrent que les Français retrouvent l'usage de la voiture avec un vrai soulagement, signe de liberté retrouvée, dans des conditions de sécurité reconnue. C'est pour mettre en lumière ces changements de comportement que nous avons mené cette étude inédite. Chez Bridgestone, nous travaillons en permanence autour de ces enjeux, pour devenir l'un des leaders en solutions de mobilité » commente **Tom Adams, Directeur Général de Bridgestone France et Benelux.**

Au lendemain des élections municipales et alors que la Convention Citoyenne pour le Climat a fait ses premières propositions pour la mobilité, les répondants estiment que les politiques autour de la mobilité doivent être repensées, à la fois par les pouvoirs publics mais aussi par les acteurs du secteur automobile. Les attentes des Français envers les politiques publiques sont d'abord centrées sur la gratuité des transports en commun (36% des répondants) et l'aménagement des espaces urbains pour les deux roues (35%) ou les piétons (17%).

Les Français attendent également des actions de la part des constructeurs automobiles : ils souhaiteraient des solutions écologiques pour les transports en commun (41%), et la mise à disposition de véhicules électriques en libre service (40%). Ces demandes de solutions de mobilité s'accompagnent aussi de plus de pédagogie et d'une meilleure information : ainsi, près d'1 Français sur 2 souhaiterait avoir des cours ou des tutos pour bien utiliser son vélo ou sa trottinette en ville.

Pour 1 Français sur 2, la crise sanitaire a changé leur regard sur la mobilité

La crise du COVID-19 a donné un coup d'arrêt brutal et sans précédent à la mobilité. Dès le 17 mars, une très grande majorité de Français a été confrontée à un arrêt partiel voire total de la mobilité. Pour autant, tous ne l'ont pas vécu de la même façon. Ainsi, si près de 40% des Français se sont sentis frustrés ou perdus par le fait de ne plus pouvoir conduire ou se déplacer, pour 61% des répondants, cette période a été associée à une action responsable. En restant chez eux, ils ont vécu l'arrêt de la mobilité comme une parenthèse pour la planète.

Cette période particulière a également permis aux Français de faire le point sur leurs anciennes habitudes de déplacement. Ils sont ainsi 29% à souhaiter désormais investir dans l'achat d'un moyen de déplacement doux type vélo électrique ou trottinette, passer le permis deux-roues pour acheter une moto ou un scooter (8%), ou encore privilégier davantage le co-voiturage (6%).

Les moyens de déplacement individuels sont perçus par près de 9 Français sur 10 comme indispensables, voire « libérateurs » dans cette nouvelle normalité

Aujourd'hui, les modes de déplacement individuels (mécanisés ou actifs) sont valorisés par 87% des Français : les répondants les perçoivent comme indispensables pour éviter les risques de contagion (29%), utiles pour la santé ou les besoins déplacements - courses, trajets lieu de travail – (27%), voire « libérateurs » pour 31% d'entre eux. Seuls 13% des répondants jugent les moyens de transports non nécessaires.

Depuis le retour à la normale, 4 Français sur 10 sont toutefois restés très frileux vis-à-vis des déplacements, et qualifient leur mobilité de nulle ou réduite aux stricts déplacements de première nécessité. Les Français qui se déplacent à nouveau depuis le 11 mai ont quant à eux fait le choix à 43% d'utiliser un mode de transport personnel, qu'il soit mécanisé (auto, moto,...) ou actif (vélo,...). Seuls 15% des répondants ont repris les transports en commun.

L'étude montre ainsi que la mobilité individuelle risque, au moins temporairement, de prendre le pas sur la mobilité collective afin de respecter le principe de distanciation sociale établi durant le confinement. En effet, plus d'1 Français sur 2 (56%) considère la voiture comme moyen de transport le plus sécuritaire dans le contexte actuel, devant la marche à pied (31%). Les transports collectifs sont eux qualifiés de sécurisants par seulement 2% des répondants.

Si la voiture est perçue par 56% des Français comme le mode de déplacement le plus sécurisant pour se protéger du virus, le fait que les usagers décident de reprendre leur véhicule inquiète 1 répondant sur 2 quant aux conséquences sur la pollution et l'environnement.

Pour **Tom Adams, Directeur Général de Bridgestone France et Benelux**, « *En l'espace de 20 ans, la mobilité a fait sa révolution. Avec le développement des technologies industrielles, des modes de transport, de la transition écologique et des transformations digitales, la mobilité est devenue un marqueur de la modernité et un enjeu pour l'avenir des sociétés. Aujourd'hui plus que jamais dans ce contexte inédit, usagers, professionnels, collectivités, partenaires industriels attendent des acteurs du secteur des engagements mobilité qui soient à la hauteur de cet enjeu, et les solutions les plus avancées. Chez Bridgestone, leader mondial de l'industrie du pneumatique, cette exigence pour une mobilité toujours plus performante est un moteur pour défricher, innover et préparer les réponses aux besoins de demain* » ajoute **Tom Adams, Directeur Général de Bridgestone France et Benelux**.

Quelle mobilité pour demain ? Les solutions Bridgestone

Chez Bridgestone, nous pensons que des solutions simples peuvent être mises en œuvre immédiatement pour une mobilité ultra-perfectionnée, sûre et durable, et notamment :

- **Mobeflex, le service de location de vélos électriques par Bridgestone, pour une mobilité intelligente et respectueuse de l'environnement** – Bridgestone propose une nouvelle formule de vélos électriques en location, au choix parmi une large sélection de vélos électriques haut de gamme. Ainsi, dans la plupart des grandes villes de France et à partir de 59 € par mois, l'utilisateur a le choix entre une sélection de vélos urbains, pour le tourisme ou pour le sport, tous équipés de batteries adaptées à ces besoins spécifiques.
- **Une technologie de pneumatique intelligent pour garantir aux conducteurs sérénité, confort et sécurité sur la route** - Les technologies de mobilité actuelles ne prennent pas en compte les phénomènes qui se produisent à l'intérieur d'un pneu et à la surface de la route : un pneu endommagé, une route accidentée, un nid de poule, une crevaison, etc. Or cette omission constitue un frein à une conduite véritablement autonome et sécuritaire. Pour répondre à ces enjeux, Bridgestone s'est associé à Microsoft pour développer la Plateforme Microsoft pour Véhicules Connectés (MCVP), le premier système au monde qui permet de détecter et de surveiller en temps réel la détérioration des pneus.
- **Webfleet Solutions, pour une efficacité accrue** – La solution Webfleet exploite des données et analyses pour gérer efficacement les déplacements des flottes. Gage d'une sécurité améliorée et d'une efficacité accrue, ces innovations préfigurent la transformation des écosystèmes dans le monde entier.

Méthodologie : Etude quantitative en ligne via panel Harris Interactive / Toluna au près d'un échantillon de 1 504 personnes représentatif de la population française âgée de 18 à 60 ans vivant en unité urbaine de 20 000 habitants ou plus.

À propos de Bridgestone en France

Situé à Rungis en région parisienne, Bridgestone en France est une entité de Bridgestone Europe, filiale régionale du leader mondial du pneumatique basé à Tokyo. Bridgestone emploie près de 5 000 personnes en France et possède une usine de production à Béthune (62) et une usine de rechapage à Chaponost (69). L'entreprise commercialise 4 marques de pneus (Bridgestone, Firestone, Dayton et Seiberling) et couvre de nombreux segments d'activité : automobile, moto, poids lourds, génie civil, secteur agricole et rechapage à travers la marque Bandag. Bridgestone détient également un puissant réseau de distribution et d'entretien avec First Stop, Ayme et Speedy qui représentent plus de 900 points de vente partout en France.

Depuis près de 90 ans, Bridgestone contribue à assurer la sécurité et le transport des personnes et des biens sur les routes pour leur permettre d'effectuer leurs trajets, quelles que soient les conditions rencontrées. Les ingénieurs et scientifiques Bridgestone disposent de sites de production parmi les plus avancés en Europe, avec une technologie de pointe au niveau mondial et d'investissements en R&D de premier plan.

Bridgestone se définit aujourd'hui comme un apporteur de solutions concrètes aux problèmes auxquels les conducteurs sont confrontés chaque jour, pour leur permettre de continuer leur route, quoiqu'il arrive.



BRIDGESTONE

Pour plus d'information sur Bridgestone France, rendez-vous sur notre site www.bridgestone.fr et www.bridgestonewsroom.eu. Suivez-nous sur [Facebook](#), [Twitter](#) et sur [LinkedIn](#).