

# Les notes de l'observatoire mobilités

15/02/2022

Afin de mieux comprendre les habitudes de déplacements des habitants d'Angers Loire Métropole et d'identifier les raisons (ou leviers) des changements de comportement, l'Aura, en partenariat avec Angers Loire Métropole, a suivi sur une période de 4 ans un panel de ménages volontaires.

Cette note présente une synthèse des résultats de cette enquête longitudinale.

## MES DÉPLACEMENTS AU QUOTIDIEN SUIVI À LA LOUPE

**Directrice de publication** : Alexandra LE PROVOST  
**Etudes et rédaction** : Stéphane RONDEAU, Stéphanie HERVIEU, Isabelle LEULIER-LEDOUX  
**Conception graphique** : Aura  
© Aura février 2022

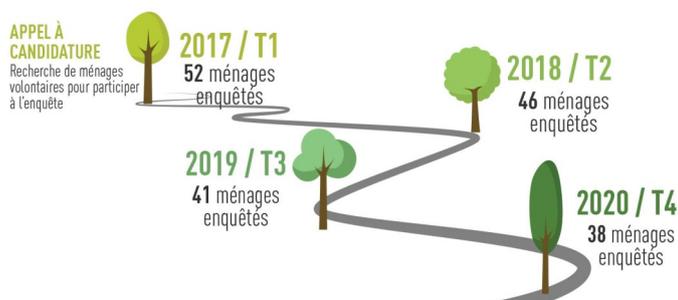
Agence d'urbanisme de la région angevine  
29 rue Thiers - 49100 ANGERS - 02.41.18.23.80. - [www.aurangevine.org](http://www.aurangevine.org)

**aura**  
agence d'urbanisme  
de la région angevine



# Une étude exploratoire sur 4 ans, une méthodologie qui a évolué avec la crise sanitaire

Une enquête commencée en 2017, une méthode qui a évolué en 2020 pour appréhender l'impact de la crise sanitaire sur les déplacements



En 2017, 2018 et 2019, l'ensemble des personnes des ménages enquêtés ont répondu à un questionnaire identique structuré en trois parties :

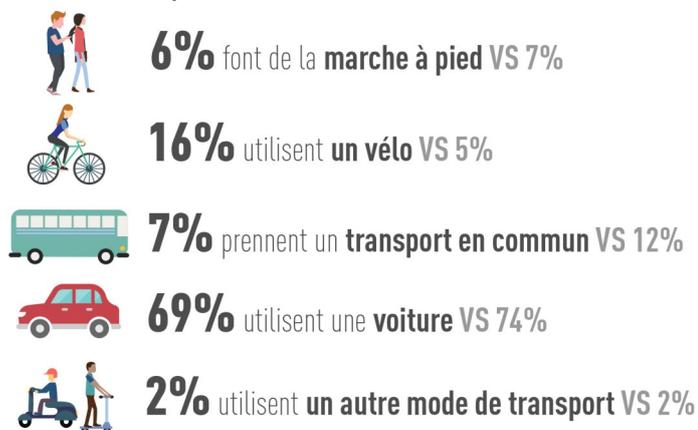
- Identification du ménage enquêté (composition, logement et moyens de transport du ménage) ;
- Focus détaillé sur les déplacements liés à l'activité principale (travail, études) ;
- Focus détaillé sur les déplacements liés à l'activité récréative (sport, culture, loisirs) et/ou associative principale des personnes majeures.

La crise sanitaire de 2020 a fait évoluer le contenu et les attendus de l'enquête afin d'évaluer l'impact des mesures mises en place sur les déplacements quotidiens du panel des ménages.

## Un panel plus enclin à utiliser le vélo

Comparaison des parts modales domicile-travail

### Panel de l'enquête en T1 VS Insee RP 2018



Source : Enquête « mes déplacements au quotidien suivis à la loupe » / INSEE, RP 2018

Dans ce type d'étude basée sur le volontariat, une surreprésentation des personnes sensibles aux questions de mobilités durables n'est pas surprenant.

Les ménages de l'enquête sont néanmoins fortement motorisés (1,6 voiture par ménage contre 1,1 en moyenne sur ALM). Ceci s'explique par la forte présence des couples, notamment avec enfants (près de 60% du panel, contre 20% en moyenne) et des actifs (environ 80% des adultes du panel, contre 50% en moyenne).

Quelques enquêtés en moins chaque année, mais une structuration du panel qui reste globalement stable

Inhérent à ce type de méthode de suivi d'une cohorte sur plusieurs années, le panel a évolué chaque année pour différentes raisons : ménages ayant choisi de suspendre leur participation (52 ménages en T1, 38 en T4), déménagements, recompositions de ménages, installations indépendantes des jeunes adultes, naissances, néo retraités...

Toutefois, la structuration du panel a peu évolué :

- Stabilité de la répartition résidentielle sur le territoire : entre 45 et 50% résident sur Angers, entre 25 et 30% habitent dans une autre commune desservie par le réseau urbain et enfin environ 25% vivent dans un secteur desservi par le réseau suburbain.
- Surreprésentation des couples avec enfants et des actifs à un niveau semblable chaque année
- Constance relative de la distribution par âge : environ 35% d'enfants mineurs et 5% d'enfants majeurs, âge moyen des adultes de 43,5 ans en T1 (2017) et de 44,5 ans en T4 (2020).

## Panel de l'enquête VS Insee RP 2018

### Une population jeune

L'âge moyen des adultes est de **44 ans**

### En couple avec des enfants

**60%** sont en couple avec des enfants VS 20%

seulement **10%** des répondants vivent seuls VS 40%

### En activité

**80%** sont des actifs occupés dont **45% de cadres** et professions intellectuelles sup. VS 50% d'actifs occupés (20% de cadres)

# 2017 à 2019 : des changements de comportement plutôt « subis » que « choisis »

## Malgré quelques évolutions de pratiques observées, l'usage de la voiture reste prépondérant

Entre 2017 et 2019, l'utilisation de la voiture individuelle reste prédominante chez les adultes : environ deux tiers des trajets liés à l'activité récréative et plus de 70% des déplacements liés au travail ou aux études supérieures. Il est à noter que le covoiturage est en augmentation entre la 1<sup>re</sup> et la 3<sup>e</sup> période d'enquête.

Les changements de pratique modale sont souvent associés à un changement connexe, vécus comme une opportunité ou une contrainte : évolution du ménage (naissance, âge des enfants, niveau de scolarisation), changement de travail (lieu, fonction), changement des activités récréatives (notamment quand elles passent d'un soir en semaine au week-end)...

Certains (ex) automobilistes déclarent néanmoins recourir plus fréquemment aux modes alternatifs par choix, pour des motivations écologiques ou des raisons pratiques.

Concernant les enfants, le rapport voiture / modes alternatifs est inversé selon le motif du déplacement. La part de la voiture dépasse les 60% quand ils se rendent à l'école et est en dessous des 40% quand ils vont pratiquer leur activité récréative. Beaucoup dépendent de leurs parents, qui font régulièrement des déposes/reprises, mais des évolutions sont à noter. Elles sont notamment liées à l'âge et la prise d'autonomie, même si la sensibilité écologique des parents voire des enfants peut accentuer l'utilisation des modes alternatifs.

## Les déterminants du choix modal

Au final, on retrouve dans les comportements de déplacements de nos ménages, une grande partie des déterminants rationnels du choix modal :

 **Le temps de trajet en premier lieu.** Les modes individuels ont ici un avantage indéniable sur les modes collectifs. Plusieurs enquêtés ont d'ailleurs délaissé ou menacent de délaissé les transports collectifs (TC) au profit de la voiture pour cette raison. Le niveau de service des modes collectifs peut infléchir ce facteur clé du choix modal (fréquence et fiabilité, notamment aux heures de pointe de congestion automobile).

 **Le coût, autre critère objectif dans le choix modal,** est plutôt absent, avec seulement une personne qui le cite parmi d'autres raisons dans son choix d'abandonner la voiture au profit d'un

mode actif. Le coût réel de la voiture apparaît encore sous-évalué par l'usager, celui-ci ne prenant en compte globalement que les frais variables, notamment le carburant, pour l'estimer.



**L'influence de l'environnement urbain sous l'approche 3D (densité, diversité, design).** La densité et la diversité (concentration de la population, des emplois et des activités) jouent favorablement sur l'offre et donc sur les possibilités de recours aux modes alternatifs. Plusieurs enquêtés ont profité d'un rapprochement de leurs lieux de résidence et de travail par exemple pour changer de comportement et limiter l'intensité d'usage de la voiture. Toutefois, l'absence de traitement adapté de l'espace public (design urbain) est mentionné par certains enquêtés pour expliquer l'abandon ou le non recours au vélo (manque d'aménagements, coupures urbaines...). A l'inverse, l'offre de stationnement encourage nettement le choix de la voiture. En effet, plus de 90% des enquêtés se rendant à leur travail en voiture en tant que conducteur déclarent disposer de façon quasi-certaine d'une place de stationnement à destination. Ce poids s'approche des 40% pour les usagers des autres modes réunis.

D'autres facteurs interviennent dans le choix modal :



Des **contraintes externes** peuvent imposer le mode à l'individu (déposes/reprises d'enfants, déplacements professionnels via sa voiture personnelle...).



D'autres raisons propres à chaque individu et recouvrant les champs de la **psychologie** et de la **sociologie** sont aussi à prendre en compte. On peut citer ici la perception individuelle des modes et des conditions de déplacements (sentiment d'insécurité pour certain quand il fait nuit par exemple), le rôle du cercle social (comme cette maman qui invite sa fille à adopter une mobilité durable) ou encore les habitudes (seulement 9% des actifs occupés ont changé notablement de modes pour leur déplacement lié au travail)...

# 2020 : une influence plutôt limitée de la crise sanitaire sur les pratiques modales

Un « big-bang » du rapport au (télé)travail plus que des pratiques de mobilité pour les déplacements domicile-travail



Pour les actifs du panel, la crise sanitaire a finalement eu un faible impact dans leurs déplacements quotidiens domicile-travail. Ainsi, plus de 80% d'entre eux ont utilisé le(s) même(s)

mode(s) sur toute l'année pour se rendre sur leur lieu de travail habituel. Et sur les 20% restant, près de la moitié recourent finalement au(x) même(s) mode(s) en début et en fin d'année.

Les modes individuels, en premier lieu l'autosolisme et le vélo, ont gagné quelques pratiquants, au dépend des modes partagés. Certains ont délaissé les transports collectifs à la suite du 1<sup>er</sup> confinement, par crainte du covid-19. Quant au relatif déclin des pratiques de covoiturage en 2020, il s'explique notamment par le développement conséquent du télétravail et la nécessaire réorganisation du travail que cela implique. Cette légère préférence pour les modes individuels est-elle propre à 2020 ou va-t-elle se confirmer dans les années à venir ? Du côté des TC, cette tendance semble en tout cas s'estomper avec le temps, la plupart des usagers du panel étant retournés dans les bus ou le tramway en fin d'année 2020. Cela est moins vrai pour le covoiturage. Mais les dispositifs d'incitation financière lancés en 2021 par la Région des Pays de la Loire et par Angers Loire Métropole pourraient contrecarrer ce phénomène.



Plus que l'évolution des parts modales, c'est bien le télétravail qui ressort renforcé par ces épisodes de confinement. La crise a joué un rôle d'accélérateur pour cette pratique émergente observée ces dernières années. Le télétravail « subi » en 2020 va-t-il se concrétiser par une pratique volontaire, pérenne et partielle (un à deux jours par semaine en général) dans les années à venir ? Les quelques résultats issus de cette enquête et d'enquêtes nationales de 2021 nous donnent quelques raisons d'y croire. Ce phénomène aura un impact sur le volume des flux de mobilité aux heures de pointe, tous modes confondus.



Chez les enfants, l'impact de la crise sanitaire semble nul. On retrouve les mêmes constats que les années précédentes : le changement de pratique est très fortement corrélé au parcours scolaire. La voiture et la marche à pied sont largement plébiscitées jusqu'à l'école élémentaire. Le passage au collège est particulièrement propice à l'autonomie et à l'usage des transports collectifs.

La voiture : entre liberté, praticité et pollution

Les périodes de confinements et couvre-feu, ont généré de nouvelles façons de consommer : plus de proximité, plus de commandes sur internet, plus d'utilisation du Click and collect. Ceci pourrait avoir des incidences sur les habitudes des enquêtés.

Mais, même si les pratiques se diversifient, la liberté, l'autonomie, la praticité restent au fil des ans autant de raisons de l'attachement des répondants à la voiture.



Les enquêtés semblent néanmoins plus sensibles aux questions écologiques, la voiture étant plus souvent associée à un mode de transport polluant, bruyant et également coûteux. En 2020, environ un quart des ménages exprime l'éventualité de se séparer de leur voiture dans les années à venir, pour des raisons de coût et de pollution notamment. Certains enquêtés déclarent souhaiter s'engager vers une nouvelle mobilité avec davantage de déplacements à pied et à vélo, notamment pour se rendre sur le lieu de travail/étude, dans les commerces de proximité et pour les loisirs.

« L'essayer c'est l'adopter »

Pour casser les barrières psychologiques et inciter les individus à changer leurs habitudes de déplacements, de nombreuses actions sont possibles. Cela passe par de la communication (pourquoi et comment changer) et de l'information (de l'application mobile dédiée à un mode vers un service numérique multimodal « MaaS »), par des incitations (challenges, aides financières) et par de l'accompagnement collectif (plan de mobilité employeur, écomobilité scolaire...) ou personnalisé (marketing individualisé, nudges...).