

« Français & Mobilités », quelles solutions crédibles pour demain ?

BMW Group publie son livre blanc, fruit d'une consultation citoyenne et d'une réflexion collaborative avec des experts.

- **Près de 80 % des Français sont attentifs à l'impact environnemental de leurs déplacements.**
- **Les progrès des constructeurs automobiles pour améliorer l'expérience de mobilité restent méconnus du grand public.**
- **Le futur de la mobilité s'écrit en synergie entre acteurs privés et pouvoirs publics.**

Paris. BMW Group France publie aujourd'hui son livre blanc sur les différentes solutions de mobilité plébiscitées par les Français. **Il est le fruit d'une grande consultation** qui a associé des citoyens et des experts **et fait suite à une vaste étude sur la mobilité** qui avait interrogé plus de 3 000 Français fin 2019.

Fidèle à ses valeurs de co-construction, BMW Group France a entrepris avant même les grèves de 2019 d'aller à la rencontre des Français pour mieux comprendre leur perception et leurs attentes de mobilité et pour inventer avec eux et avec tout l'écosystème concerné les solutions de mobilité pour demain. Après plusieurs mois d'enquêtes quantitatives, qualitatives et d'analyse prospective, le fruit de ce travail collaboratif est disponible au sein d'un livre blanc digital « Français et mobilités ». Il révèle notamment les données chiffrées des études exclusives menées, mais donne également la parole à plusieurs experts qui ont réagi aux idées suggérées par les Français.



E-book : <https://www.francaisetmobilités.fr/>

- **La mobilité est une impérieuse nécessité** pour des Français qui ne sont pas égaux face à l'offre, ce qui en fait un déterminant des inégalités. En France, **54 %** des habitants des zones rurales n'ont pas d'arrêt de bus à moins de dix minutes de chez eux.

Communication et relations publiques

- **Le futur de la mobilité individuelle** ne pourra pas s'inventer sans la voiture : **47 %** des Français l'utilisent au quotidien, **87 %** la voient comme une nécessité, et pour **71 %** d'entre eux c'est aussi un plaisir.
- **L'impact environnemental** des déplacements est devenu un sujet de préoccupation pour **94 %** des Français et même prioritaire pour **39 %** d'entre eux.
- **L'automobile doit évoluer** pour réduire son poids budgétaire, son impact sur la planète et s'intégrer dans un écosystème favorisant des facteurs de praticité essentiels (horaires plus flexibles, confort, fluidité des réseaux de mobilité).
- **La vitesse d'évolution des usages** en matière de transport bouleverse le cadre établi. Plus de la **moitié** des Français déclarent **qu'ils ont ou vont changer leurs habitudes** de transport, notamment pour adopter une mobilité plus soucieuse de l'environnement.
- **Les pouvoirs publics doivent développer une politique de mobilité** et proposer rapidement des infrastructures adaptées. Les écosystèmes de services pourront alors s'y déployer.

Telles sont les principales conclusions de ce livre blanc qui a pour vocation d'alimenter la réflexion des pouvoirs publics par des solutions concrètes pour le développement des politiques de mobilité.

Si les véhicules électrifiés, dont les ventes ont doublé au premier semestre 2020, sont la réponse la plus adaptée aux problématiques de réduction des émissions de CO₂ et d'amélioration de la qualité de l'air dans les villes les plus grandes et les plus denses, la technologie électrique n'est toutefois pas la solution miracle pour une mobilité apaisée demain.

Les Français restent liés par le plaisir de l'automobile, mais souhaitent plus en termes de services connectés et de réduction de leur empreinte environnementale.

Un des enseignements majeurs de cette étude est qu'une grande part **des solutions considérées d'avenir par les Français existe déjà mais ils ne les connaissent pas.**

« **Cette étude nous a montré que le grand public ne connaît pas suffisamment la palette de services connectés** et les solutions que nous proposons. Nous devons donc mieux diffuser l'offre existante tout en **accélérant avec les pouvoirs publics pour que celle de demain réponde aux attentes de nos concitoyens** » déclare Vincent Salimon, président du directoire BMW Group France.

Aujourd'hui l'information ne suffit plus, il faut pouvoir **expérimenter, le vivre en vrai**. Ce n'est finalement pas un hasard si, après l'essai d'un véhicule électrifié, **40 %** des Français aient l'intention d'en acheter un.

Pour les constructeurs automobiles, l'offre **dépasse le seul usage de la voiture et accompagne le citoyen dans l'ensemble de son déplacement**, comme, par exemple, grâce à la connectivité : parking connecté, recharge, assistant personnel intelligent. Autant d'exemples qui témoignent que les technologies sont déjà à portée de main pour une expérience de mobilité plus fluide.

Le livre blanc démontre aussi à quel point **des solutions trop futuristes ne sont pas nécessairement plébiscitées**, car trop « techniques » pour la plupart des Français. Ils ne veulent pas que l'attention soit détournée de leurs enjeux pratiques qui impactent leur quotidien au profit de solutions qui « font rêver ».

La typologie de l'usage des transports par les Français.

Dans le cadre de sa vaste étude, BMW Group a identifié 7 grandes familles d'usages des transports, dans lesquelles se retrouvent les deux tiers des Français :

- « Les auto dépendants » : caractérisés par une dépendance contrainte à la voiture, avec un plaisir faible, notamment liée à un habitat plus rural que la moyenne
- « Les auto-plaisir », prenant du plaisir à conduire
- « Les multimodaux », pour qui la mobilité doit avant tout être efficace
- « Les écolomobiles », pour qui l'impact environnemental de leur mode de transport est déterminant dans leur choix de transport
- « Les tributaires », vivant plutôt dans de grandes métropoles, utilisant quotidiennement les transports en commun. Pour eux se déplacer reste difficile et est souvent synonyme de pénibilité.
- « Les auto-boulot-dodo », vivant souvent éloignés des transports en commun et des nouveaux modes de déplacement, ils passent beaucoup de temps en voiture, le plus souvent pour se rendre au travail.
- « Les bureaux mobiles », qui optimisent leur temps de transport en travaillant pendant leurs déplacements. Pour eux, il est hors de question de ne rien pouvoir faire.

Se déplacer moins et mieux.

Qu'ils soient des inconditionnels de la voiture ou contraints de l'utiliser tous les jours, et/ou avant tout soucieux de l'impact environnemental de leurs déplacements, la voiture est toujours, et de loin, le mode de transport le plus utilisé par les Français. **60 % pensent ainsi que la possession d'une voiture restera la norme et que les services de mobilité seront complémentaires.** Preuve s'il en est : plus de la moitié des Français, ces dernières années, ont déjà changé leurs habitudes de transport ou envisagent de le faire de manière à adopter une mobilité plus soucieuse de l'environnement.

[Pas de mobilité sans responsabilité : c'est l'engagement de BMW Group porté par Oliver Zipse, président du directoire :](#)

* Etude Odoxa pour BMW Group réalisée auprès d'un échantillon de 3005 Français représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus entre le 27 novembre et le 3 décembre 2019. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, niveau de diplôme et profession de l'interviewé après stratification par région et catégorie d'agglomération

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Maryse Bataillard
Chef du Service Communication Corporate
BMW Group France
Tél : 01 30 03 19 41
E-Mail : maryse.bataillard@bmw.fr

Benjamin Lory
B2P Communications Consulting
Tél : 06 43 67 18 30
E-Mail : blory@b2p-communications.com

Communication et relations publiques

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 6.000 salariés en France. En 2019, BMW Group France a immatriculé 85 909 automobiles des marques BMW et MINI et 17 791 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme 15 modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un demi-million de voitures électrifiées circulaient déjà sur les routes, fin 2019.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. Depuis plus de 30 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs. L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

www.bmw.fr

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance/?hl=fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw-group-france?trk=top_nav_home

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2019, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 520 307 automobiles et plus de 175,162 motos. En 2018, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,81 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 97,48 milliards d'euros. Au 31 décembre 2018, les effectifs de BMW Group étaient de 134 682 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw