

Communiqué de presse

1^{er} février 2022

Entre multimodalité et préoccupations environnementales, l'étude Odoxa pour BMW Group France passe au crible la mobilité à Lyon et dans la région Auvergne-Rhône-Alpes

Plutôt satisfaits de l'offre de transport sur le territoire, les Lyonnais sont adeptes de la multimodalité.

- BMW Group France a lancé le RE:IMAGINE TOUR, une tournée de conférences dans cinq villes de France, pour mieux appréhender les enjeux d'une mobilité plus durable.
- Lyon, après Paris et Strasbourg, constitue la 3^e étape du RE:IMAGINE TOUR. À cette occasion, sont révélés les résultats d'une étude exclusive, « Le vrai visage de la mobilité dans la Région Auvergne-Rhône-Alpes et l'agglomération lyonnaise », réalisée par l'institut de sondage Odoxa pour BMW Group France.
- Cette étude dresse un état des lieux complet de la mobilité dans la région et pose des pistes de réflexion pour une mobilité durable.

Lyon. Aujourd'hui, la mobilité ne peut être pensée sans prendre en compte l'ensemble des enjeux climatiques, énergétiques, sanitaires, de qualité de l'air ou encore la spécificité de chacun des territoires. A travers le RE:IMAGINE TOUR, organisé dans cinq grandes métropoles françaises, BMW Group France souhaite réunir les initiatives et acteurs locaux afin que les ambitions deviennent réalité et engager le mouvement vers une mobilité plus responsable et adaptée aux nouveaux usages.

Quel est le vrai visage de la mobilité de la région Auvergne Rhône-Alpes et l'agglomération lyonnaise ? Habitudes de transports, changements provoqués par la crise sanitaire, enjeux environnementaux, piétonisation des centres-villes ou encore développement de l'électromobilité, l'étude menée par l'institut de sondage Odoxa pour BMW Group France bat en brèche les idées reçues.

80 % des lyonnais sont heureux de leurs trajets quotidiens

En voiture, en deux-roues, en métro ou à pied, **la cohabitation des mobilités se passe bien à Lyon** ! Alors qu'elle est la 12^e ville la plus congestionnée au niveau mondial*, 80 % des lyonnais et, plus encore, les habitants de la région Auvergne Rhône-Alpes (92 % contre 89 % dans les autres régions) se disent globalement heureux de leurs trajets quotidiens.

Un constat qui se retrouve dans les mêmes proportions **chez les conducteurs quotidiens** (75 % des lyonnais et 90 % des habitants de la région Auvergne Rhône-Alpes) mais **en dessous de la moyenne nationale** (89 % des habitants des 5 régions étudiées trouvent leurs trajets agréables).

Les lyonnais sont particulièrement **satisfaits de l'offre de transport** (73 % contre 66 % dans les autres régions). Et bien que ce point reste **un peu moins marqué à Lyon que dans les autres régions**, 60 % de ses habitants s'accordent tout de même à dire que la **cohabitation entre les différents modes de transport** (piéton, scooter/moto, tram, bus, vélo, taxi, voiture...) se passe plutôt bien (contre 69 % dans les autres régions). Ils constatent largement (76 % des lyonnais contre 61 % dans la région Auvergne Rhône-Alpes et 69 % dans les autres régions) que, depuis ces dernières années, la ville s'est engagée dans une politique dynamique pour rendre la mobilité plus accessible à tous.

Pour autant, les « **galériens des transports** » existent bien, ils représentent près d'un habitant de Lyon sur cinq (20 %), **bien au-dessus de la moyenne nationale** (11%).

Métro-auto-vélo : la multimodalité est entrée dans les habitudes de la région Auvergne-Rhône-Alpes

À Lyon comme dans le reste de la France, l'étude Odoxa-BMW Group France révèle que la **multimodalité est la règle** : les automobilistes sont tour à tour adeptes des transports en commun, du vélo ou du deux-roues motorisé. En effet, dans la capitale des Gaules, plus de 8 habitants sur 10 utilisent chaque jour le bus/tram (86 %) et près de 7 sur 10 prennent le train (66 %). À Lyon, et plus encore dans l'ensemble de la région Auvergne-Rhône-Alpes, **la voiture** est, comme partout en France, le **mode de transport le plus utilisé** : 92 % des lyonnais l'utilisent et même 66 % prennent le volant plusieurs fois par semaine (24 % tous les jours). C'est d'ailleurs encore plus vrai dans la région Auvergne Rhône-Alpes où 95 % des habitants utilisent la voiture soit 2 points de plus que dans les autres région (92 %).

Parmi les modes de transport les plus utilisés, le vélo s'offre une place de choix à Lyon. Aujourd'hui, un lyonnais sur deux se déplace à vélo (52 %). C'est un peu moins que la moyenne nationale (57%) et bien moins qu'à Strasbourg, qui détient le record avec 69 % de cyclistes, toutefois cet attrait s'est affirmé avec la crise du Covid-19. Alors que plus d'un tiers des lyonnais (39 % contre 37 % dans les autres régions) a changé ou prévoit de changer prochainement de mode de transport, c'est le vélo qui les séduit le plus : 62 % déclarent circuler plus à vélo qu'avant la crise (contre 63 % dans la région Auvergne-Rhône-Alpes). C'est toutefois un peu moins que la moyenne nationale (64%).

Mis à part le vélo qui a profité de la crise sanitaire, tous les autres modes de transport ont eu tendance à reculer depuis le début de la crise. En cause, la généralisation du télétravail : 62 % des habitants de Lyon (68 % dans la région Auvergne-Rhône-Alpes) se déplacent moins et donc, prennent moins les transports en commun (68 % des lyonnais et 64 % des habitants de la région Auvergne-Rhône-Alpes) que l'ensemble des 5 régions (62 %).

Les préoccupations environnementales autour de la mobilité divisent.

Boom du vélo, piétonisation du centre-ville, zones à faibles émissions (ZFE), les Lyonnais et les habitants de la région Auvergne Rhône-Alpes sont attentifs aux différents enjeux de mobilité durable. 58 % des lyonnais connaissent la zone à faibles émissions mais seulement 23 % savent si leur véhicule est concerné, alors que la mesure est en place depuis deux ans dans la capitale des Gaules.

Et si des résistances persistent à Lyon, ces freins restent toutefois moins insurmontables que dans d'autres régions. **Sur le « tout électrique » et la fin des voitures thermiques d'ici 2035, près d'un lyonnais sur deux (47 %) désapprouve** cette volonté de la Commission européenne

(contre 51 % pour l'ensemble des régions). D'ailleurs **un lyonnais sur deux** (54 % et 50 % pour les habitants de la région Auvergne-Rhône-Alpes) **envisagerait d'acheter un véhicule électrique si son territoire était mieux équipé en bornes de recharge publiques** (contre 48 % dans les autres régions)

Enfin, les lyonnais sont divisés sur la question de la piétonisation du centre-ville : alors qu'un sur deux (51 %) y est favorable, notamment parce qu'elle permet de réduire la pollution en ville (67 %), 76 % la considèrent comme pénalisante pour les habitants des périphéries qui doivent se rendre à Lyon en voiture (73 % dans la région Auvergne-Rhône-Alpes).

Vincent Salimon, Président du directoire de BMW Group France : « Comme à Paris et à Strasbourg, il est intéressant de voir à quel point les habitants de la région Auvergne Rhône-Alpes se révèlent attentifs aux enjeux environnementaux liés à la mobilité. Et si là encore des résistances persistent sur l'électromobilité, notre rôle, en tant qu'acteur de la mobilité durable, est d'accompagner nos clients dans cette transition grâce à une démarche incitative et pédagogique plutôt que des politiques punitives. Nous prenons part au changement en développant des technologies comme la fonction eDrive zone, qui active automatiquement le mode électrique dans les ZFE, ou en participant activement au déploiement des bornes. Nous sommes partenaires du réseau Ionity pour le déploiement de recharges publiques, mais aussi de start-ups innovantes offrant des solutions chez les particuliers et en entreprise et avons récemment investi dans HeyCharge, la première entreprise qui autorise la recharge de véhicules électriques sans connexion internet, facteur clé pour couvrir des zones blanches ».

* Étude GPS TomTom, publié jeudi 23 janvier 2020 sur les conditions de circulation en 2019 dans 416 villes du monde et 57 pays

Pour plus d'informations, merci de contacter :

BMW Group France

Maryse Bataillard

Chef du Service Communication Corporate
et RSE

Tél : 01 30 03 19 41

E-Mail : maryse.bataillard@bmw.fr

Agence Rumeur Publique

Thierry Del Jésus : 06 60 47 90 38

Stéphane Chevalier : 06 26 63 69 08

Alix Lagersie : 07 77 14 61 85

E-Mail : bmw@rumeurpublique.fr

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre pièces de rechange et accessoires 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 2021, BMW Group France a immatriculé 71 306 automobiles des marques BMW et MINI et 20 333 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, Faurecia. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme de modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un million de voitures 100% électriques circulaient déjà sur les routes, fin 2021.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec le programme BMW ART MAKERS qui soutient la création émergente dans le domaine des arts visuels, et des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie d'Arles et Paris Photo. 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 l'entrepreneuriat à impact à travers le soutien aux associations Ashoka et Make Sense. 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: www.twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance et www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

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. 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.

En 2021, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,5 millions d'automobiles et plus de 194 000 motos. En 2020, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 5,222 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 98,990 milliards d'euros. Au 31 décembre 2020, les effectifs de BMW Group étaient de 120 726 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, de la gestion efficace des ressources à la phase d'utilisation des produits en passant par la production.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>