

Communiqué de presse
Le 8 Mars 2022

Entre multimodalité et préoccupations environnementales, l'étude Odoxa pour BMW Group France passe au crible la mobilité à Toulouse et en région Occitanie

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

- BMW Group France poursuit le RE:IMAGINE TOUR, une tournée de conférences dans cinq villes françaises pour mieux appréhender les enjeux d'une mobilité plus durable.
- Après Paris, Strasbourg et Lyon, Toulouse constitue la 4^e étape du RE:IMAGINE TOUR. À cette occasion, sont révélés les résultats d'une étude exclusive sur « Le vrai visage de la mobilité dans la Région Occitanie et l'agglomération Toulousaine », 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.
- Cette étape toulousaine donne la parole à des acteurs locaux de la mobilité et à des étudiants, qui aborderont la question de l'évolution des usages selon l'offre de mobilité.

TOULOUSE. Aujourd'hui, la mobilité ne peut plus être pensée sans prendre en compte l'ensemble des enjeux climatiques, énergétiques, sanitaires ou de qualité de l'air, comme la spécificité de chacun des territoires. À travers le RE:IMAGINE TOUR, organisé dans cinq grandes métropoles françaises, BMW Group France réunit 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. À Toulouse, BMW Group France a également convié des étudiants à discuter de l'évolution des usages selon l'offre de mobilité

Quel est le vrai visage de la mobilité de la région Occitanie et l'agglomération toulousaine ? 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.

88 % des Toulousains sont heureux de leurs trajets quotidiens

En voiture, en deux-roues, en métro ou à pied, **la cohabitation des mobilités se passe bien à Toulouse** : 88 % des Toulousains, et, plus encore, les habitants de la région Occitanie (93 %) se disent globalement heureux de leurs trajets quotidiens. Un constat qui se retrouve dans les mêmes proportions chez les conducteurs. Ainsi, 69% des Toulousains sont satisfaits de l'offre de transport et 66 % d'entre eux s'accordent à dire que la cohabitation entre les différents modes de transport

(piéton, scooter/moto, bus, vélo, taxi, voiture...) se passe plutôt bien. Ils affirment même à 77 % (contre 61 % en Occitanie et 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 de 12 % des Toulousains et 7 % des habitants de la région Occitanie. C'est cependant en deçà de la moyenne nationale (11 %) et des niveaux observés dans les 5 autres grandes agglomérations. À titre de comparaison, c'est un quart à un tiers des Parisiens et surtout des Franciliens qui se plaignent de leurs trajets quotidiens.

Métro-auto-vélo : la multimodalité est entrée dans les habitudes de la région Occitanie

À Toulouse 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 ville rose, presque 9 habitants sur 10 le métro (87 %), 8 sur 10 le bus/tram (79 %) alors qu'un peu plus de 5 sur 10 prennent le train (55 %).

À Toulouse, et plus encore dans l'ensemble de la région Occitanie, la voiture est, comme partout en France, le mode de transport le plus utilisé par les habitants : 95% l'utilisent et 76 % prennent même le volant plusieurs fois par semaine (53 % tous les jours). C'est au-dessus de l'ensemble des régions et des 5 agglomérations sondées.

Le vélo s'impose à Toulouse !

Parmi les modes de transport les plus utilisés dans la ville rose, le vélo s'offre une place de choix. Toulouse compte 64 % de cyclistes et 11 % l'utilisent pour les trajets quotidiens, soit 7 points de plus que la moyenne nationale. Cet attrait pour le vélo s'est affirmé avec la crise du Covid-19. Alors que plus d'un Toulousain sur deux (51 % 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 : 70 % des habitants de la région Occitanie déclarent se déplacer plus à vélo qu'avant la crise (contre 59 % à Toulouse et 64 % dans les autres régions). **Mis à part le vélo qui a profité de la crise sanitaire, tous les autres modes de transport ont eu tendance à reculer.** En cause, la généralisation du télétravail : 64 % des habitants de Toulouse (61 % dans la région Occitanie) se déplacent moins.

Les préoccupations environnementales autour de la mobilité divisent

Boom du vélo, piétonisation du centre-ville, zones à faibles émissions (ZFE), les Toulousains et les habitants de la région Occitanie sont en avance sur les enjeux de mobilité durable.

La ZFE, le nerf de la guerre ? les Toulousains sont particulièrement attentifs à la réduction des émissions de gaz à effet de serre. Alors que la zone à faibles émissions vient d'entrer en vigueur, 62 % des Toulousains connaissent le dispositif, soit 8 % de plus que dans les autres régions. Avec un paradoxe toutefois, peu d'entre eux (25 %) savent si leur véhicule est concerné.

Le Toulousain 1^{er} fan de l'électromobilité ? A Toulouse, plus que dans les autres régions, plus d'un habitant sur deux se dit prêts à passer à l'électrique : 53 % des Toulousains et 46 % des habitants de la région Occitanie envisageraient d'acheter un véhicule électrique si son territoire était mieux équipé en bornes de recharge publiques.

Pour autant, le passage au tout électrique et la fin des voitures thermiques d'ici 2035 divisent la région Occitanie : si les habitants de Toulouse sont une nette majorité à l'approuver (57 %), ceux de la région Occitanie n'y sont pas favorables (55 % ne sont pas d'accord).

Piétonisation, les Toulousains séduits mais encore frileux. Enfin, les avis convergent sur la question de la piétonisation du centre-ville : alors que 71 % des Toulousains se disent favorables à cette mesure (61 % des habitants de la région Occitanie), notamment parce qu'elle permet de réduire la pollution en ville (84 % à Toulouse, 77 % en Occitanie), 64 % la considèrent comme pénalisante pour les habitants des périphéries qui doivent venir à Toulouse en voiture (68 % dans la région Occitanie).

Vincent Salimon, Président du directoire de BMW Group France : « Les habitants de la région Occitanie se révèlent très attentifs aux enjeux environnementaux liés à la mobilité et semblent particulièrement convaincus de l'utilité du passage à l'électromobilité. L'offre de mobilité est une condition clé pour faire évoluer les usages. Notre rôle, en tant qu'acteur de la mobilité durable, est d'accompagner cette transition grâce à une démarche incitative et pédagogique, plutôt que des politiques punitives. C'est en embarquant des technologies comme la fonction eDrive zone, qui active automatiquement le mode électrique dans la ZFE toulousaine, ou en participant activement au déploiement des bornes de recharge publiques via le réseau Ionity, mais aussi chez les particuliers et en entreprise avec des start-ups innovantes comme ZePlug et ChargeGuru, que nous prenons part au changement ».

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](https://www.facebook.com/BMWGroup)

Twitter: [http://twitter.com/BMWGroup](https://twitter.com/BMWGroup)

YouTube: [http://www.youtube.com/BMWGroupView](https://www.youtube.com/BMWGroupView)

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

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