

VOITURE, VÉLO, TRAM, BUS : UNE TROP BONNE IMAGE ?

188

DÉCEMBRE 2015



MOBILITÉ



La métropole strasbourgeoise est un cas unique en France : ses habitants ont une image très positive de tous les modes de déplacements. Ailleurs, une bonne image de la voiture implique souvent une perception dégradée des transports en commun et du vélo... ou inversement.

Cette vision peut s'interpréter à la fois de manière positive (les strasbourgeois sont prêts à piocher dans la totalité des alternatives de déplacements qui leur sont proposées), mais aussi négative (l'image positive de la voiture freinant le report vers d'autres modes de déplacements).

En effet, choisir son mode de déplacements n'est pas uniquement affaire de coût, de temps ou même d'offre. C'est aussi une affaire de valeurs et d'habitudes, qui touche aux déterminants sociaux et territoriaux de l'image de ces modes. Les ressorts explicatifs de cette image trouvent donc leurs racines dans les valeurs individuelles de chacun.

Vouloir changer l'image des modes de déplacements pour développer l'usage des transports en commun et du vélo est donc une idée qui nécessite la prise en compte de ces valeurs individuelles, celle des

changements sociétaux à l'œuvre, mais aussi celle de la capacité des usagers à dépasser leurs ancrages et habitudes.

Ce sont ces questions qui ont été explorées ici, dans le cadre d'une collaboration avec le Laboratoire de Sociologie Urbaine de l'École Polytechnique de Lausanne.

Une bonne image pour tous les modes, une singularité en France

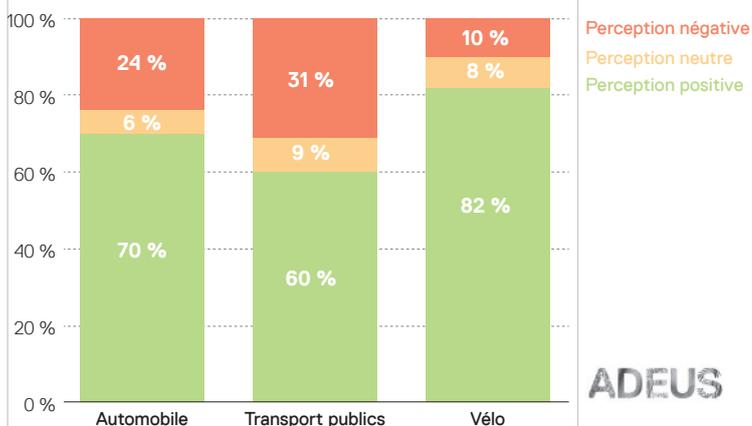
Une vision positive de chacun des modes

Les transports en commun sont perçus positivement par 60 % des habitants du Bas-Rhin, tandis que seul un tiers en a une image négative. Le côté « pratique » et « utile » des transports en commun est l'aspect qui est le plus mis en avant, preuve d'une bonne perception de l'adéquation de l'offre à la demande¹ pour une partie de la population. Dans un autre registre, ils sont également considérés comme « écologiques ».

La voiture est plutôt bien perçue puisque 70 % des habitants du Bas-Rhin en ont une image positive, contre un quart de perception négative. L'image qu'elle renvoie est d'être « pratique », « utile », « indispensable », mais aussi « rapide », « confortable » et « rendant autonome ». Les principaux points qui lui sont reprochés sont d'être « polluante » et « chère », sans toutefois contrebalancer les avantages perçus dans ce mode.

Le vélo est le mode de déplacement avec la meilleure image dans le Bas-Rhin, avec 82 % d'image positive, contre seulement 10 % d'image négative. Il est ainsi vu comme « sportif » ou sain, comme un « loisir », « une activité agréable », comme « écologique » et, enfin, « bon marché ». Il est également perçu comme « dangereux ». Notons que le vélo ne capitalise pas cette bonne image dans les pratiques, son usage restant faible au regard de la part importante des déplacements de faible distance réalisés par les Bas-Rhinois.

PERCEPTION DOMINANTE DES MOYENS DE TRANSPORT



Source : EMD 2009

ADEUS

COMMENT EST DÉTERMINÉE L'IMAGE D'UN MODE ?

Dans l'enquête ménages déplacements réalisée en 2009, il a été demandé à une personne du ménage de citer trois adjectifs lui venant naturellement en tête à propos de chaque mode de déplacements.

Ces adjectifs sont généralement porteurs de valeurs positives (« pratique », « indispensable », « bon marché », etc.) ou au contraire négatives (« polluant », « cher », « lent », etc.).

C'est l'analyse de ces adjectifs qui permet de définir une perception globalement positive, négative ou neutre.

1. Notons que pour certaines personnes, cette demande peut être « nulle » ou se limiter à disposer d'une offre pour les enfants.



Une exception en France

Cette bonne image de chacun des modes est une singularité strasbourgeoise. En effet, **Strasbourg est la seule ville en France (parmi celles enquêtées) avec une image aussi positive de chacun des trois modes** que sont le vélo, les transports en commun et la voiture. **Ceux-ci semblent davantage dans une logique de complémentarité que de concurrence.** La bonne image de l'un ne se fait pas au détriment des autres.

Cette bonne image de l'ensemble des modes de déplacements, par rapport à d'autres agglomérations, interroge cependant les niveaux de contraintes sur la voiture. En effet, celle-ci est perçue comme un mode rapide et performant. La bonne image des modes alternatifs à celle-ci semble montrer que ceux-ci sont d'ores et déjà perçus comme des alternatives connues et intéressantes pour l'utilisateur. Mais, en l'absence d'un avantage concurrentiel net pour un mode plus que pour un autre, la voiture, de par sa souplesse et son antériorité dans les pratiques, reste souvent le mode privilégié.

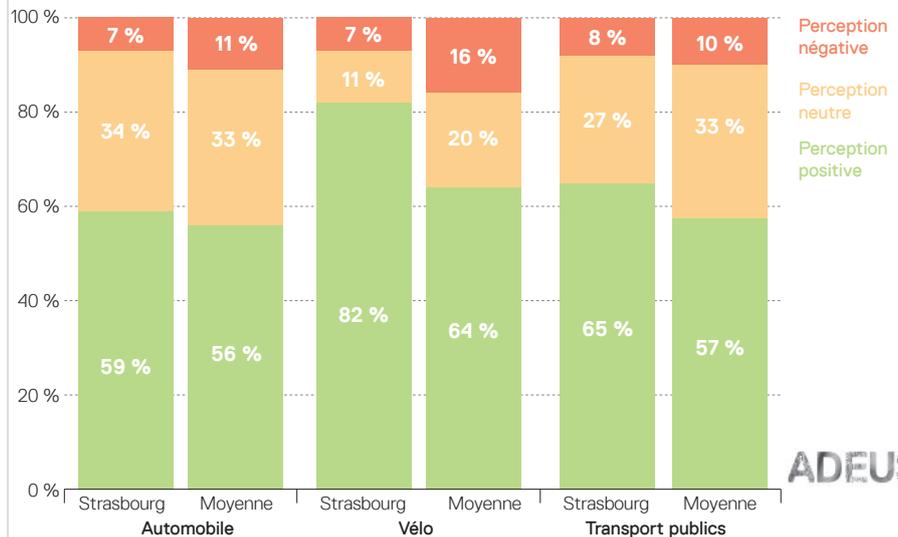
ÉLÉMENTS MÉTHODOLOGIQUES

Les travaux entrepris sur l'image des différents modes de déplacements sont basés sur une enquête ménages déplacements dont la méthodologie est reprise dans de nombreuses autres agglomérations. Sur la base d'une typologie et d'analyses réalisées par l'Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne, il est possible d'établir des comparaisons, et d'identifier les singularités du cas strasbourgeois. Les points de comparaison ne sont possibles qu'entre villes centres, car si l'enquête a été réalisée à l'échelle de tout le Bas Rhin, la plupart des autres enquêtes françaises n'ont été réalisées qu'à l'échelle de l'agglomération.

Les villes comparées avec Strasbourg sont :

Besançon, Clermont-Ferrand, Grenoble, Le Havre, Lille, Limoge, Montpellier, Nice et Toulouse.

COMPARAISON DE LA PERCEPTION DOMINANTE DES DIFFÉRENTS MOYENS DE TRANSPORT ENTRE STRASBOURG ET UN PANEL DE VILLES FRANÇAISES



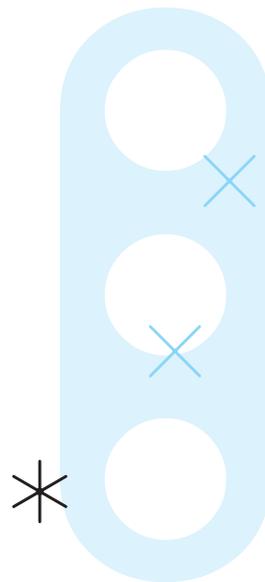
Source : EMD 2009

Une image variable selon les trajectoires de vie

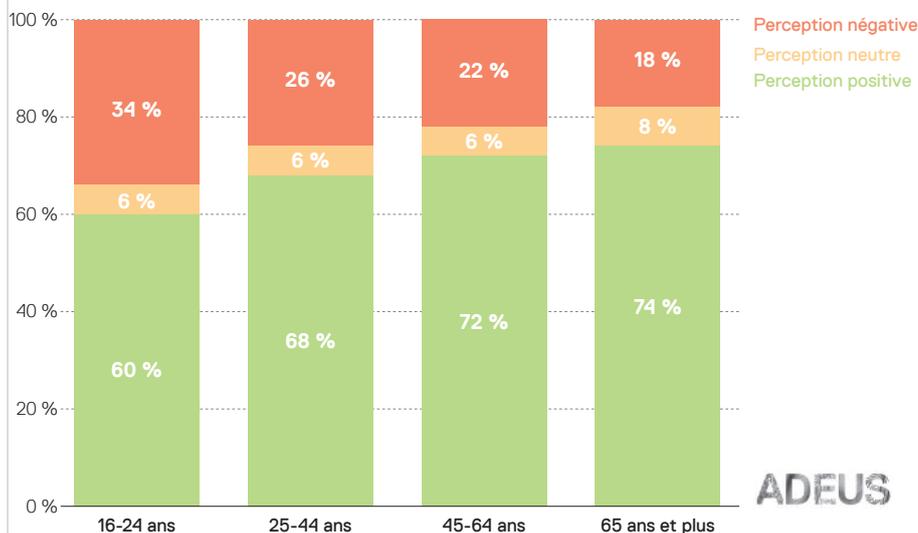
Si les images des différents modes sont globalement très positives, elles varient néanmoins selon certaines caractéristiques de la population. Tout d'abord, l'image des différents modes est bien meilleure avec l'âge, à l'exception du vélo qui est perçu comme plus dangereux par les seniors (de plus de 65 ans).

Inversement, **les jeunes** ont une vision plus critique des différents modes motorisés, quoiqu'encore très largement positive. Néanmoins, ils sont les seuls à avoir une image des transports en commun presque aussi positive que celle de la voiture (3 points d'écart, contre 8 à 12 points pour les générations suivantes). Dit autrement, c'est la seule génération pour laquelle **il n'y a pas d'écart significatif de perception entre voiture et transports en commun**.

Les personnes avec le niveau de formation le plus faible sont celles qui ont l'image la plus positive de la voiture. Il est probable que ces derniers associent voiture et symbole de réussite sociale. Inversement, les plus diplômés mettent plus facilement en avant les aspects plus négatifs de la voiture et notamment son côté « polluant ». S'ils évoquent également plus facilement l'aspect écologique des transports en commun, leur vision de ce mode est plus négative que celle des moins bien formés qui, eux, mettent en avant son côté « pratique », à même de suppléer un accès plus difficile à la voiture. Il semble donc bien que **la conscience des enjeux environnementaux, réelle, n'aille pas jusqu'à modifier les pratiques de choix modal**.



PERCEPTION DOMINANTE DE L'AUTOMOBILE SELON L'ÂGE



Source : EMD 2009

Quelques disparités selon les territoires

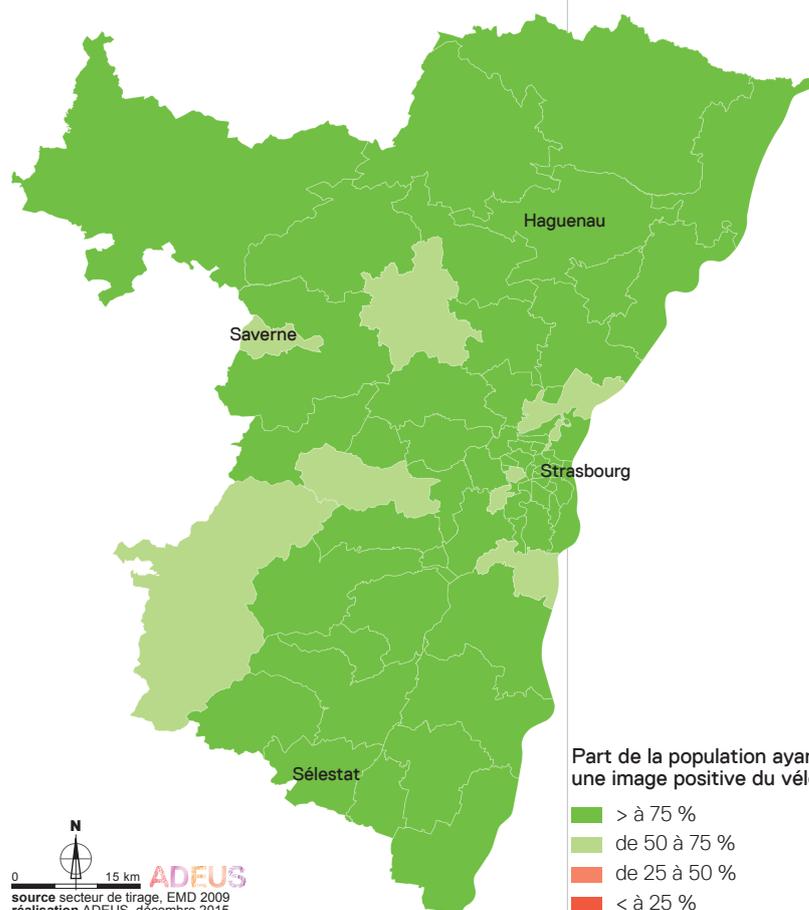
Vélo et voiture, plébiscités presque partout

Le vélo comme la voiture, plus que de simples « outils » de déplacement, semblent directement toucher à l'affect des individus. Largement connotés dans l'esprit de la population, ces deux modes sont ainsi perçus et décrits très positivement par les personnes enquêtées (la voiture comme un objet de désir, un symbole de réussite sociale et de liberté, et le vélo comme synonyme de loisir, associé à la santé et à l'environnement).

Leur image est donc très bonne partout... sauf dans les secteurs où des contraintes trop fortes peuvent contrarier leurs usages. C'est le cas pour le vélo dans les secteurs soumis aux reliefs vosgiens et pour la voiture dans l'hypercentre de Strasbourg où son usage et son stationnement sont rendus moins aisés par la densité de logements, par la nécessaire cohabitation des nombreux modes de transports et par les politiques publiques de mobilité mises en place.

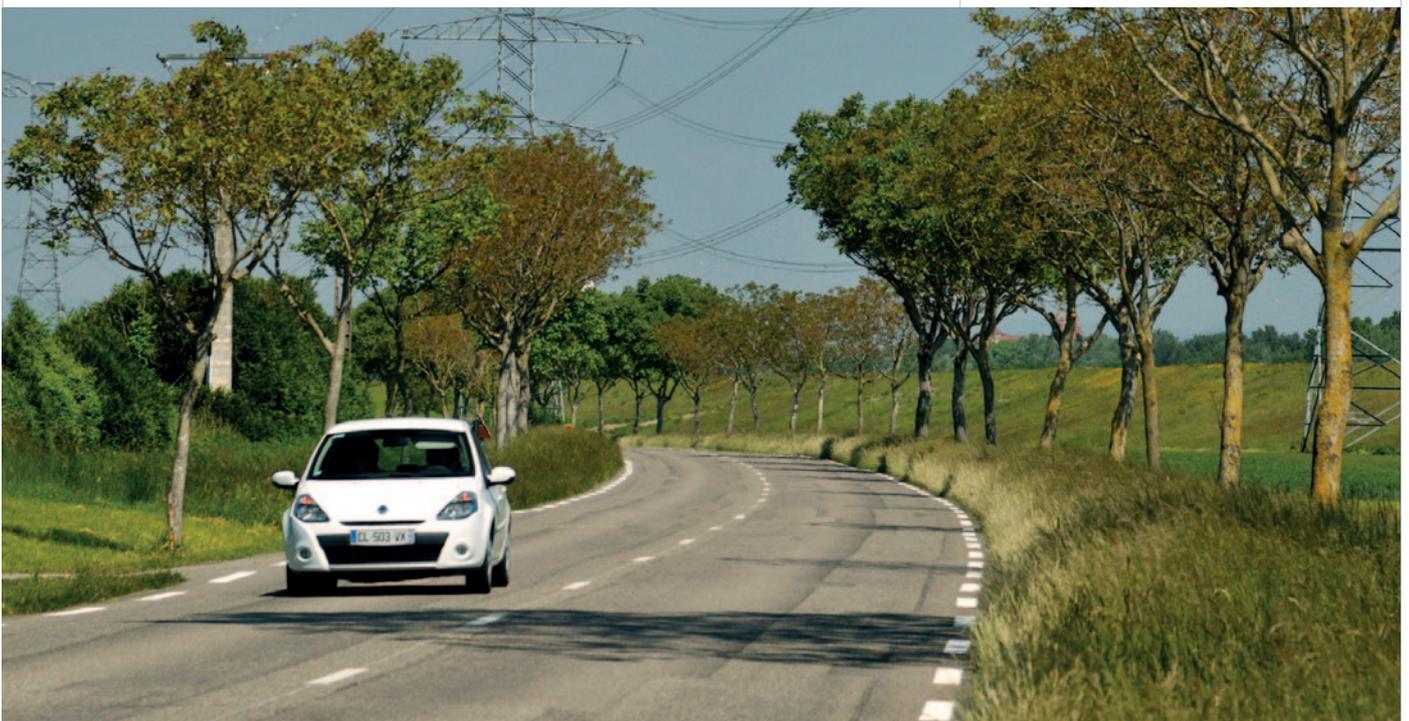
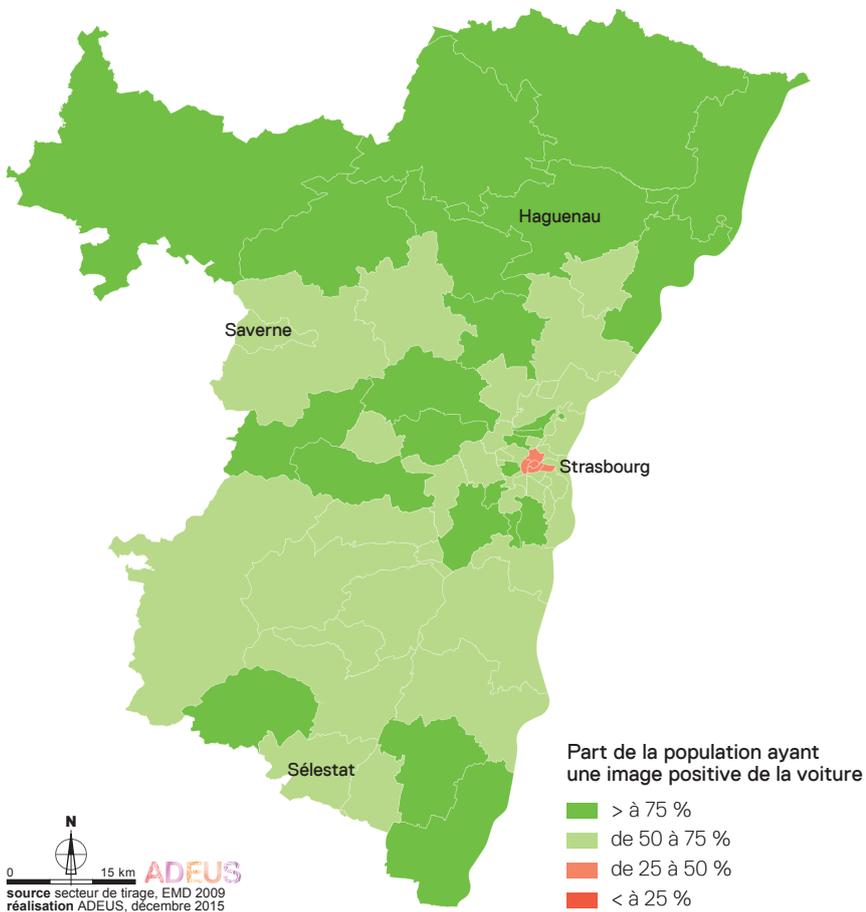


PERCEPTION POSITIVE DU VÉLO DANS LE BAS-RHIN



VOITURE, VÉLO, TRAM, BUS : UNE TROP BONNE IMAGE ?

PERCEPTION POSITIVE DE LA VOITURE DANS LE BAS-RHIN

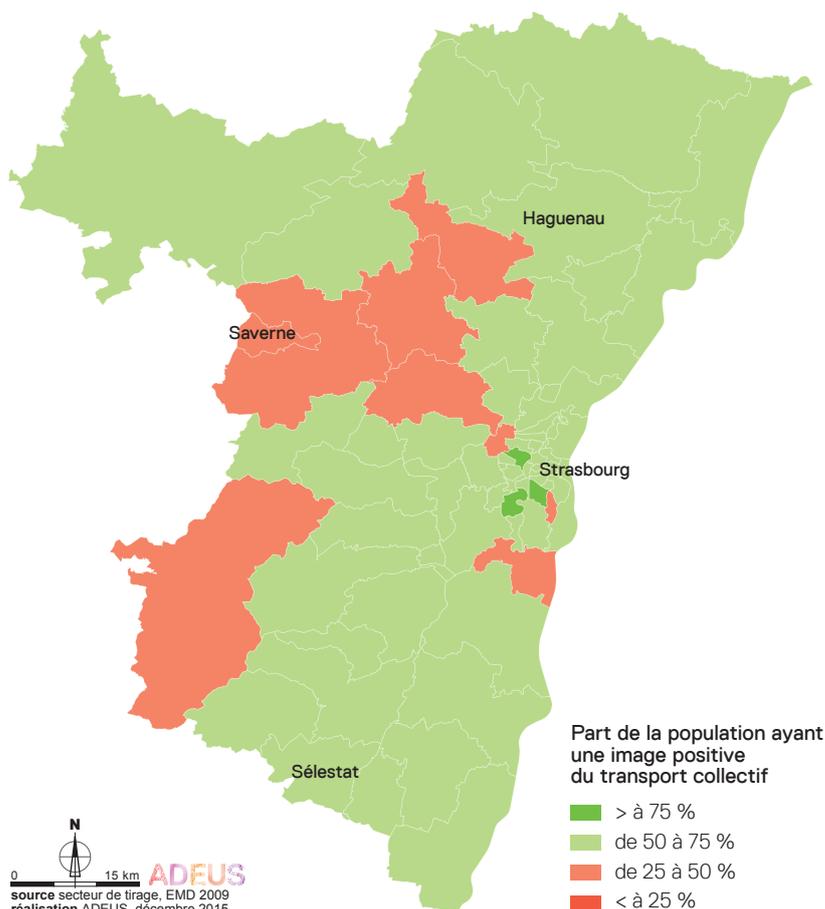


Les transports collectifs, des logiques moins liées aux territoires qu'à leurs populations

Dans le cas des transports en commun, les ressorts de la perception sont plus complexes et semblent davantage renvoyer à des logiques sociales. En effet, la seule question de la disponibilité d'une offre de transports collectifs ne paraît pas expliquer la perception que les individus ont de ce mode : certains secteurs bien équipés peuvent ainsi avoir une image à dominante négative alors que d'autres territoires disposant d'une offre réduite peuvent avoir une bonne perception de ce mode.

Dans ce contexte, la perception des transports collectifs selon les secteurs du département dessine une mosaïque plus complexe à expliquer, en particulier au sein de l'Eurométropole de Strasbourg où des secteurs voisins peuvent avoir des images radicalement différentes. Le profil des habitants de ces secteurs, au regard de l'âge moyen de la population, de son niveau d'étude et de revenu, va en partie expliquer ces écarts. Contrairement aux modes précédents, les ressorts de la perception des transports collectifs semblent donc plus psychologiques et sociologiques, que rationnels.

PERCEPTION POSITIVE DES TRANSPORT EN COMMUN DANS LE BAS-RHIN



Conclusion et enjeux

Globalement, la vision de la voiture, des transports en commun et du vélo est meilleure à Strasbourg que sur le reste du territoire français. Il semble que l'image positive d'un mode ne se fasse pas au détriment d'un autre.

Les trente dernières années de politiques publiques de déplacements ont principalement porté leurs efforts sur une amélioration du cadre de vie facilitant l'usage des modes actifs, ainsi que sur le développement d'un réseau de transports publics surtout orienté vers le cœur de la métropole strasbourgeoise. Le résultat le plus visible de cette politique est une image moins positive de la voiture pour les habitants du cœur de métropole, ceux-ci semblants en adéquation avec les politiques visant à réguler son usage au centre-ville. Ailleurs, l'image de la voiture n'a pas assez évolué pour inciter au report vers d'autres modes.

D'une manière générale, l'image de chacun de ces modes n'est que très partiellement liée à l'offre de transport et renvoie d'abord à des questions de valeurs individuelles et sociales. En effet, si les générations les plus jeunes mettent presque sur un

ped d'égalité transports en commun et voiture, l'avantage reste à l'automobile pour les autres générations. Les effets sont également largement sociaux, en lien avec le niveau d'études, les personnes les plus diplômées donnant une meilleure image aux transports en commun et une moins bonne image à la voiture que les autres.

Vouloir changer l'image des modes de déplacements pour développer l'usage des transports en commun ou du vélo implique la prise en compte de ces valeurs individuelles et des changements sociétaux à l'œuvre. Un changement d'image ne peut suffire à lui seul. Le vélo est le mode à l'image la plus positive, mais est le moins utilisé malgré un potentiel d'usage réel. L'amélioration de l'offre, celle de l'image sont des conditions nécessaires, mais qui demandent à être complétées par une meilleure compréhension de ce qui permet des changements de pratique. Cela impose également de se reposer la question des moyens qu'ont les autorités organisatrices de mobilité pour aider les usagers à dépasser les ancrages et habitudes qui freinent l'usage des modes alternatifs à la voiture.



L'Agence
de Développement
et d'Urbanisme
de l'Agglomération
Strasbourgeoise

Directrice de publication : **Anne Pons, Directrice générale**
Validation : **Yves Gendron, Directeur général adjoint**
Équipe projet : **Benoit Vimbert (chef de projet), Timothé Kolmer, Aline Bouvard, Fanny Chailloux, Stéphanie Martin**
A collaboré : **Laboratoire de Sociologie Urbaine de l'EPFL**
PTP 2015 - N° projet : **1.4.2.1**
Photo et mise en page : **Jean Isenmann**
© ADEUS - Numéro ISSN 2109-0149
Notes et actualités de l'urbanisme sont consultables sur le site de l'ADEUS www.adeus.org