

KEO SCOPIE INTERNATIONAL

Junin 2019

Enseignements de l'étude menée à travers le monde
sur les enjeux et perspectives de la mobilité urbaine.

KEO
SCOPIE

KEOLIS

KEOLIS & KEOSCOPIE

Pour Keolis, analyser la mobilité des citoyens pour comprendre leurs habitudes et les freins à l'usage des offres de transport public ou privé est important mais ne suffit pas.

Nous pensons qu'il est essentiel de comprendre les impacts des nombreuses transformations sociétales (évolution des rythmes de travail, augmentation de l'usage du digital, augmentation de la durée de vie, évolution des territoires). Et connaître les spécificités locales à travers le monde permet à Keolis

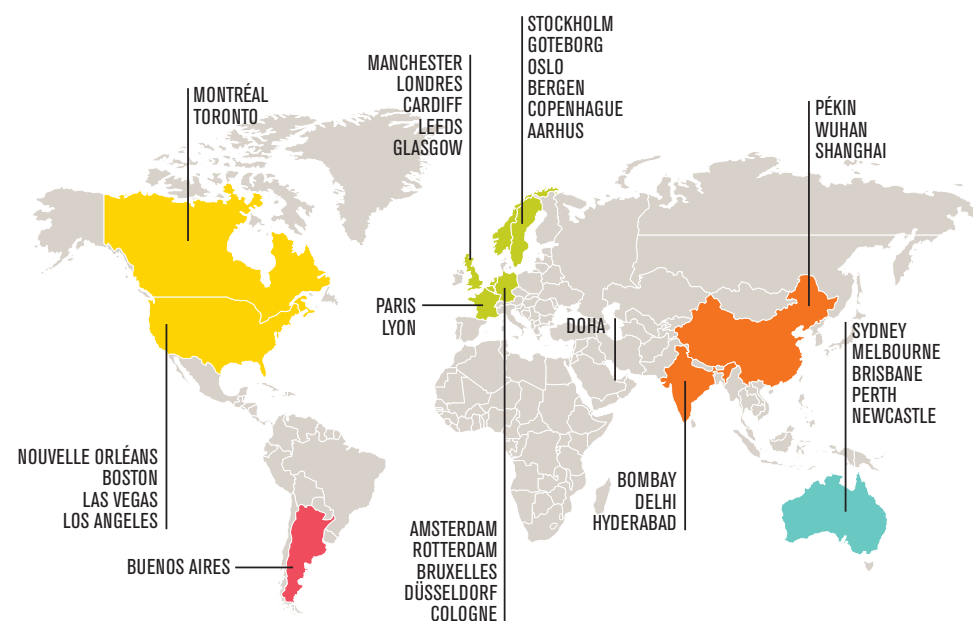
d'apporter une expertise aux Autorités Organisatrices de la Mobilité pour les aider à penser la mobilité de demain sur leurs territoires. Cela s'inscrit dans notre démarche « Thinking Like a Passenger », visant à co-construire et améliorer en permanence l'expérience client à l'ère du digital.

Keoscopie International est l'aboutissement d'une démarche structurée de recherche prospective et d'analyse entamée en France avec Keoscopie en 2007. Cette démarche a été poursuivie en 2017 avec le World Mobility Report, qui explorait les innovations digitales et les nouvelles tendances de la mobilité dans 13 métropoles mondiales.

UNE MÉTHODOLOGIE UNIQUE

Keoscopie International est une étude mondiale basée sur près de 6 600 interviews en ligne (sauf en Inde où les interviews ont été effectuées en face-à-face) **réalisées dans 37 zones urbaines de 15 pays.**

Cette enquête, sous la forme d'un questionnaire de 20 minutes, a été conduite par Ipsos pour le compte de Keolis en juillet-août 2018.





70%

des personnes interrogées disposant d'un smartphone **utilisent une application de transport ou de cartographie au moins une fois par mois.** Cependant, les oubliés du digital représentent une part non négligeable de la population : **20% des répondants** se déclarent « offline* ».

*Possesseurs d'un téléphone portable ou d'un smartphone, ils s'en servent uniquement pour communiquer (téléphoner, envoyer des messages) et éventuellement prendre des photos.

1/3 des interrogés à Rotterdam

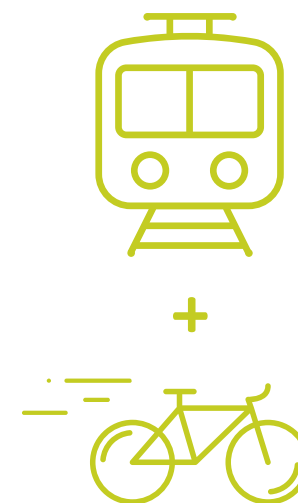
se déclarent « offline » contre

1/10^e à Hyderabad.

INTERMODALITÉ ET MULTIMODALITÉ : DES PRATIQUES RÉPANDUES

L'usage de modes de transport différents pour des trajets similaires est largement répandu : **62 % des personnes interrogées** déclarent utiliser des modes de transport différents à l'aller et au retour (**87 % à Los Angeles** et seulement **42 % au Royaume-Uni**) et **57 %** changent de mode de transport d'un jour à l'autre (**88 % à Bombay** contre seulement **28 % à Amsterdam**).

72 % des usagers des transports publics* utilisent systématiquement ou presque, ou occasionnellement un autre mode pour rejoindre le réseau de transport public.



*Au moins une fois par mois

ASSISTANCE VOCALE

1 personne sur 4

interrogées (26%) a déjà utilisé l'assistance vocale pour une recherche d'information. C'est plus d'une personne sur trois (36%) chez les moins de 25 ans.

Des écarts considérables apparaissent selon les pays

L'assistance vocale est utilisée par :

55% DES INTERROGÉS À DELHI,
44% À BOSTON,
23% À PARIS OU LYON
ET **8%** SEULEMENT À AMSTERDAM.

NOUVELLES MOBILITÉS



77% DES INTERROGÉS

EN CHINE utilisent des solutions de nouvelles mobilités*
au moins une fois par mois

ET SEULEMENT **26%** EN SCANDINAVIE

Il existe de réelles perspectives pour les nouvelles mobilités puisque
65% des interrogés se déclarent utilisateurs potentiels de ces nouveaux modes.
Ce taux monte à 90% en Chine.

*voiture de transport avec chauffeur (VTC), vélo électrique, covoiturage,
auto-partage, trottinette, Segway, monoroue, hoverboard



TRANSPORT PUBLIC
+ NOUVELLES MOBILITÉS
= PARFAITE COMPLÉMENTARITÉ

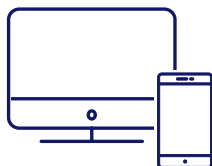
Les utilisateurs de solutions de nouvelles mobilités (au moins
une fois par semaine) utilisent davantage les transports en commun :
70% les utilisent au moins une fois par semaine
contre 51% seulement pour l'ensemble de la population.



Pionnier dans le secteur des transports publics, Keolis s'associe aux décideurs publics pour faire de la mobilité partagée un atout pour les villes et leurs communautés.

Ce positionnement, incarné par la signature « More ways, More life !* » n'a de sens que s'il est éclairé par une connaissance fine et approfondie des évolutions sociétales et technologiques impactant la mobilité.

*Plus de mobilités, plus de vie



Retrouvez tous les résultats de l'étude sur notre site internet : **keoscopie.keolis.com**

 @groupekeolis  @keolisgroup  [linkedin.com/company/keolis](https://www.linkedin.com/company/keolis)

KEO
SCOPIE

KEOLIS