

#innovation #déplacements #mobilité #comparateur #consommation #multimodalité

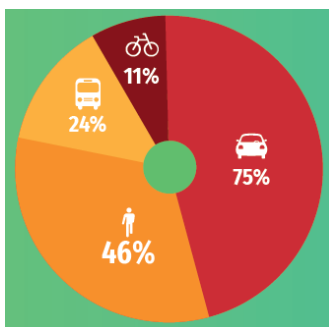
## Étude Mappy « Déplacement-Consommation »

### *Mappy décrypte les liens forts entre les déplacements des Français et leurs pratiques de consommation*

L'étude [Mappy](#) « Déplacement-Consommation » propose une photographie contemporaine de la France qui se déplace et consomme à l'heure du digital. Elle décrypte les rapports des Français à la mobilité, en lien avec leurs habitudes de consommation. Les principales conclusions de l'étude rendent compte des routines des Français, et des pratiques qui s'installent :

- Pour leurs déplacements quotidiens, ils utilisent de plus en plus des alternatives à la voiture individuelle.
- Ils profitent de leurs trajets quotidiens pour faire des achats et peuvent libérer du temps en semaine pour faire leurs achats.
- Ils sont prêts à faire des détours, dans certaines circonstances.

#### La multimodalité s'installe dans le quotidien des Français



L'étude met en évidence **la variété des modes de transport utilisés** : les Français utilisent de plus en plus d'alternatives à la voiture individuelle. Mais aussi, vraie tendance en hausse : une alternance de ceux-ci, qui révèle l'importance accordée à la **multimodalité**. Ainsi, **45% des Français changent de mode de transport en fonction du trajet à effectuer**. Une tendance qui évolue elle, selon la localité : en semaine, les provinciaux cumulent moins de modes de transports que les Parisiens, 42% contre 58%.

Cette réalité est bien ressentie par une large majorité de Français, puisqu'ils sont 72% des sondés à penser que la multimodalité est une vraie tendance de fond qui continuera à s'ancrer davantage dans leur quotidien.

#### Les habitudes d'achat sont ancrées dans les routines de transports quotidiennes

##### Optimisation du temps et de l'organisation : « j'en profite pour faire mon achat »

- Les Français profitent de leurs trajets quotidiens pour faire des achats ciblés. 54% des trajets du soir sont ponctués d'un arrêt donnant lieu à un achat.
- 78% profitent d'un rendez-vous planifié pour effectuer des achats prévus à proximité de ce lieu de rendez-vous.
- 86% profitent d'un déplacement prévu pour réaliser des achats prévus ou non, sur le trajet et une fois arrivée à destination.
- 64% disent profiter d'avoir du temps pour flâner et donc acheter à cette occasion.

#### Pour faire un achat, un détour peut s'imposer dans les trajets quotidiens



Les Français n'hésitent pas à changer leurs plans lorsqu'ils ont besoin d'un service précis (48%), en cas de produit indisponible dans leur magasin habituel (41%), lorsqu'ils cherchent un cadeau (40%) ou quand ils ont du temps (38%).

Enfin l'existence d'une promotion peut inciter 36% d'entre eux à changer leur programme. Ils sont 81% à reconnaître que l'existence d'une telle offre peut avoir une influence sur leur comportement d'achat. Les Français gardent donc un œil sur leur budget !

Les chiffres sont issus de l'infographie (téléchargeable [ici](#) et en pièce-jointe)

### **A propos de l'étude déplacement-consommation**

L'étude « déplacement-consommation », réalisée en ligne par l'institut Ethys en septembre 2016, recueille les habitudes de consommation et de déplacement de 2000 individus âgés de 18 à 70 ans selon la méthode des quotas. Les objectifs de l'étude sont les suivants :

- Comprendre l'organisation des déplacements quotidiens et la place des achats dans ces déplacements en identifiant les motivations sous-jacentes
- Quantifier les déplacements quotidiens ayant un motif d'achat et décrire les logiques d'achat effectués sur ces trajets

### **A propos de Mappy**

Spécialiste du calcul d'itinéraire et des services de cartographie, Mappy est reconnu comme le leader français de la recherche locale par la carte sur Internet, mobiles et tablettes. Attentifs aux attentes les plus concrètes des Français, et soucieux d'apporter des solutions simples, exhaustives et pertinentes, Mappy devient un facilitateur de déplacement pour l'utilisateur grâce à la recherche de :

- Lieux, qui permet de visualiser un quartier, s'immerger dans la ville grâce aux vues 360° dans 320 villes françaises ;
- Itinéraires, en comparant les déplacements dans tous les modes de transports (voiture, vélo, piéton, transport en commun, train, covoiturage, autocar longue distance, vélo et voiture en libre-service, taxi, VTC...), partout en France ;
- Produits, permettant de localiser un produit précis, dans une zone géographique donnée, de connaître son prix, sa disponibilité et donnant la possibilité de le réserver.

Acteur majeur du déplacement urbain, Mappy propose aux annonceurs une solution géolocalisée sur l'ensemble du territoire, facilitant les dispositifs Drive-to-Store et la génération de trafic vers leurs points de vente.

Mappy comptabilise 12 millions de visiteurs uniques par mois et plus de 373 millions de visites sur l'année 2016.

### **Contacts presse Mappy**

Adélaïde Mauger - Responsable Communication Mappy : [adelaide.mauger@mappy.com](mailto:adelaide.mauger@mappy.com) / 06 71 66 50 95

Nina Tanguy - Agence Hopscotch : [ntanguy@hopscotch.fr](mailto:ntanguy@hopscotch.fr) / 01 41 34 22 03