



TRANSPORTS

Les nouvelles
mobilités et micro-
mobilités sur le web
et les réseaux sociaux

Sommaire

Introduction

Enseignements clés

Méthodologie

La veille Mobilités et Micro-mobilités

La démarche de veille mobilités et nouvelles mobilités

Les sources Mobilités à suivre

Les études, livres blancs et enquêtes à lire

Les dimensions des mobilités et micro-mobilités

Comment parle-t-on de micro-mobilités ?

De quels types de transport parle-t-on le plus en Europe ?

De quels moyens de transport parle-t-on le plus ?

Le match des villes en France et en Europe pour les nouvelles mobilités

De quels types de voyages et trajets parle-t-on le plus ?

Le Top des Hashtags mobilités

Qui sont les acteurs de la mobilité les plus discutés ?

Qui sont les acteurs de la mobilité dont-on parle le plus en France ?

Les types de transport • Le top des marques • Les trottinettes

Les vélos partagés • Les transports en commun • Les VTC

Quelles sont les applis de mobilité les plus citées ?

Les grands thèmes de conversations sur la mobilité

Quels sont les thèmes de la mobilité les plus abordés par les internautes ?

Quels sont les avantages perçus par les internautes selon leur transport ?

Quels sont les inconvénients perçus par les internautes selon leur transport ?

Les expériences positives et négatives selon les moyens de transport

Que font les internautes pendant leur trajet ?

Recommandations

Auteurs et Ressources

Annexes



A propos de Digimind

Veille et Social Media Listening

Fondée en 1998, Digimind est un leader des solutions logicielles de Social Media Intelligence et de veille stratégique. La technologie Digimind, dédiée aux marques et agences, transforme les données du web en business insights, permettant la construction et le pilotage des opérations marketing. Digimind a développé une **plateforme de veille, d'écoute et d'analyse du web et des médias sociaux** ainsi qu'un **moteur de recherche de conversations social media**.

Basée à Paris, New York, Singapour et Rabat, Digimind accompagne aujourd'hui plus de 600 clients dans le monde, tels que Roche, Sony, Mc Cann, ou encore Lexus. Elle les aide à engager des démarches "insights-driven" et à accélérer leur transformation digitale.

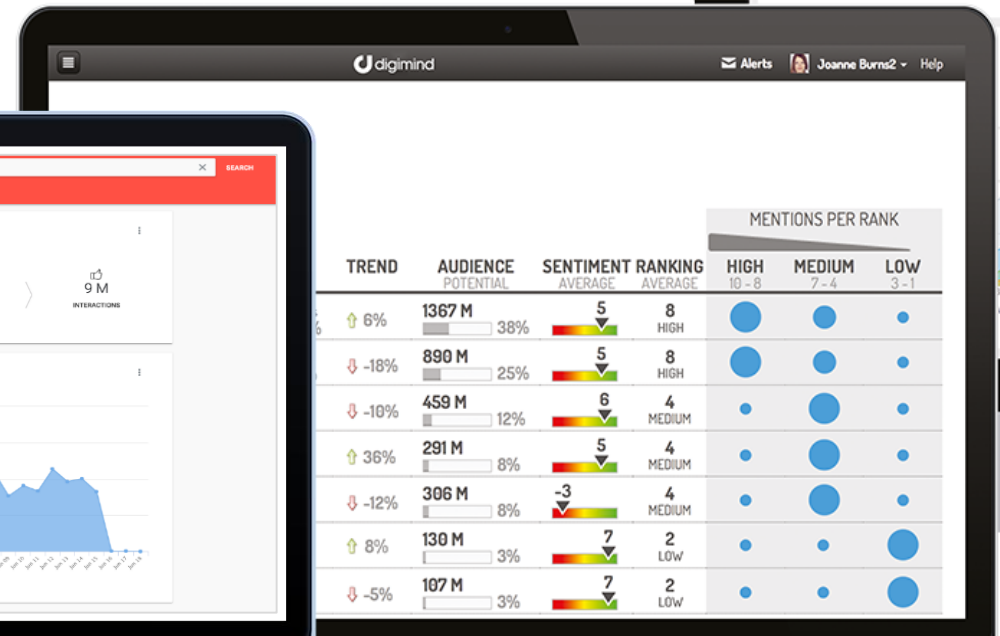
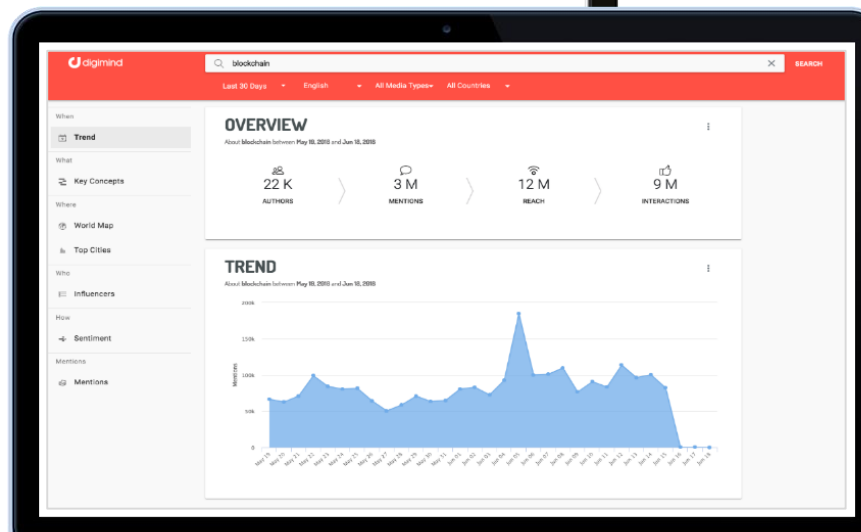
Plus d'infos sur www.digimind.com/fr

Plus de ressources (Livres blancs, études, infographies) sur <http://digimind.com/fr/resources/>

Envie d'en savoir plus sur Digimind et ses outils d'écoute et d'analyse des médias sociaux ?

Contactez-nous :

contact@digimind.com





A propos de Digimind

Digimind CONSULTING

Le service Digimind CONSULTING est constitué d'une **équipe de consultants, spécialistes** de la veille et des médias sociaux, qui vous aident à la prise en main de la solution logicielle et à son bon déploiement au sein de votre organisation. Interlocuteur privilégié, à votre écoute, elle/il vous partage les bonnes pratiques en ayant en ligne de mire votre objectif de veille.

Véritables coaches, nos consultants vous permettent d'obtenir rapidement les informations stratégiques, vous aident à piloter votre activité de veille via des KPIs clairs et efficaces.

Aide à la prise en main

Coaching sur l'affinage, les bonnes pratiques

Workshops

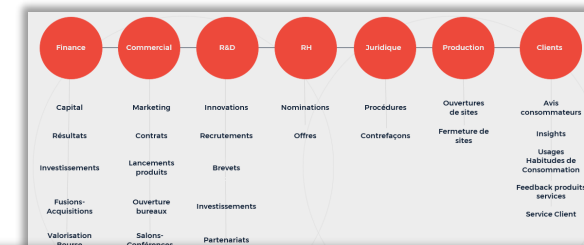
Ateliers collaboratifs dédiés à une problématique de veille

Aide à la conduite du changement

Plan d'accompagnement, webinars, questionnaires de satisfaction

Contactez-nous :

consulting@digimind.com



Digimind INSIGHTS

Le service Digimind INSIGHTS est constitué d'une **équipe d'analystes multilingues**, spécialistes de la veille et des médias sociaux, qui réalise pour vous la sélection et qualification de contenus, des rapports d'analyse, newsletters et audits sur-mesure et adaptés à vos besoins sectoriels.

De l'étude ponctuelle à l'analyse en continue, nos analystes mettent en œuvre leur expertise au service de vos enjeux stratégiques.

Dashboards

Informations mises à jour en temps réel

Alertes sujets sensibles

Contenus sensibles, crises

Ecoute & qualification

Tonalités, thèmes, émetteurs

Analyses synthèses et recommandations

Rapports, audits, notes de synthèses sur mesure, hebdomadaire ou mensuelles

Contactez-nous :

insights@digimind.com

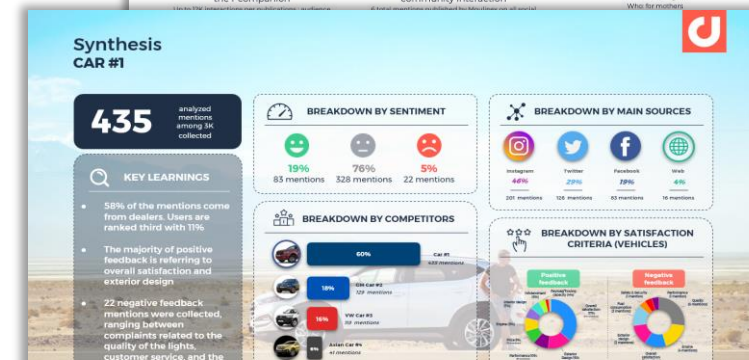


www.digimind.com



Recommendations

- 1 Create partnership, like Magimix, with major influencers to promote the I-companion
- 2 Post more about the I-companion to increase its visibility and community interaction
- 3 Posting recipes relating to the top trends identified on social media



Introduction Méthodologie Enseignements clés



Introduction 1/7

Mobilités et micro mobilités

En 20 ans, le paysage des transports et des mobilités a profondément changé en France : maillage plus dense d'autoroutes et de voies rapides, pistes cyclables, retour en force du tramway dans les villes moyennes, intégration de services de mobilités urbaines comme les vélos ou les voitures en libre-service, développement des engins de déplacement personnels, arrivée des VTC...

Ainsi on parle désormais de **nouvelles mobilités**, **mobilités douces** et **micro mobilités**.

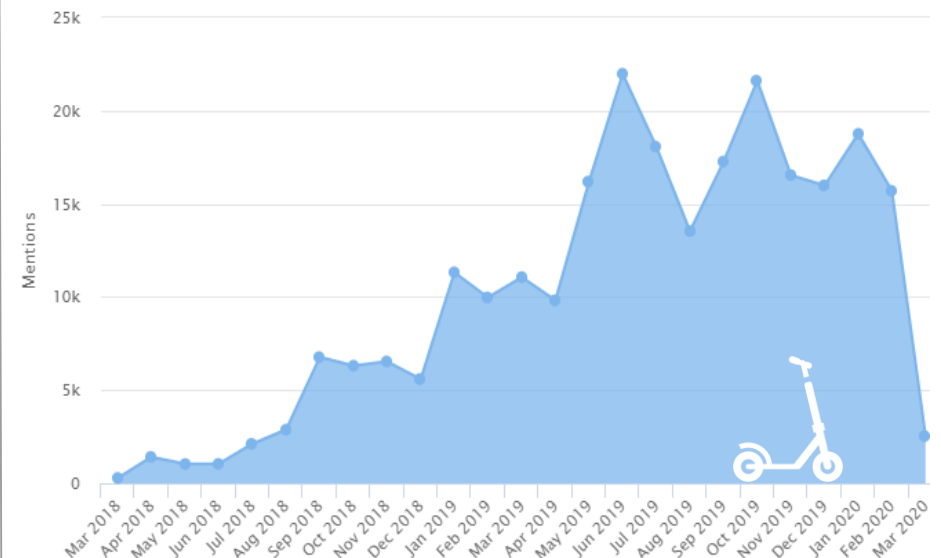
La micro-mobilité désigne les moyens de déplacement pour parcourir les quelques ou les derniers kilomètres de votre trajet. Ce sont des trottinettes, vélos pliables, skateboards, hoverboards, gyropodes ou encore gyroroues. Ces engins transportables permettent de vous déplacer sur de courtes distances et d'améliorer un trajet intermodal en les emmenant dans d'autres moyens de transports comme un bus ou un métro.

Ils s'inscrivent souvent dans **les critères de la mobilité douce** (modes de déplacement dans la rue ou sur route sans apport d'énergie autre qu'humaine).

Mais ces mutations font apparaître de grandes disparités sur le territoire français. Lorsque l'on parle vélo, voiture ou trottinettes en libre-service, VTC, métro ou tramway, c'est avant tout une vision très urbaine et périurbaine face à des zones rurales où l'offre de transport est limitée et se résume souvent à des services d'autocars et TER, où la voiture demeure souvent le seul et unique moyen pour se déplacer, causant ainsi des inégalités en terme de budget et d'équipement.



Tendances sur les médias sociaux



↑ Evolution du thème Micro-mobilités en 7 langues sur 24 mois. Les prises de parole des internautes et des médias sur la micro-mobilité se sont fortement développées depuis 2 ans sur le web et les réseaux sociaux pour se stabiliser début 2020 (1).

Chez Digimind, nous avons souhaité étudier et analyser, à travers ce rapport, les préoccupations, centres d'intérêts, modes de transports, freins et déclencheurs de la mobilité pour les internautes qui s'expriment, sur le web et les médias sociaux, ainsi que les acteurs majeurs du secteur

(1) Source Digimind Historical Search sur 24 mois sur les réseaux sociaux, blogs et forums en français, anglais, castillan, catalan, néerlandais, italien et espagnol.

Introduction 2/7

Les enjeux : Pourquoi de nouvelles mobilités ?

Plusieurs facteurs ont favorisé le développement de mobilités douces et micro-mobilités, et ont incité à repenser les modes de transports :

- **La congestion** des zones urbaines et péri-urbaines par les voitures et poids lourds. Ainsi, par exemple, Paris est devenue la 4^{ème} capitale au monde pour les embouteillages (NRIX 2019 Global Traffic Scorecard) et en France, des villes comme Lyon ou Strasbourg ont vu leur indice de congestion augmenter cette année (TomTom Traffic Index Ranking →). 41% des Français considèrent d'ailleurs que la saturation des réseaux routiers constitue un frein à leurs déplacements (1).

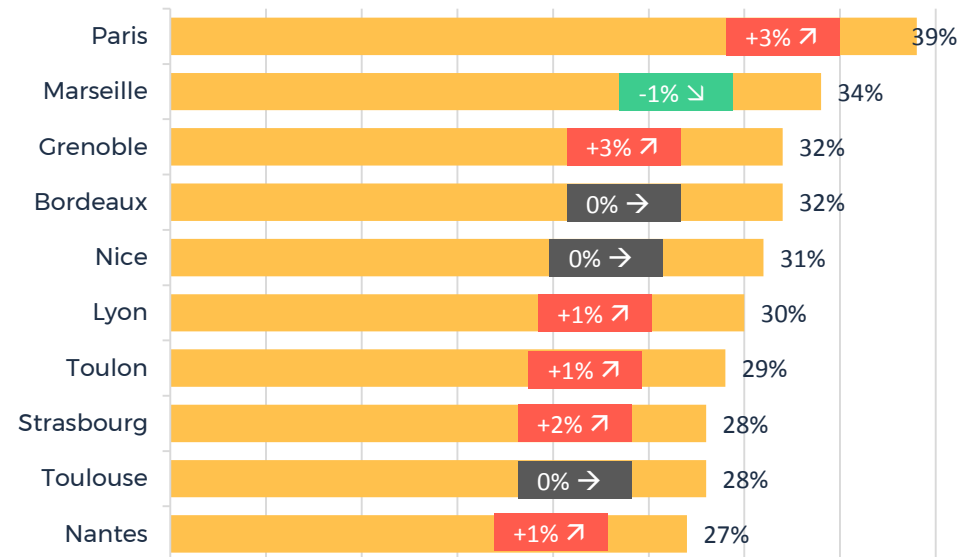
- **La pollution** est aussi un facteur qui a poussé de nombreux utilisateurs à opter pour des modes alternatifs à la voiture comme le vélo.

Attention toutefois aux idées reçues pour certains modes de micro-mobilité : ainsi, la trottinette ne permet pas de diminuer le nombre de voiture mais "prend" plutôt des utilisateurs aux transports collectifs, aux marcheurs et aux vélos notamment. *"Comment auraient été effectués ces trajets en absence des trottinettes ? Réponse : 47% à pied, 29% en transport en commun, 9% à vélo. Et seulement 8% en taxi ou en voiture avec ou sans chauffeur. La trottinette ne sert donc pas à vider la ville de ses voitures"* explique l'étude du cabinet 6t (2).

La saturation a gagné aussi certains réseaux **de transports en communs** (métro, bus, tramway) des grandes villes poussant certains voyageurs à opter pour le vélo, le scooter, la trottinette, en véhicule personnel ou en libre-service. Mais, certains de ces moyens de transport demeurent relativement chers à l'acquisition ou à l'abonnement comparativement au coût pour l'utilisateur des transports en commun, largement subventionnés. *"Les trajets en trottinettes sont plutôt courts, 19 minutes en moyenne, une durée facturée tout de même 3,85€, deux fois le prix d'un ticket de métro parisien, et 5,18€ à Lyon"* (2).

Souvent, les engins de déplacement personnels, électriques ou non, permettent donc de remplacer un autre usage individuel (vélo, marche à pied) et de réaliser un trajet intermodal : rejoindre sa gare ou son arrêt de bus par exemple.

Mais la **multimodalité** et l'**intermodalité** est minoritaire : Seuls 8% des français utilisent **l'un ou l'autre** des modes de transport en fonction du trajet à effectuer, et 7% **combinent** différents modes de transport dans un même déplacement toujours ou presque de la même manière (1).



↑ Les villes les plus embouteillées en France par taux de congestion (TomTom).

(1) Baromètre des mobilités du quotidien 1^{er} édition - 2019 ObsOco C:ronos

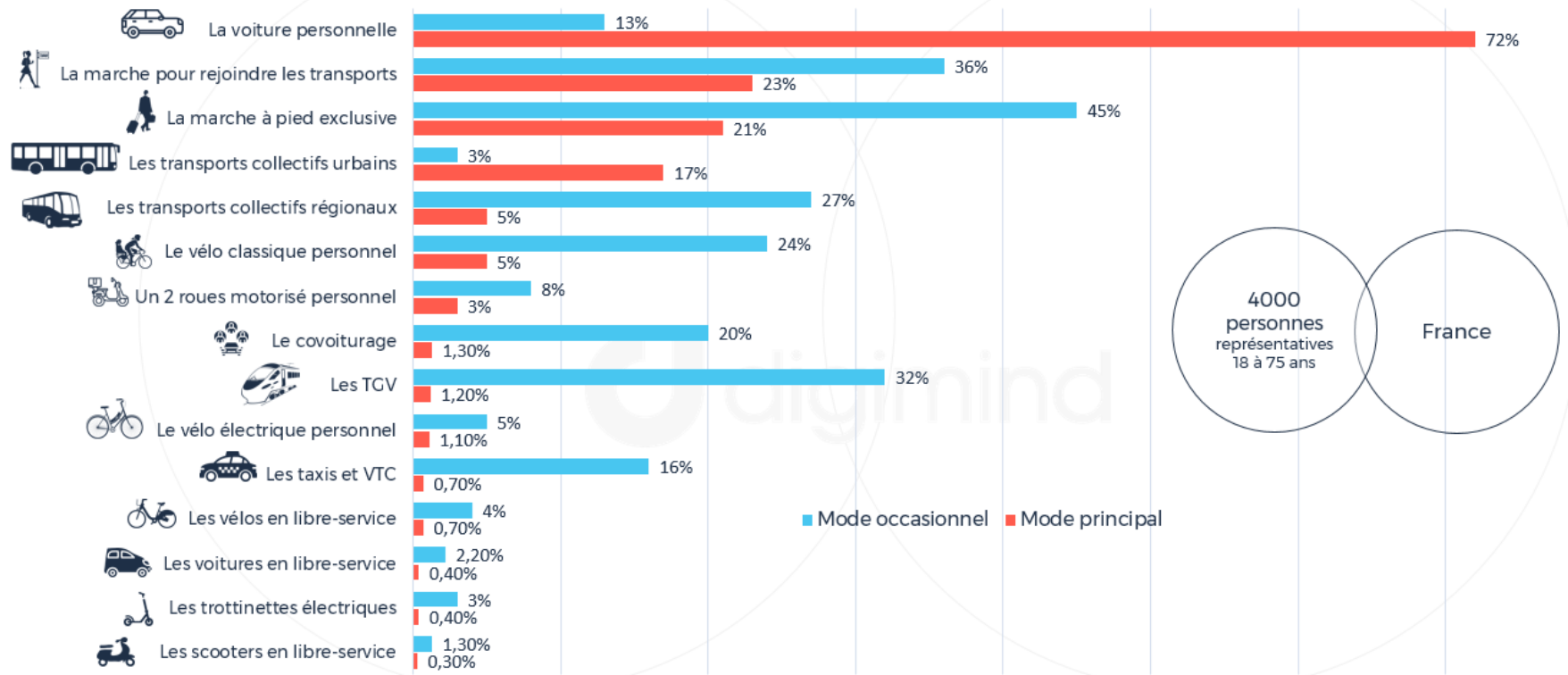
(2) Usages et usagers services trottinettes électriques free-floating en France

Introduction 3/7

Les mobilités des français : disparités territoriales et dominance de la voiture

La voiture personnelle est le premier moyen de transport

C'est peut-être le chiffre le plus important lorsque l'on parle de mobilités en France : pour 72% de la population, la **voiture demeure le mode de transport principal**, tous les jours. Et quand son usage diminue, c'est rarement grâce à la découverte d'autres modes de transport : dans 43% des cas, c'est "*Parce que vous vous déplacez moins qu'avant*" ou "*Parce que la nature des trajets que vous effectuez a changé et que la voiture est moins adaptée à vos déplacements actuels*". **Seulement dans 4%** des cas, la diminution de l'usage de la voiture se réalise "*grâce à la découverte de nouvelles solutions de mobilité*" (1).



↑ Les modes de transport utilisés pour les déplacements du quotidien en France

(1) Baromètre des mobilités du quotidien Première édition - 2019 ObsOco C:ronos

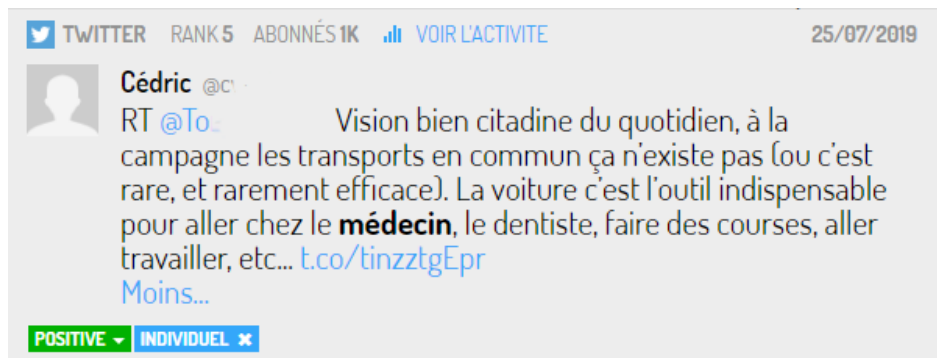
Introduction 4/7

Les mobilités des français : disparités territoriales et dominance de la voiture

Un fort écart entre les grandes villes et les zones rurales

Plus de la moitié des français (55%) déclarent **ne pas avoir le choix** en matière de mode de transport pour leurs déplacements du quotidien. Mais cette moyenne cache **un écart énorme** : 19% dans les communes rurales estiment avoir ce choix contre 71% en agglomération parisienne.

27% des français disent ne pas pouvoir **accéder à pied aux transports collectifs**. 3% seulement des habitants des communes très peuplées déclarent ne pas pouvoir accéder à pied à un service de transport collectif contre 77% des villes très peu peuplées (1).



↑ Un tweet d'un internaute sur l'écart villes-zones rurales en termes de moyens de transport

Les principaux obstacles à la mobilité : coût et offre

La moitié des français considèrent que le **coût des déplacements** est un obstacle à leur déplacements quotidiens (1). 61% des français sont satisfaits de ce budget de transports mais c'est seulement 53% en zones périurbaines (2).

109€ : le budget mensuel moyen alloué aux déplacements par les Français (1)

90€ pour les agglomérations de plus de 100 000 habitants
141€ pour les communes rurales

38% des Français considèrent que le **déficit d'offres** de transports collectifs adaptés contribue à réduire leurs déplacements (1).

Le temps, un paramètre essentiel

Pour 28% des Français, le temps consacré quotidiennement aux déplacements constitue un obstacle à la réalisation d'autres activités (1). 31% des français met **plus de 30 mn** pour aller au travail (9% plus d'une heure) dont 54% en Ile-de-France : C'est 38 min de trajet en moyenne entre le domicile et le travail (53 min à Paris) (3).

Mais seuls 24% sont mécontents à l'égard du temps passé dans les transports, avec toutefois de fortes disparité selon la densité de population : les mécontents montent à 37% en Ile-de-France (2).

Le temps est le **critère de choix n°1 pour les urbains** : 92% d'entre eux choisissent leur moyen de transport en fonction du temps de trajet qu'il permet.(3).

(1) Baromètre des mobilités du quotidien Première édition - 2019 ObsOco C.ronos

(2) Les mobilités du quotidien dans les régions françaises Ipsos Transdev sept 2019

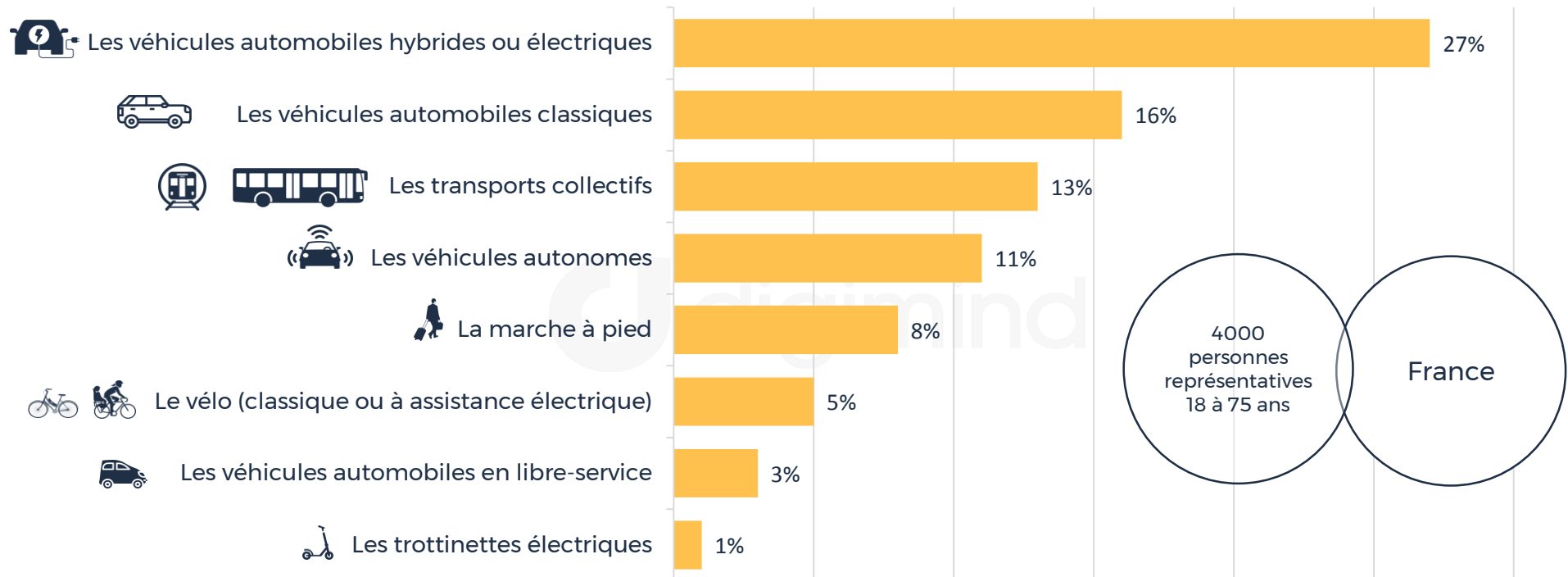
(3) Observatoire LCL de la vie urbaine Harris Interactive- 2018

Introduction 5/7

Les mobilités des français : disparités territoriales et dominance de la voiture

Les modes de transports alternatifs à la voiture personnelle, dans l'idéal

Pour les français, les véhicules hybrides et électriques constituent à 10 ans le mode de transport le plus fréquemment décrit comme « idéal » pour 27% mais **toujours suivi par la voiture classique** (16%) et les transports collectifs (13%). Seulement 29% des Français augmenteraient de manière significative l'usage des transports collectifs en cas de gratuité des transports collectifs (1). Les freins sont donc encore nombreux, le prix n'est pas le seul facteur.



↑ Dans 10 ans, la forme de transport idéale pour les déplacements du quotidien pour les français

(1) Baromètre des mobilités du quotidien Première édition - 2019 ObsOco C:ronos

Introduction 6/7

Les mobilités des français : disparités territoriales et dominance de la voiture

Les tendances en zone urbaine : moins de voitures

37% des urbains utilisent leur voiture au quotidien. L'usage de la voiture tend à diminuer en ville : Les possesseurs d'une voiture sont nombreux à la réserver uniquement aux déplacements en périphérie ou à des cas spécifiques (mauvaise météo, charges à transporter, ...). Son délaissement est favorisé en ville par l'offre large de transports en commun et des mobilités de type partagées : voitures électriques en libre-service, vélos, scooter et trottinettes en borne ou en free floating (3) .

Le cas de l'Ile-de-France : "l'usage quotidien de la voiture recule pour la première fois"

Les déplacements quotidiens en voiture des Franciliens ont diminué de 4,7% depuis 2010, selon une enquête concernant tous les modes de transport (4). C'est la première fois, depuis la première étude menée en 1976, que l'automobile affiche un tel recul.

Le nombre de déplacements quotidiens reste assez stable : 43 millions dans la région, en dehors de Paris pour 70% d'entre eux. Mais la répartition entre les modes de transport évolue : La voiture **baisse ainsi de 13%** dans la petite couronne parisienne (soit moins 490.000 déplacements quotidiens). À l'inverse, les métros, bus et trains (RER, Transilien) voient leur **utilisation augmenter de 13%**, passant de 8,3 millions à 9,4 millions de trajets journaliers. L'usage de la **marche à pied** (le 1er mode de déplacement avec 17 millions de trajets journaliers), du vélo (plus 29%) et de la trottinette (130.000 trajets) explose. Mais attention, malgré cette évolution significative, le vélo ne représente encore **que 4%** des déplacements domicile-travail !

(3) Observatoire LCL de la vie urbaine Harris Interactive- 2018

(4) Enquête Globale Transport Île-de-France mobilités 2020-1ers résultats

L'usage de la trottinette en ville

Profils : 42% des utilisateurs sont des touristes ou visiteurs, venus de l'étranger (33%) ou de France (9%). Les deux-tiers sont des hommes (66%). Ces utilisateurs de trottinettes sont légèrement plus aisés que la moyenne des habitants de leur ville respective. La proportion de cadres (53%) et d'étudiants (19%) est forte (5).

Fréquence : 7% des usagers en louent une tous les jours, un tiers une fois par semaine.

Type de trajets : pour se rendre au travail ou sur leur lieu d'études, mais l'usage majoritaire est le loisir : 39% des déplacements ont lieu le week-end et 30% entre 14h et 17h.

Freins : Pour 59% des usagers, le manque de disponibilité (59%). le prix élevé (57%) et le sentiment d'insécurité (51%).

L'usage des vélo en free-floating à Paris (sans bornes ni station)

Profils : Les étudiants représentent un usager sur cinq, 60 % des usagers ont moins de 35 ans. Les 2/3 des usagers sont des hommes. 68 % appartiennent à la catégorie «cadre et profession intellectuelle supérieure». 55% n'utilisaient jamais les Vélib' ou de vélo personnel avant l'arrivée des vélos en free-floating.

Trajets : 36 % des déplacements ont lieu entre le domicile et un lieu de sortie.

Motivations : La possibilité de réaliser des trajets porte-à-porte (60%), le gain de temps (53%), l'indisponibilité du service Vélib' (40%).

(5) Usages et usagers services de trottinettes électriques free-floating en France

(6) Etude auprès des usagers parisiens des services de vélos en free-floating

Introduction 7/7

Les mobilités des français : disparités territoriales et dominance de la voiture

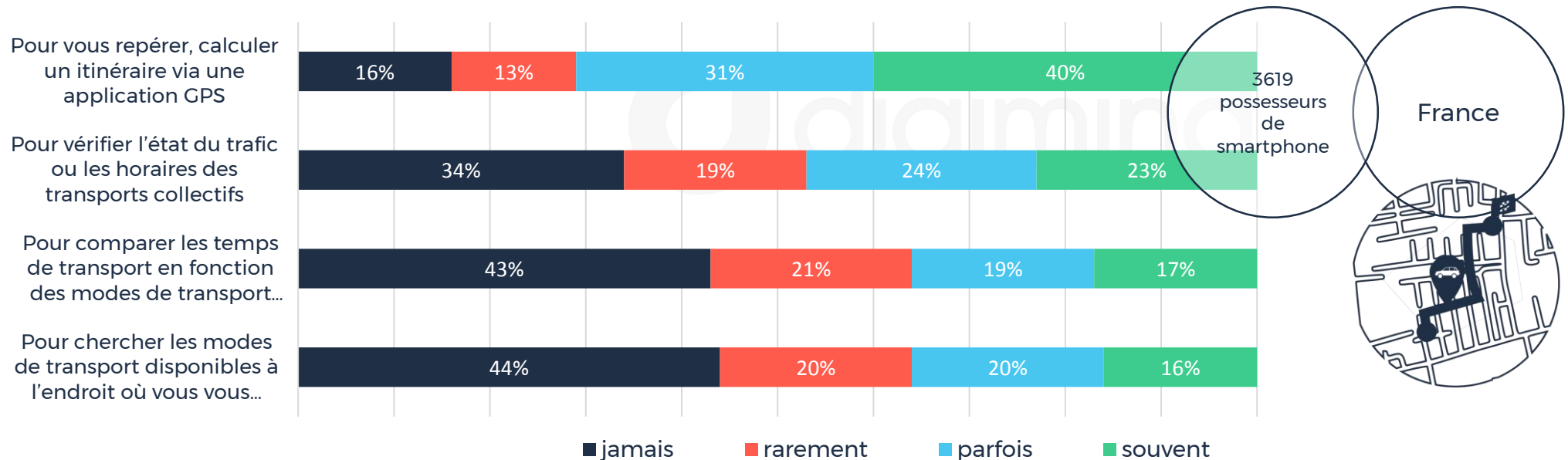
Le boom des applications de mobilité sur smartphone

Les applications numériques facilitent la mobilité mais les disparités selon l'âge et l'habitat sont encore grandes.

40% des Français utilisent désormais de manière régulière une application de mobilité pour se repérer ou calculer un itinéraire. **83% des urbains utilisent** les applications de recherche d'itinéraires selon l'Observatoire LCL de la vie urbaine Harris Interactive. Mais si 63% des moins de 25 ans utilisent souvent leur smartphone pour se repérer, calculer un itinéraire, c'est seulement 24% des plus de 65 ans (1).

En outre, 76% des Français considèrent que les services numériques de mobilité sont **faciles** à utiliser. Là aussi, l'écart se creuse selon les générations : Seuls 6% des moins de 25 ans estiment que ces applis sont difficiles à utiliser contre 38% des plus de 65 ans (1).

L'usage du smartphone pour la mobilité dépend aussi fortement de **l'habitat en zones urbaines ou rurales** : les applications sont en effet utilisées par 47% des habitants des communes très denses contre 31% pour les communes très peu denses.(1).



↑ **Fréquence d'utilisation du smartphone pour faciliter les déplacements en France**

(1) Baromètre des mobilités du quotidien Première édition - 2019 ObsOco C:ronos

Méthodologie

Etude du 25 mai 2019 au 25 février 2020 : 9 mois d'analyse

Nous avons étudié les conversations, billets et articles sur le web, les réseaux sociaux et les médias sociaux **au sujet des mobilités urbaines et notamment dans le cadre des trajets de travail, utilitaires (courses, médecins, activités) ou de loisirs :**

- La mobilité urbaine et micro-mobilité
- Les modes de déplacements
- Les moyens de transports
- Les thématiques de conversation
- Les acteurs de la mobilité

Certaines thématiques ont été collectées en 7 langues pour 7 pays afin de permettre des comparaisons au niveau européen : Suisse, Espagne (castillan et catalan), Royaume-Uni, Allemagne, Italie, Belgique et France.

Nous avons ainsi collecté et analysé **31 millions** de messages (dont 5,7 millions en français) sur **le web et les médias sociaux** (Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, blogs, forums, sites d'avis consommateurs et sites web) et 513 580 articles concernant ces thématiques de déplacements dans la ville via notre outil d'écoute et d'analyse des médias sociaux, [Digimind Social](#). Les analyses portant sur **les médias** concernent les publications des sites de presse, TV et radio. Les analyses portant sur **les internautes** concernent les messages des internautes hors médias et macro-influenceurs. Par ailleurs, via notre plateforme de veille [Digimind Intelligence](#), nous avons détecté les sources et études essentielles dans le secteur des transports et des mobilités.

(Toutes les données sont collectées sur des comptes publics)

Dans cette étude web et social média, nous présentons :

- Les sources de veille pour les mobilités et les transports

- Les dimensions des nouvelles mobilités

- Les parts de voix des types (collectifs, partagés, individuels) et moyens de transports (voiture, bus, métro, vélo...)
- Les différences selon les pays d'Europe et les villes en France
- Les villes qui "buzzent" le plus autour des nouvelles mobilités
- Un focus sur les conversations relatives aux trottinettes en Europe
- Les types de trajet évoqués (travail, loisir, utilitaires..)

- Les acteurs de la mobilité dont on parle le plus chez les internautes et dans les médias :

- Vélos partagés, transports en communs, VTC, trottinettes, applications mobiles...

- Les grands thèmes de conversations sur la mobilité :

- Centres d'intérêts, préoccupations, avantages et inconvénients perçus, expériences utilisateurs, activités des voyageurs.

Les type d'acteurs de la mobilité étudiés :

- Les vélos en libre-service (stations ou free-floating)
- Les trottinettes en libre-service
- Les scooters partagés
- Les VTC
- Le covoiturage
- Les autocars
- Les transports en commun urbains et interurbains (tram, bus et metro)
- Les taxis
- L'autopartage
- Les autorités et organismes régionaux de mobilités (Syndicats et SEM)
- Les éditeurs d'applications mobiles

Liste détaillée des acteurs de la mobilité étudiés en annexe

Enseignements clés 1/2

Les dimensions des mobilités



Métro (35% de parts de voix), RER (23%) et Taxis (10,6%) sont les moyens de transports les plus cités à propos de leurs trajets par les internautes français sur les médias sociaux.



Pendant les grèves de l'hiver 2019, les mentions sur le web et les réseaux sociaux tous modes de transport confondus, ont été **multipliées par 5**.



Types de voyages : Les internautes parlent d'abord pour 47% de **leurs trajets domicile travail** puis à 19% des voyages vers leurs lieux de loisirs et activités.



En France, les **hashtags #RATP, #velo** et #voiture sont les plus employés au sujet de la mobilité et des transports.

Qui sont les acteurs de la mobilité les plus mentionnés ?



VTC : L'opérateur de VTC et de vélos **Uber** est l'acteur de mobilité, tous modes confondus, dont les internautes parlent le plus avec **24%** de parts de voix devant la **RATP** (21%), la **SNCF** (14%), **Vélib'** (Smovengo) pour 13% et **Flixbus** (6,5%).



Trottinettes : **Lime** est l'acteur de trottinettes en free floating le plus évoqué par les internautes (50% de parts de voix) largement devant **Bird** (16%), **Jump** (10%) et **Dott** (4%).



Vélos : **Vélib'** (Paris) est l'opérateur de vélo en libre-service de très loin le plus mentionné (**91%**). Il occupe de nombreuses conversations devant **Jump** (2,4%), **Vélo'v** à Lyon (1,4%) et **Oribiky** (1,2%).



Transports en commun : La **RATP** est l'acteur dont les internautes parlent le plus : **43%** de parts de voix devant la **SNCF** (29%), **Flixbus** (13,3%), **Ouibus** (4,6%) et **Transilien** (2,9%).

Enseignements clés 2/2

Applis



Waze est l'application de mobilité la plus mentionnée sur les médias sociaux par les internautes avec 22% de parts de voix devant l'appli **SNCF** (18,4%), l'appli **Uber** (16,9%), l'appli **RATP** (12,6%) et **CityMapper** (8,6%).

Les grands thèmes de conversations sur la mobilité



Les sujets majeurs : Les **horaires et fréquences** des transports constituent le 1er sujet de conversations des internautes (9,8%) devant **la sécurité sur la route** (9%), la **promiscuité** dans les transports en commun (8%), les **prix** des services (8%) et les **retards-pannes** (7,3%).



Les avantages perçus : Pour les **vélos, trottinettes** personnelles ou en libre-service, hoverboards et gyropodes, les premiers avantages évoqués par les internautes sont la **rapidité** (27%) et la **moindre pollution** (18,5%).
Pour le **métro, RER et le tramway**, les premiers avantages perçus par les internautes sont la **ponctualité** (28,6%) et la **proximité** (19,6%).



Les inconvénients et freins à l'usage : Pour les **vélos, trottinettes** personnelles ou en libre-service, hoverboards et gyropodes, les premiers inconvénients pointés sont le **manque de sécurité** (18,4%) et les impacts d'une **mauvaise météo** (16,7%).
Pour le **métro, RER et le tramway**, les internautes évoquent d'abord les inconvénients liés aux **annulations** de train (33%), puis aux **incivilités** (27,8%).



Les activités pendant les trajets et l'attente : Les internautes évoquent d'abord **l'écoute de musique** (34%), **les jeux** sur smartphone (20%) et **la lecture** de livres (16%).
66% des mentions concernent des activités **impliquant l'usage du smartphone** (lecture, jeux, vidéos, écoute...).

La veille **Mobilités** et **Micro-mobilités**





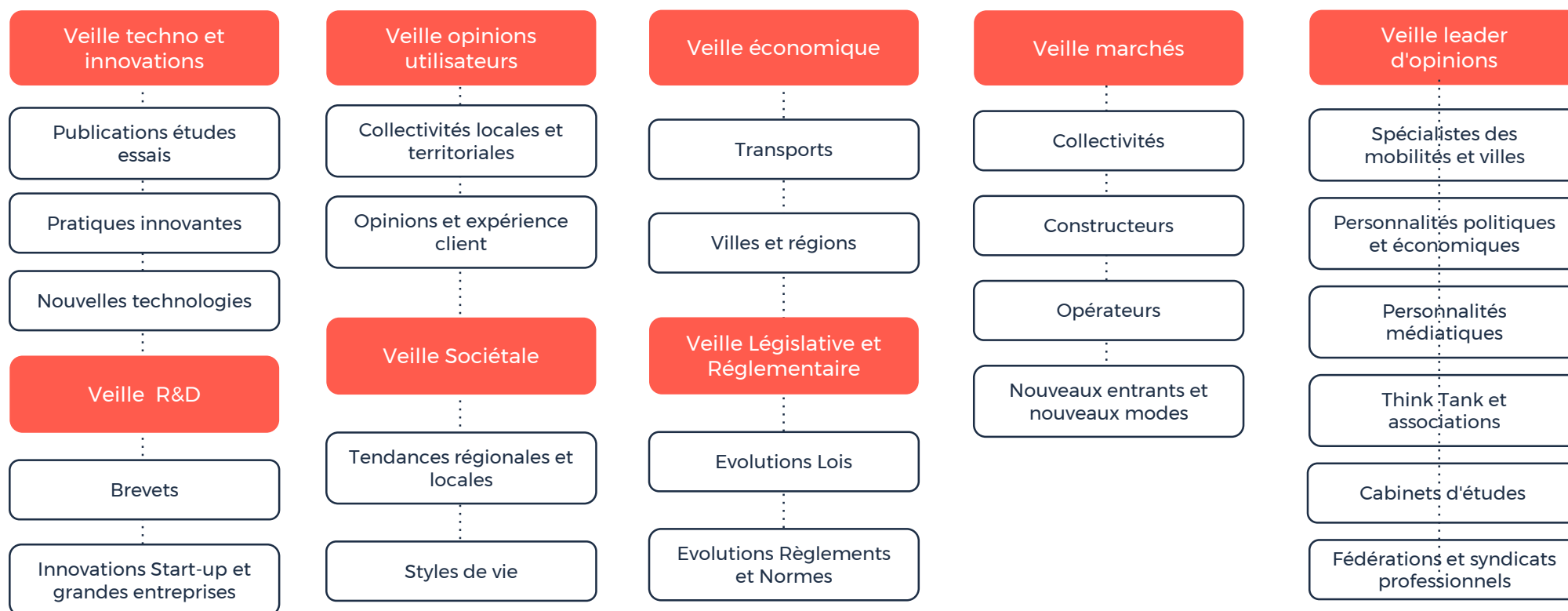
La démarche de veille mobilités et nouvelles mobilités

La veille mobilités, nouvelles mobilités et micro-mobilités s'inscrit dans une démarche de veille plus globale consacrée aux **transports** et/ou aux **villes**, aux **territoires**, aux **modes de vie**.

Elle ciblera donc **des sources** :

- Dédiées aux modes de transport classiques comme aux nouvelles mobilités, avec une forte dimension innovation,
- Spécialisées collectivités locales,
- Consacrées aux innovations dans la ville,
- Relatives aux modes de consommations et styles de vie.

Par ailleurs, la veille devra, compte tenu de ses spécificités, intégrer les **dimensions internationales** et pourra s'organiser selon des **critères géographiques** : Continent ou zone d'échanges > Pays > Régions/Etats / Provinces-Lander > Départements > Communautés de communes et Métropoles > Villes > Villages > Quartier. Cette segmentation couplée aux types d'utilisations et utilisateurs pourra constituer un mode de classement.



↑ Exemples d'axes de veille sur les mobilités et les transports



Les sources Mobilités à suivre 1/3



Nous vous proposons une sélection, forcément injuste car délimitée, de sources à suivre pour votre **veille transports, smart cities, mobilités et micro-mobilités** sous la forme de comptes Twitter. N'hésitez pas à explorer les sites et auteurs correspondants.



Stéphane Schultz

Fondateur de 15Marches, société de conseil en innovation. Une expertise notamment en transports, smart cities, mobilités et micro-mobilités.

[Vers le compte Twitter](#)



Vianova

Une plateforme de données européenne permettant aux villes de bénéficier d'une mobilité plus écologique et de rues agréables à vivre grâce à des informations exploitables et pertinentes.

[Vers le compte Twitter](#)



Smart Mobility Lab

Cabinet de conseil dédié à l'avenir de la mobilité et micro-mobilités pour des transports plus durables.

[Vers le compte Twitter](#)



Ile-de-France Mobilités

L'autorité qui imagine, organise et finance les transports publics en Ile-de-France (ex STIF).

[Vers le compte Twitter](#)



VilleRailTransports

Magazine des nouvelles mobilités. Politiques de transport, choix urbanistiques techniques et industriels, français, européen, à l'international...

[Vers le compte Twitter](#)



Olivier Razemon

Journaliste au Monde . villes, transports, vélo. Auteur de "Chronique impatiente de la mobilité quotidienne", 2019. Son blog : l'interconnexion n'est plus assurée. [Vers le compte Twitter](#)



Avere-France

Association nationale pour le développement de la mobilité électrique, coordinatrice du programme CEE ADVENIR pour le financement de bornes de recharge et organisatrice des Trophées VE.

[Vers le compte Twitter](#)



Intelligent Transport

Source d'information pour l'industrie des transports couvrant les villes intelligentes, la numérisation, l'intermodalité et d'autres sujets...En anglais.

[Vers le compte Twitter](#)



La Fabrique des Mobilités

Accélérateur open source pour les écosystèmes de la mobilité.

[Vers le compte Twitter](#)



Adrien Lelièvre

Journaliste @ Les Echos. Spécialiste de la mobilité. Egalement passionné d'urbanisme, d'histoire et de rock indé.

[Vers le compte Twitter](#)



Les sources Mobilités à suivre 2/3



Autonomy

Autonomy & The Urban Mobility Summit est un événement annuel qui rassemble les innovateurs et les décideurs politiques pour changer la façon dont nous nous déplaçons dans les villes.

[Vers le compte Twitter](#)



Great Place To Move

Laboratoire des mobilités et du développement urbain : travaux prospectifs, études de cas, observatoire des pratiques et des projets, analyses de tendance et opinions. Avec un magazine et une newsletter [Vers le compte Twitter](#)



Cerema

Compte officiel et généraliste du Cerema, le Centre d'études et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement

[Vers le compte Twitter](#)



L'UTP

L'organisation professionnelle des entreprises du transport urbain, ferroviaire et des gestionnaires d'infrastructures en France

[Vers le compte Twitter](#)



Transport Shaker

Le blog Transport des consultants @wavestoneFR. Réflexions sur les actualités des véhicules autonomes, la micro-mobilité, Mobility-as-a-Service, trains et avions.

[Vers le compte Twitter](#)



Camille Bordenet

Journaliste au Monde. Questionne les enjeux de mobilité pour la rubrique Mille bornes.

[Vers le compte Twitter](#)



Forum Vies Mobiles

Institut de recherche sur la mobilité qui prépare la transition vers des modes de vie plus souhaitables et durables. Il supervise la recherche, publie des travaux et organise des événements pour les arts et les sciences.

[Vers le compte Twitter](#)



Thibaud Deletraz

Son métier : transport public de voyageurs - Tweete sur tout ce qui bouge, en fin praticien donc.

[Vers le compte Twitter](#)



Transitions & Mobilité

Veille et décryptages sur les enjeux de la mobilité.

[Vers le compte Twitter](#)



Iter

Coopérative de conseil en mobilités, transport et déplacements.

[Vers le compte Twitter](#)



Paul B.

Une veille transport et mobilité par un passionné.

[Vers le compte Twitter](#)



Wimoov

Une équipe de professionnels de la mobilité pour accompagner tous les publics en situation de fragilité (personnes en situation de handicap, personnes en insertion professionnelle, seniors...)

[Vers le compte Twitter](#)



Les sources Mobilités à suivre 3/3



Autorité de régulation des transports

Cette autorité publique indépendante œuvre dans le domaine du ferroviaire, aéroportuaire, des autocars et des autoroutes.

[Vers le compte Twitter](#)



France Mobilités-French Mobility

Démarche collective animée par le Ministère des Transports pour accélérer l'innovation dans les mobilités.

[Vers le compte Twitter](#)



6t

Cabinet de conseil français basé à Paris, Genève et NYC, spécialisé dans les transports et l'analyse du comportement en mobilité. Publie des études passionnantes.

[Vers le compte Twitter](#)



ATEC ITS France

Réseau des acteurs de la mobilité intelligente. Organisateur des Rencontres de la Mobilité Intelligente.

[Vers le compte Twitter](#)



Mobilités magazine

Le magazine de "toutes les mobilités". Une newsletter quotidienne + un mensuel en version papier et digitale.

[Vers le compte Twitter](#)



Mobilité Inclusive

Laboratoire de la Mobilité inclusive : ThinkTank créé en 2013, de la volonté de construire ensemble une mobilité plus inclusive et accessible à tous.

[Vers le compte Twitter](#)



Qucit - Quantified Cities

Cette start-up utilise le *machine learning* pour comprendre les comportements et les sentiments humains dans le monde réel et améliorer la qualité de vie en ville.

[Vers le compte Twitter](#)



MobiliDoc

Banque de ressources sur la mobilité durable pour les collectivités territoriales, les professionnels, les associations et les curieux.

[Vers le compte Twitter](#)



Francis Demoz

Journaliste et consultant mobilité et innovation. Rédacteur en chef de la revue TEC mobilité intelligente.

[Vers le compte Twitter](#)



Fédération des Professionnels de la Micro Mobilité

La FP2M regroupe les acteurs concernés par la filière micro-mobilité qui concerne les engins de déplacements personnels (EDP).

[Vers le compte Twitter](#)



Asso. Nationale des Utilisateurs de Micro-Mobilité Electrique

Pour la promotion et la défense de l'utilisation des Engins de Déplacement Personnels Motorisés (EDPM).

[Vers le compte Twitter](#)



HUB Cities Initiative

Flux d'informations et d'analyses sur l'innovation urbaine mondiale. Un département du Think Tank @hubinstitute

[Vers le compte Twitter](#)



Les études, livres blancs et enquêtes à lire 1/2



Pour mieux appréhender l'univers des mobilités urbaines et nationales et ses enjeux, Digimind vous propose une sélection d'études qui pourront nourrir votre réflexion, vous suggérer des thèmes et guider votre stratégie.

Mobilités et micro-mobilités



Etude sur les attentes et perceptions des Français en termes de mobilité urbaine -Scan Mobility

:Baromètre dédié au regard des Français sur leurs solutions de transport du quotidien- 2019

[Vers l'étude](#)



Les mobilités du quotidien dans les régions françaises Ipsos Transdev

Grande étude sur les moyens, le temps, le budget, la satisfaction, le potentiel de bascule vers les transports en commun, l'offre...-2019

[Vers l'étude](#)



Baromètre des mobilités du quotidien - ObSoCo et Chronos

Une étude sur les mobilités des français : équipements, modes de déplacements, freins, coûts, leviers de changements, modes de transport alternatifs. - 2019

[Vers l'étude](#)



Etude Micromobility Explorer

Marché des micro-mobilités en 2019, analyse des potentiels et des limites, pistes pour changer profondément leur place dans la ville- 2019

[Vers l'étude](#)



L'observatoire Keolis des mobilités

Keoscopie : un observatoire unique de la mobilité des français-2016

[Vers l'étude](#)



L'observatoire de la vie urbaine - Harris Interactive pour LCL

Les urbains : Qui sont-ils ? Une analyse des pratiques et usages pour le travail, logement, loisirs, mobilité et consommation.- dec 2018

[Vers l'étude](#)



Enquête Globale Transport - Île-de-France mobilités

Enquête portant sur 3.000 ménages, soit 7.000 Franciliens pour analyser leur déplacements, modes et temps de transport.- 2019

[Vers l'étude](#)



Étude sur la mobilité urbaine en Europe - Omio

Les différentes options de transport en commun et en libre service dans 30 villes européennes : coûts, praticité et disponibilité. - 2019

[Vers l'étude](#)



Enquête nationale mobilité et modes de vie 2020-Forum Vies Mobiles

Pour comprendre quelle est la place réelle des déplacements dans le quotidien des Français en prenant en compte tous les déplacements de travail, de sociabilité et de loisirs.

[Vers l'étude](#)



Modes de transports



Livre blanc de la mobilité en free-floating : Pour une régulation efficace et pertinente des services - Ademe

Regards croisés entre collectivités et opérateurs- les collectivités locales appréhendent aujourd'hui les services de véhicules partagés en free-floating et comment elles les encadrent- 2019

[Vers l'étude](#)



Étude sur les impacts des services de vélos en free-floating sur les mobilités actives - Ademe

Etats des lieux, enjeux, profils des utilisateurs, obstacles et freins - Dec 2018

[Vers l'étude](#)



Le marché et les usages des speedelecs (vélo à assistance électrique) 6t

Marché, profils des acheteurs, motivations, usages, impacts et potentiels de substitution. - fev 2020.

[Vers l'étude](#)



Baromètre du marché de la mobilité 2018 - FP2M/Smart Mobility Lab

Les ventes liées à la micro-mobilité (Engins de Déplacement Personnel mécaniques et électriques + accessoires)- 2019

[Vers l'étude](#)



Usages et usagers de services de trottinettes électriques en free-floating en France - 6t

Enquête auprès d'utilisateurs de trottinettes en free-floating 2019 : profils, usages, freins, leviers, impacts - 2019

[Vers l'étude](#)



Enquête nationale sur l'autopartage - Edition 2019 - 6t

Etude d'envergure sur les usagers, usages et impacts de l'autopartage en France.- 2019

[Vers l'étude](#)

Les dimensions des **mobilités** et **micro-mobilités**





Comment parle-t-on de micro-mobilités ?

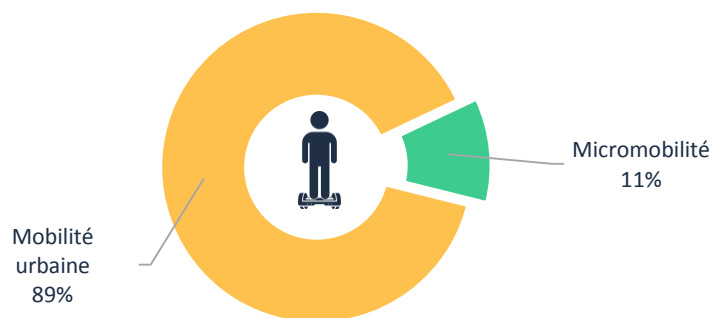


Le terme de micro-mobilité (ou micromobilités) est de plus en plus employé en Europe que cela soit par les médias ou les internautes.

Sur la période étudiée, c'est en Allemagne que ce thème est le plus abordé, loin devant l'Italie, le Royaume-Uni et la France.

Mais si le thème de micro-mobilités est de plus en plus utilisé, il ne représente encore **que 7% des articles** et conversations relatives aux mobilités urbaines pour ces 7 pays.

En France, cette proportion atteint toutefois 11% (16% pour les médias, 11% pour les internautes).

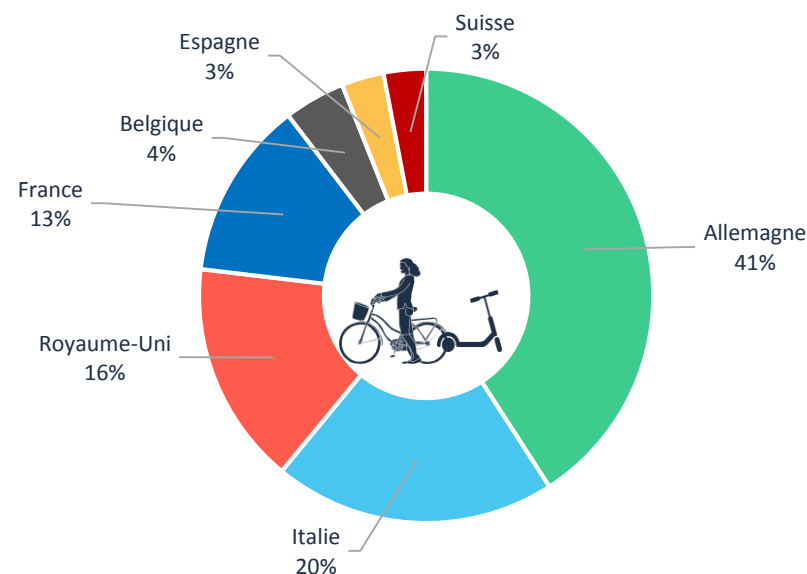


↑ Parts de voix du terme de micro-mobilités au sein des articles des médias et conversations sur les mobilités urbaines en France

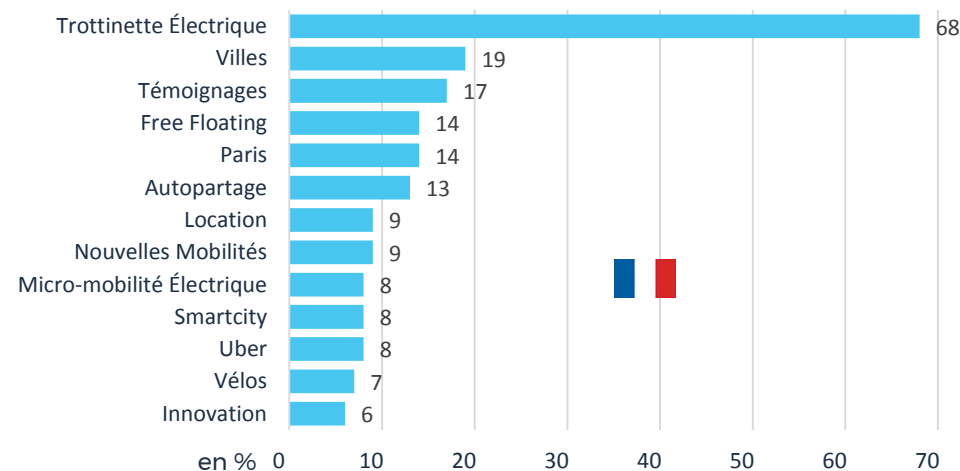
De quoi parle-t-on lorsque l'on évoque les micro-mobilités en France ?

Les internautes postent des messages, logiquement, sur le moyen de transport symbole de la micro-mobilité, **la trottinette** suivi des villes proposant de tels services et de témoignages d'utilisateurs. A noter que le terme de micro-mobilités est souvent associé, dans une démarche de comparaison, aux différents moyens des "nouvelles mobilités" (VTC, autopartage, vélopartage...).

Les médias évoquent également en 1^{er} le produit symbole, la trottinette mais font la part belle aux autres moyens de transports comme les vélos et scooter électriques



↑ Parts de voix pour 7 pays européens sur le terme de micro-mobilités



↑ Thèmes abordés par les internautes français lorsqu'ils évoquent la micro-mobilité en % de parts de voix



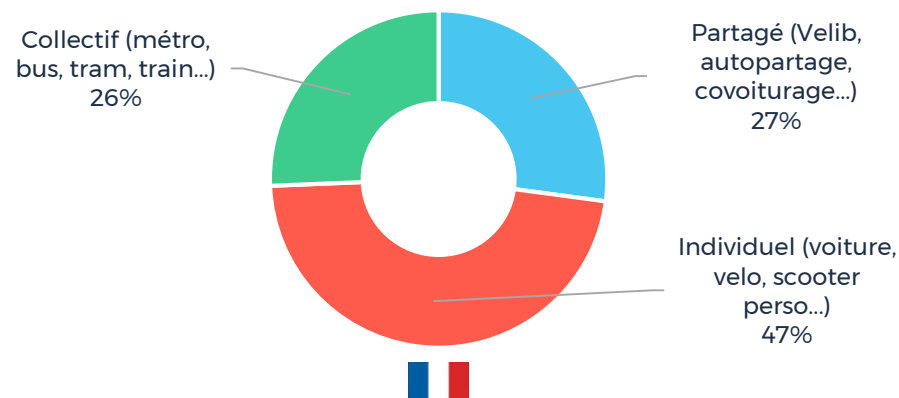
De quels types de transport parle-t-on le plus en Europe ?

Les individus ont une offre de transports de plus en plus vaste à leur disposition, mais très variable selon la densité de leur commune : individuels (voiture, moto, vélo), collectifs (train, metro, tram, bus, autocar) et plus récemment partagés (trottinettes, vélo partagé sur station ou en "free floating", auto partagée, covoiturage...). Le mode de transports partagé se développe essentiellement en centres urbains et périurbains (couronne de grands pôles urbains).

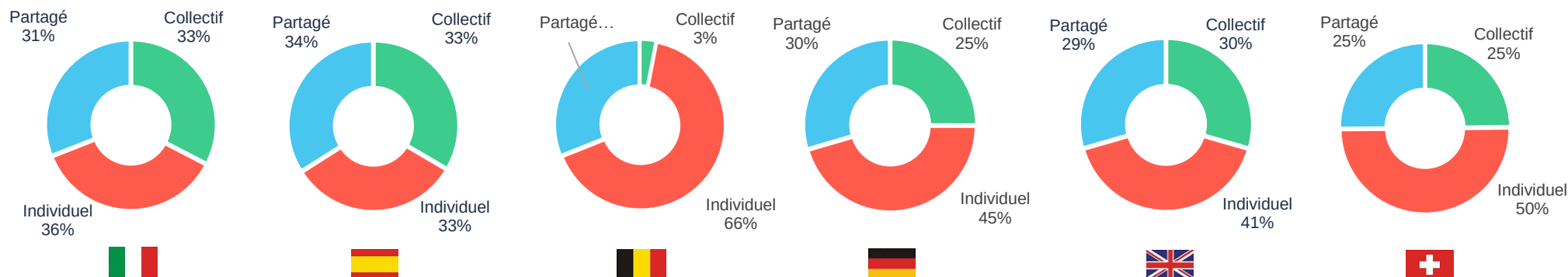
Dans les **7 pays européens étudiés**, les internautes évoquent d'abord les modes individuels de transports (voiture, VTC, vélo personnel) à 43% puis des Transports collectifs (à 29%), à presque égalité avec les modes partagés (28%).

En France

Si l'on isole les internautes français (ci-contre →), les transports individuels creusent davantage l'écart et occupent une plus grande place dans les conversations : 47% pour ce mode - la voiture domine en France dans les usages - loin devant les modes partagés (27%) et les modes collectifs (26%). Les médias français accordent une importance égale aux 3 types de transports (34% d'articles consacrés au mode individuel, 33% pour le partagé, 33% pour le collectif).



↑ Types de transports abordés par les internautes français dans leurs conversations au sujet de leurs trajets

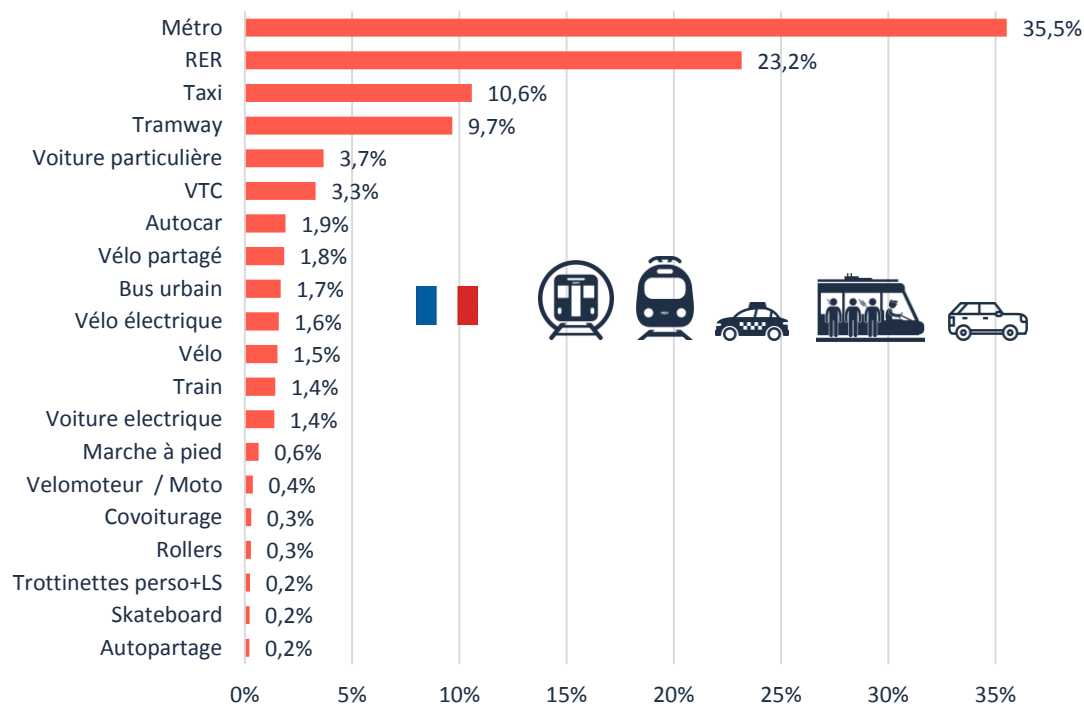




De quels moyens de transport parle-t-on le plus ? 1/4

En France, sur les médias sociaux, les forums et blogs, quand les internautes parlent de leurs trajets, ils évoquent d'abord leurs expériences en transports collectifs : avec le **métro**, largement devant le **RER** francilien, le **Taxi** puis le tramway. Le vélo partagé de type Vélib' arrive en 8^{ème} position, le covoiturage en 18^{ème} et la trottinette en 20^{ème} position seulement.

Force est de constater que le volume de mentions élevées pour le **Métro et le RER** est notamment dû à une grande proportion d'expériences négatives relatées, à 33% pendant la grève de l'hiver. Le **taxi** se positionne parmi les moyens de transports les plus cités en France comme en Europe, ce mode étant présents dans toutes les grandes villes comme en zone rurale.



↑ Le top 20 des moyens de transports les plus cités à propos de leurs trajets par les internautes sur les médias sociaux

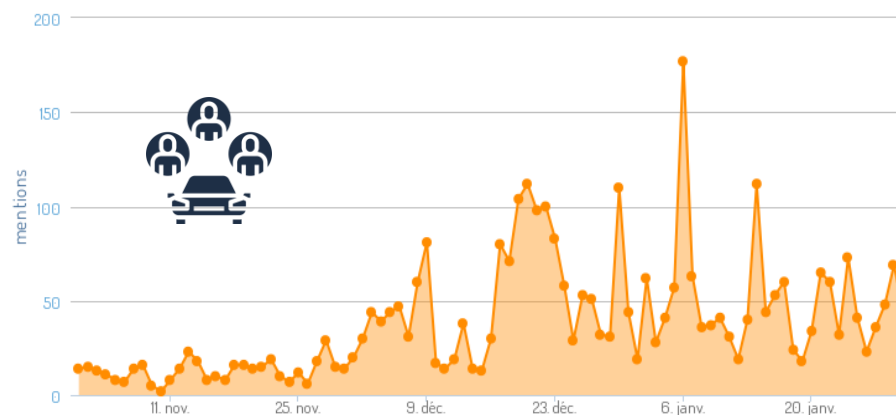


L'effet grèves

A noter que la période de cette étude (mai-février) englobant les grèves de transports de décembre 2019 et janvier 2020, les mentions concernant les transports en communs, les modes partagés et les transports individuels ont fortement augmenté.

Ainsi, les mentions sur le covoiturage de la part des internautes ont été multipliées par 6 entre novembre 2019 et janvier 2020, par 15 pour les VTC, par 10 pour les trottinettes en libre-service, par 7 pour le vélo partagé. Les mentions de la voiture, dans un contexte de trajets, ont quant à elles été multipliées par 21.

Tous modes de transport confondus, le nombre de mentions entre novembre et janvier 2020 ont été multipliée par 5



↑ La tendance à la hausse sur décembre-janvier 2020 (x6) pour les mentions concernant le covoiturage par les internautes sur Twitter, Facebook, Instagram, Forums, blogs et sites d'Avis Consommateurs, en Français



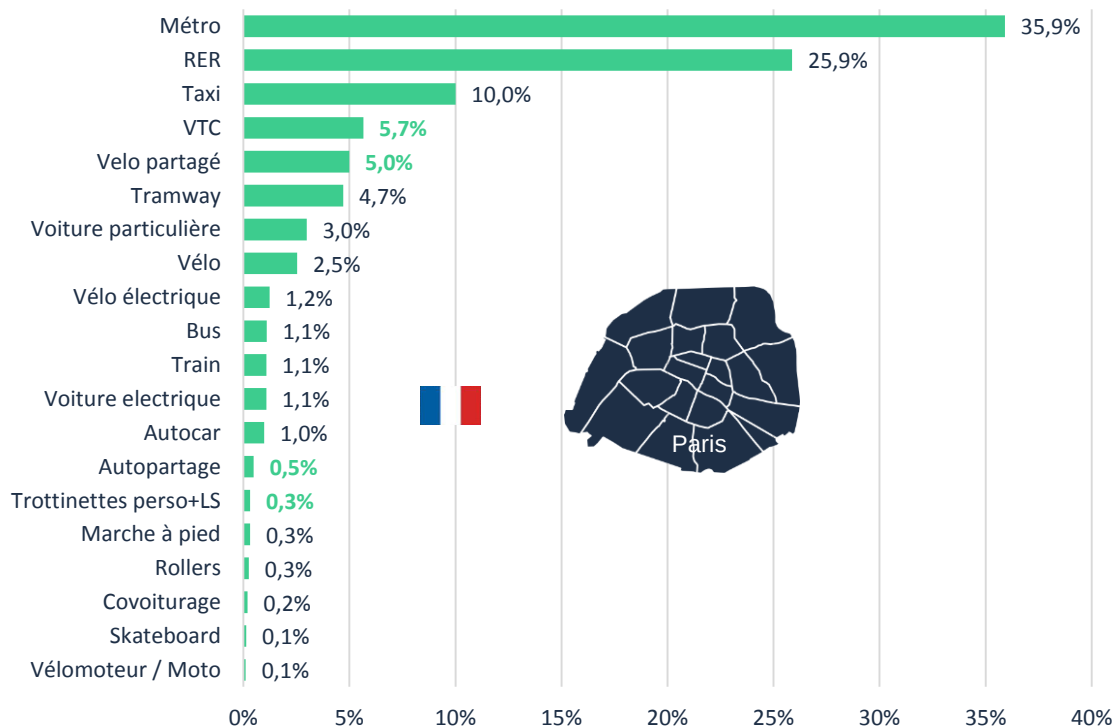
De quels moyens de transport parle-t-on le plus ? 2/4

En France, dans les grandes villes, le classement des moyens de transports les plus discutés est différent.

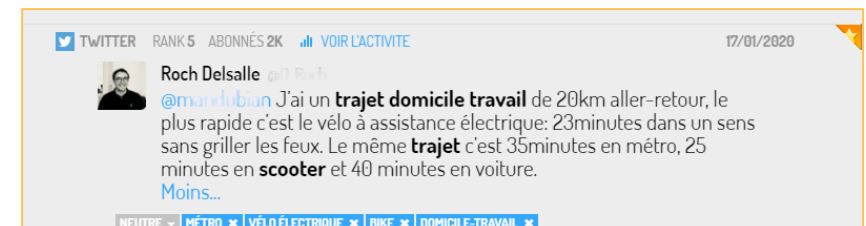
En effet, certains types d'offres sont propres aux grandes zones urbaines comme les VTC, les vélos partagés, l'auto partage.

Ainsi, si l'on centre maintenant l'analyse des **conversations uniquement sur la ville de Paris**, certains différences sont notables :

Les parisiens parlent moins de la voiture particulière pour leur trajets (moins 2 places par rapport aux conversations sur toute la France), moins des autocars (moins 6), moins de covoiturage (moins 2) mais davantage des **VTC (+2)**, des **vélos partagés (+3)**, de **l'autopartage (+6)**, des **trottinettes (+3)**.



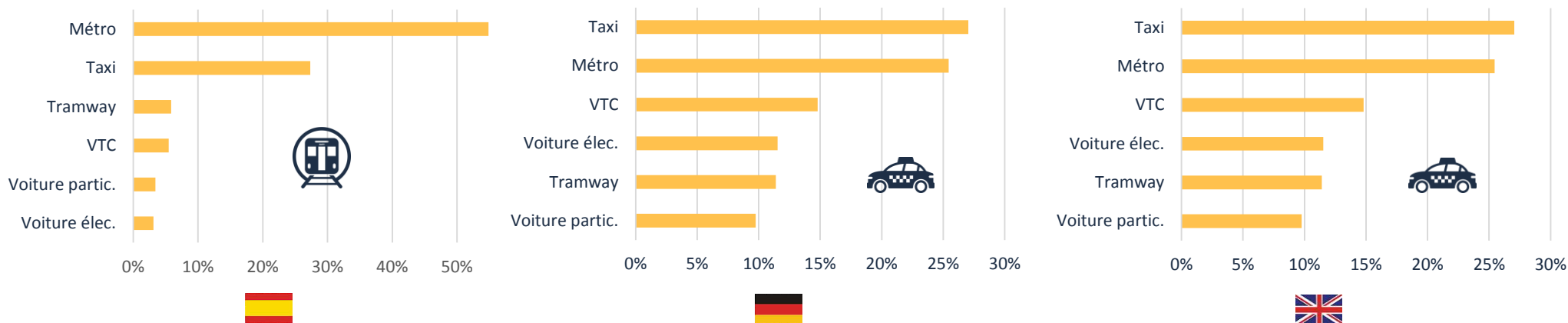
↑ Le top 20 des moyens de transports les plus citées à propos de leurs trajets par les internautes parisiens sur les médias sociaux



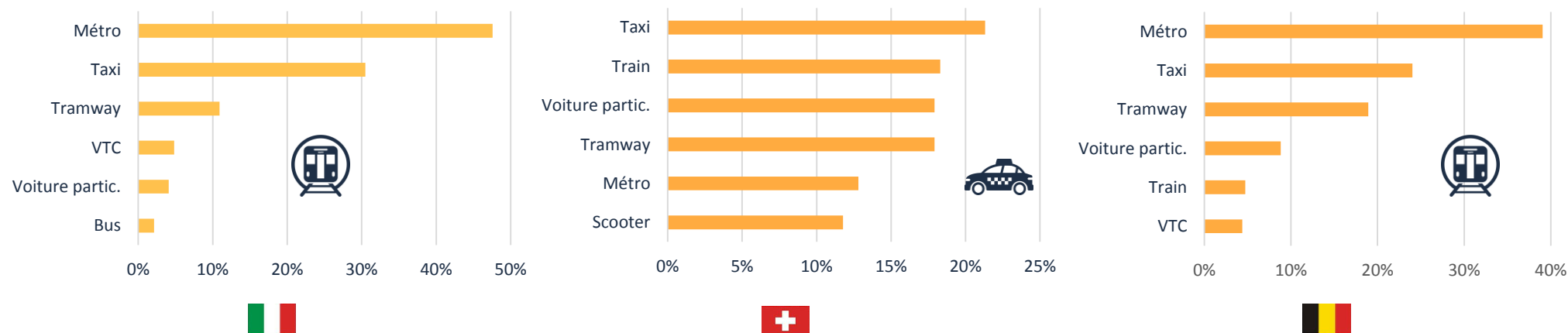


De quels moyens de transport parle-t-on le plus ? 3/4

Dans les autres pays d'Europe :



↑↓ Le top 6 des moyens de transports les plus cités à propos de leurs trajets par les internautes espagnols (en castillan et catalan), allemands, belges, suisses, britanniques et italiens

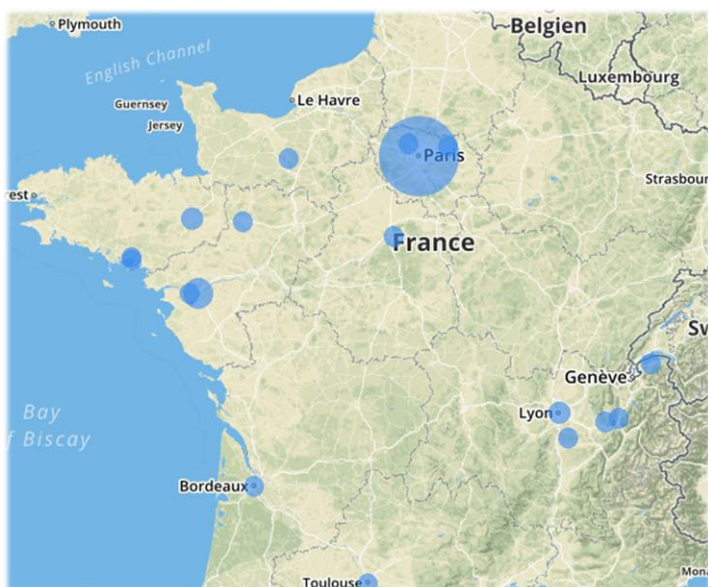




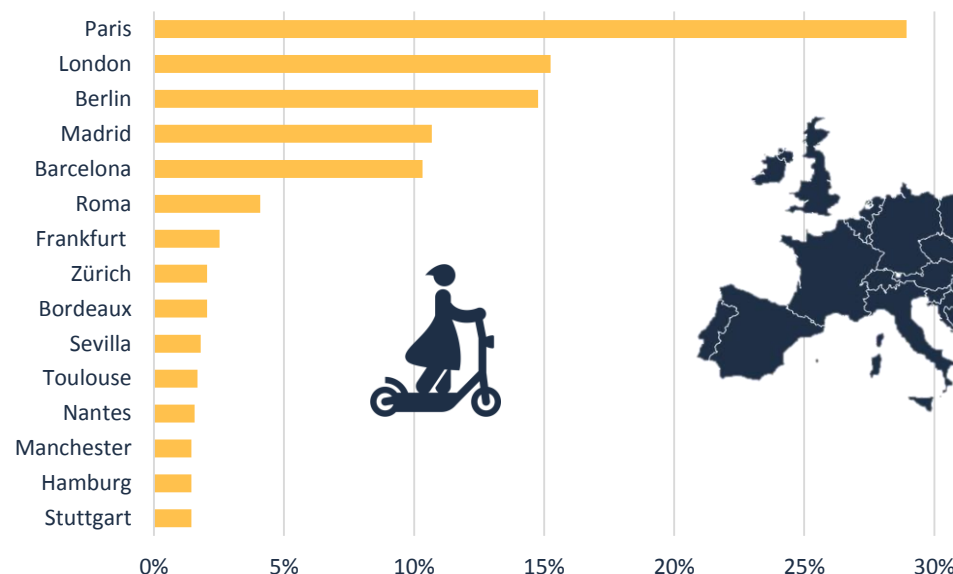
De quels moyens de transport parle-t-on le plus ? 4/4

Les trottinettes : un moyen de transport des grandes aires urbaines avant tout

3% des français utilisent les trottinettes de manière occasionnelle et 0,4% en mode principal (1). Dès 2018, les ventes de trottinettes électriques ont progressé de 129 % (2). Mais les trottinettes personnelles ou en libre-service (free floating) sont logiquement des sujets de conversations localisés dans les grandes villes françaises et européennes puisque ce moyen de transport est surtout adapté à des trajets courts en zone urbaine. Ainsi, en France, ces conversations sont essentiellement localisées dans les villes offrant un service de free floating comme **Paris** et dans une moindre mesure **Lyon, Marseille, Nantes, Toulouse, Bordeaux**.



↑ Les villes qui concentrent l'essentiel des conversations sur les trajets à trottinettes par les internautes sur les médias sociaux en France (en % des mentions)



↑ Le top 15 des villes européennes les plus citées à propos des trajets à trottinettes par les internautes sur les médias sociaux

Au niveau européen, sur les 6 pays étudiés en plus de la France (Suisse, Italie, Allemagne, Espagne, Royaume-Uni et Belgique), ce sont aussi les grandes villes qui rassemblent d'abord les conversations sur ce mode de transports sur les médias sociaux.

Les villes les plus mentionnées par les internautes ne proposent pas forcément de services de trottinettes en free floating. Certains internautes évoquent ainsi leurs trajets avec leur trottinette personnelle ou leur souhait de trouver ou de bénéficier de davantage d'offres de trottinettes en libre-service dans leurs villes.

(1) Baromètre des mobilités du quotidien 1er édition - 2019 ObsOco C:ronos
(2) Baromètre marché de la mobilité 2018 - FP2M/Smart Mobility Lab

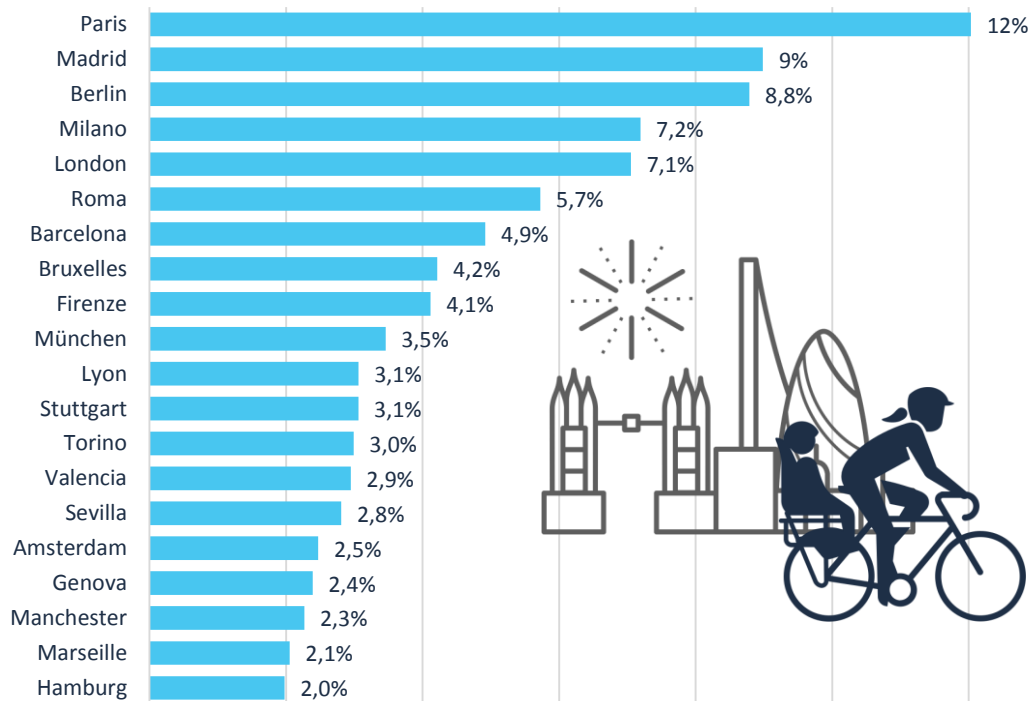


Le match des villes en France et en Europe pour les nouvelles mobilités



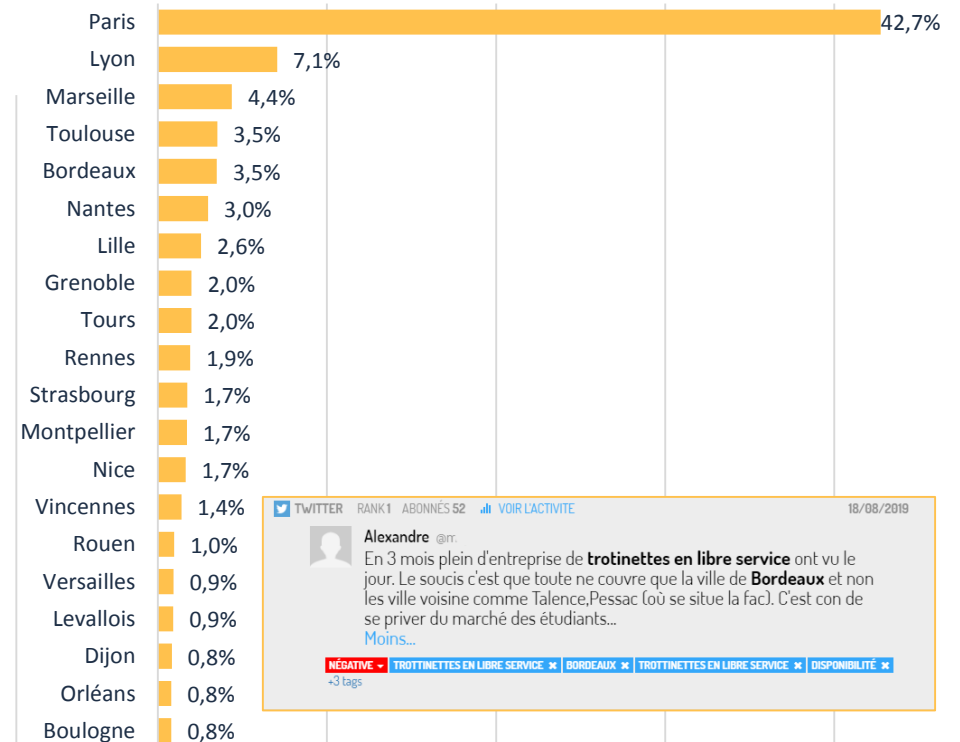
Quelles sont les villes les plus citées en **Europe** lorsque les internautes, sur les médias sociaux, parlent des modes de transports propres aux **"nouvelles mobilités" et micro-mobilités (vélo, vélo partagé, scooter électrique, auto partage, voiture électrique, trottinette, gyropode, gyroroue, hoverboard) ?**

C'est à **Paris, puis Madrid et Berlin** que l'on parle davantage de ces moyens de transports. Avec toutefois des disparités assez marquées selon le mode de transport : Ainsi, Paris capte 69% des conversations sur le vélo partagé, compte tenu notamment des commentaires sur le nouveau prestataire des Vélib'. Amsterdam regroupe 30% des mentions pour le vélo classique et le vélo électrique et Hamburg 22% pour les trottinettes en libre-service.



↑ Les villes les plus citées lorsque l'on évoque les modes de transport de type nouvelles mobilités (en nombre de mentions). Top 20.

En France métropolitaine, les villes les plus citées lorsque les internautes évoquent ces nouvelles mobilités sont **Paris, Lyon, Marseille**. Ce sont donc, sans réelle surprise, les villes les plus peuplées qui offrent la plus grande diversité de service en terme de mobilités douces et alternatives qui sont les plus mentionnées. Si Paris est la ville la plus associée à la plupart de ces modes de transports, on note que Bordeaux et Toulouse sont fortement associés aux trottinettes en libre-service, les voitures électriques à Marseille, Lyon et Grenoble.



↑ Les villes de France métropolitaine les plus citées lorsque l'on évoque les modes de transport de type nouvelles mobilités (en nombre de mentions). Top 20.

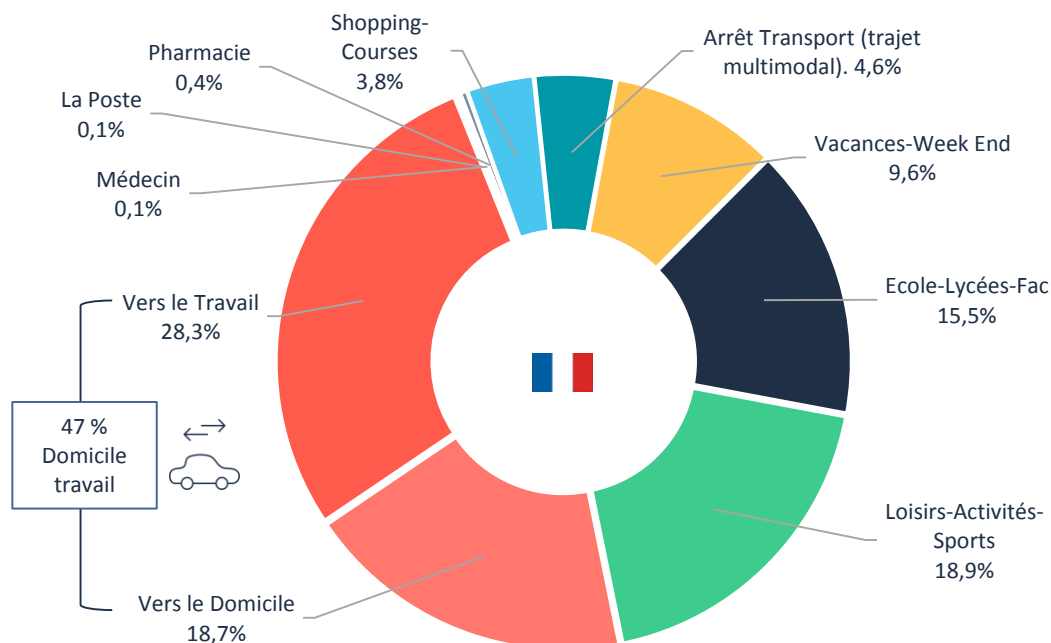


De quels types de voyages et trajets parle-t-on le plus ? 1/2



En France, les internautes et socionauts évoquent différents types de trajets lorsqu'ils parlent de mobilités et de transports.

Sur la période étudiée, ils parlent d'abord à **47% de leurs trajets domicile-travail** puis à presque 19% des voyages vers/de leurs lieux de loisirs et activités. En 3^{ème} position, on trouve les trajets vers les lieux d'étude (15%) précédant l'évocation des lieux de vacances et de week-end. A noter que près de 5% des messages concernent les trajets multimodaux à savoir les connexions avec d'autres modes de transports (vélo-bus, trottinette-train,...).



↑ Les types de trajets évoqués par les internautes sur le web social et les réseaux sociaux (en nombre de mentions).

TWITTER RANK 5 ABONNÉS 2K VOIR L'ACTIVITE 17/01/2020

Roch Delsalle @RochDelsalle

J'ai un **trajet domicile travail** de 20km aller-retour, le plus rapide c'est le vélo à assistance électrique: 23minutes dans un sens sans griller les feux. Le même **trajet** c'est 35minutes en métro, 25 minutes en **scooter** et 40 minutes en voiture.

Moins...

NEUTRE MÉTRO VÉLO ÉLECTRIQUE BIKE DOMICILE-TRAVAIL

TWITTER RANK 4 ABONNÉS 753 INTERACTIONS 9 VOIR L'ACTIVITE 18/07/2019

Julie @JulieArloin

Quel privilège de pouvoir partir à 57 de la maison pour arriver à pied à la **pharmacie** à 59

POSITIVE TYPE VOYAGE ET MOYEN PHARMACIE

TWITTER RANK 5 ABONNÉS 2K INTERACTIONS 2 VOIR L'ACTIVITE 19/11/2019

Khant @ca

Bonjour @TaMVoyages, Je suis montée dans le bus ligne 7 à l'**arrêt** Pous de la Sers à 13h49 puis j'ai pris le tram ligne 3 à Gare St Roch ensuite le tram ligne 1 à Port Marianne. Une fois descendue à Place de France, la navette est partie à vide. Il a fallu attendre 5min de trop...

twitter.com/TaMVoyages/status/... ..

Moins...

NEUTRE TYPE VOYAGE ET MOYEN BUS TRAMWAY COLLECTIF ARRÊT TRANSPORT TRAMWAY

TWITTER RANK 5 ABONNÉS 2K INTERACTIONS 2 VOIR L'ACTIVITE 29/01/2020

Night @R

D'ailleurs maintenant que j'ai un nouveau boulot, je vais pouvoir commencer à regarder si je change de salle ou non, mais où ? Vous me conseillez quoi comme salle de **sport** ? Secteur Paris ouest, RER A/ligne 8

POSITIVE LOISIRS PARTAGÉ RER DOMICILE TRAVAIL +1 tags

TWITTER RANK 5 ABONNÉS 889 VOIR L'ACTIVITE

BOO'S @PI

Mbon je vais commander bientôt mon heetch pour aller **chez le médecin**

NEUTRE VTC VTC MÉDECIN



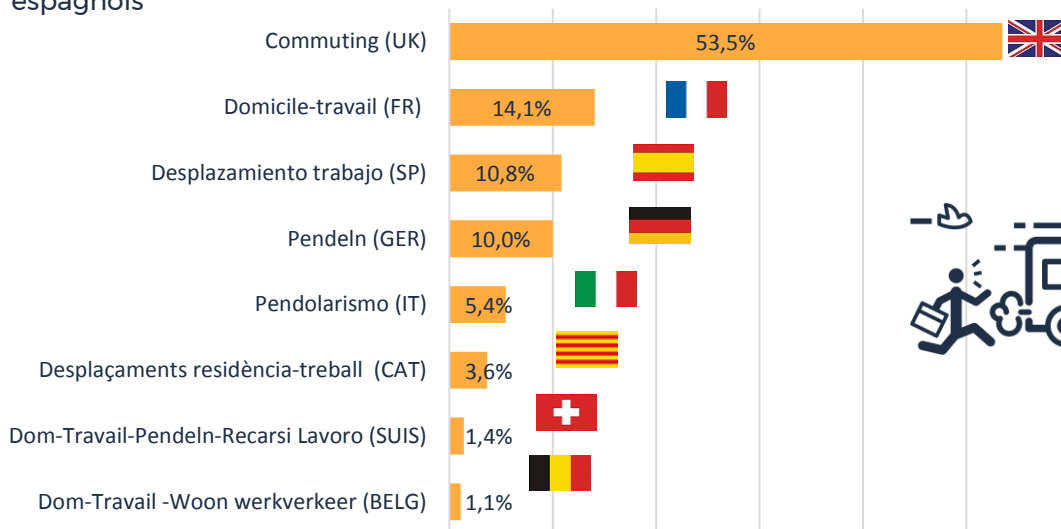
De quels types de voyages et trajets parle-t-on le plus ? 2/2



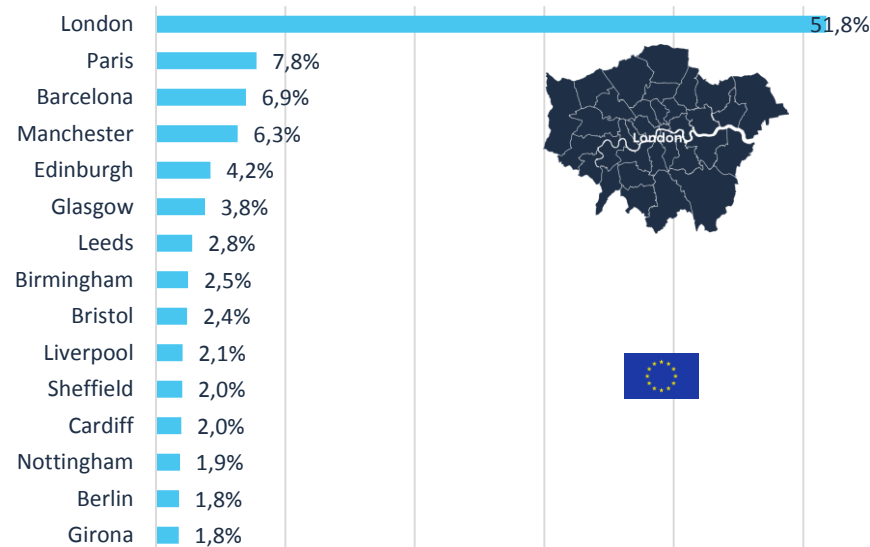
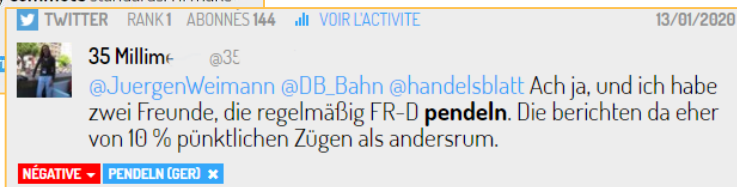
Le trajet domicile-travail bénéficie d'un nom dédié pour les "anglos saxons" : le "*commuting*", et "*pendeln*" pur les allemands.

C'est un terme largement employé pour évoquer les thèmes dédiés à cette "navette" entre la vie professionnelle et la vie privée.

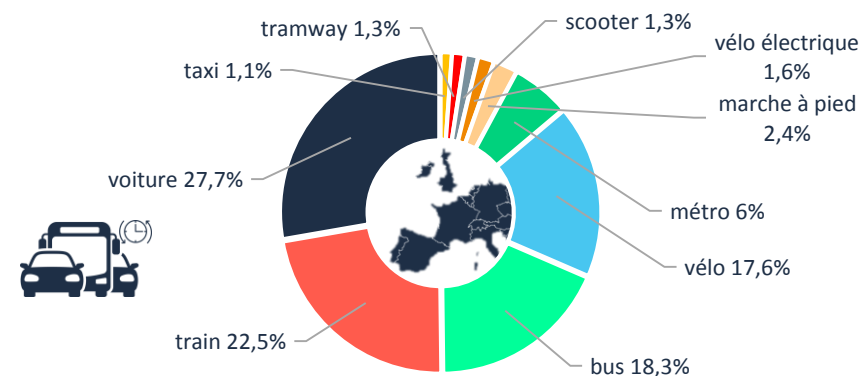
Le sujet du trajet domicile-travail est largement évoqué dans les 7 pays étudiés. C'est le terme de *commuting* qui est le plus employé, largement devant **tous les concepts** autour du trajet domicile-travail des français et des espagnols



↑ Les termes les plus employés autour du thème Trajet Domicile-Travail dans 7 pays d'Europe et une région autonome



On parle beaucoup des trajets **domicile-travail** dans les très **grandes** villes et les villes de banlieues. Ainsi, c'est la plus grande ville d'Europe en superficie qui accapare plus de la moitié des conversations sur le "commuting" : **Londres**. **C'est la voiture particulière puis le train (banlieue, RER et équivalents)** qui sont les moyens les plus évoqués dans ce contexte.





Le Top des Hashtags sur les mobilités

Lorsqu'ils évoquent **la mobilité** et les problématique de transports et déplacement, quels sont les **hashtags** majoritairement employés par les internautes ?

Sur **Twitter**, canal de prédilection du témoignage, de la plainte et du retour d'expérience instantané, on évoque, côté thématique, la RATP, les grèves (*), la SNCF ainsi que les problématiques liées à l'environnement. On parle aussi de harcèlement. C'est donc un canal idéal pour prendre le pouls d'une population d'utilisateurs/clients des transports. Sur **Instagram**, et dans une moindre mesure sur Facebook, on est dans la démonstration et la valorisation de soi par l'image : Ce sont donc les mobilités douces qui priment, plus adaptées à la photo et à la mise en scène de l'environnement.

En France

Les Hashtags thématiques par volume décroissant sur Twitter	Les Hashtags de mode de transport sur Twitter	Les Top Hashtags sur Instagram	Les Top Hashtags sur Facebook
#ratp #greves (*) #mobilités #sncf #transports #harcèlement #chauffeur #pollution #environnement	#velo #voiture #metro #vtc #taxi #Uber #RER #trotinettes #VTT #Velib #tramway #solutionVelo #bus	#bike #cycling #sport #bikelife #VTT #nature #bicyclette #taxi #voyages #trotinette #picoftheday #instatcycling #uber	#velo #nature #VTT #roller #mobilité #trotinette #securiteroutiere #VAE #Taxi #Transports #veloelectrique #moto #voyage

(*) La période de cette étude (mai-février) englobe les grèves de transports de décembre 2019 et janvier 2020



Dans les autres pays européens

Les Hashtags thématiques par volume décroissant en Europe (Royaume-Uni, Espagne, Allemagne, Italie, Belgique, Suisse)	
Top 3 des hashtags en :	#taxi #uber #elektroauto #vtc #velo #commute #cycling #metro #cab #auto #bike #carsharing #roller #underground
Espagne	#taxi #Uber #VTC
Allemagne	#elektroauto #auto #Fahrrad
Royaume-Uni	#taxi #Uber #commute
Italie	#taxi #metro #Uber
Suisse	#velo #elektroauto #uber
Belgique	#velo #taxi #uber

Qui sont les acteurs de
la **mobilité** les plus
discutés ?



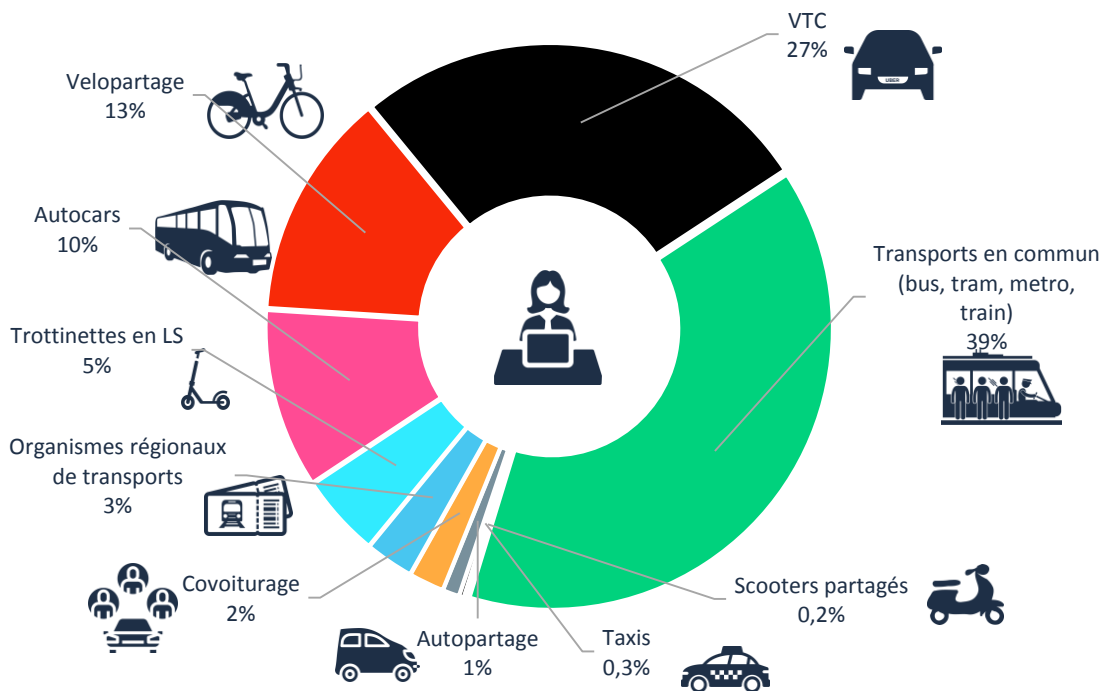


Qui sont les acteurs de la mobilité dont-on parle le plus en France ?

Les types de transport

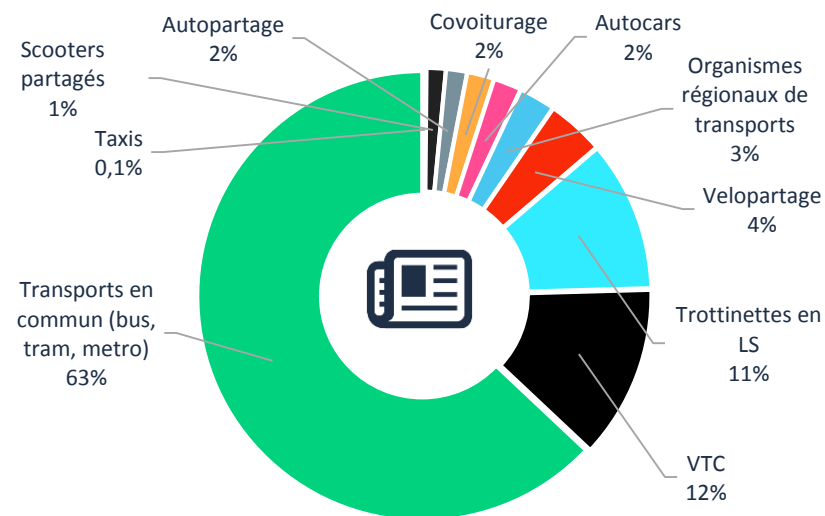
Lorsqu'ils évoquent **la mobilité** et leurs déplacements, quels sont les **types d'acteurs** évoqués par les internautes et les médias ?

Internautes : Sur les espaces de discussions et les réseaux sociaux, les internautes parlent d'abord des entreprises de transports en commun (RATP, SNCF, Keolis, Transdev), puis des acteurs des VTC (Uber, Allocab..), devant les opérateurs de vélos partagés sur bornes ou en free floating (Vélib", Jump) et les autocars (Flixbus, Ouibus). Les opérateurs de trottinettes en libre-service sont cités en 5^{ème} position. A noter en 6^{ème} place, les organismes régionaux de transport (syndicats et autorités régulatrices de transports comme Ile-de-France Mobilités ou Sytral pour le Rhône), parfaitement identifiés par les internautes.



↑ Les types d'acteurs les plus cités par les **internautes** lorsqu'ils évoquent les mobilités et déplacement en France (en nombre de mentions).

Médias : Dans leurs articles, les médias citent les acteurs de la mobilité selon une hiérarchie un peu différente de celle de l'internaute "ordinaire". En effet, si les opérateurs de transports en communs et les VTC occupent les 1^{ères} et 2^{èmes} places, les trottinettes en libre-service occupent la 3^{ème} place. Ce mode de transport, souvent à la mode, a fait l'objet de nombreux articles lors de ses lancements dans différentes villes mais aussi pour ses appels d'offres ou ses abandons de marchés. Ce type d'acteur est moins cité chez les internautes (11% contre 5%) car il ne concerne en effet, pour le moment, que les grandes agglomérations. Autre différence notable : les médias parlent 3 fois moins des acteurs de vélopartage que les internautes, souvent très critique envers le service parisien..



↑ Les types d'acteurs les plus cités par les **médias** lorsqu'ils évoquent les mobilités et déplacement en France (en nombre de mentions).



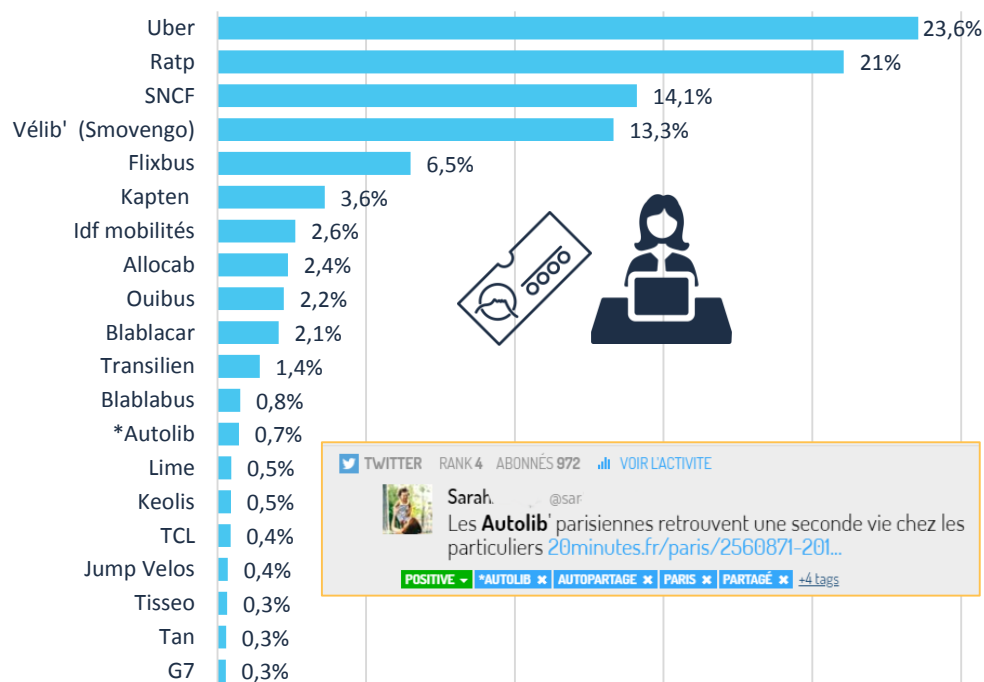
Qui sont les acteurs de la mobilité dont-on parle le plus en France ?

Le top des marques

Quelles sont les **marques et entreprises les plus citées** dans les conversations et articles consacrés aux déplacements et à la mobilité ?

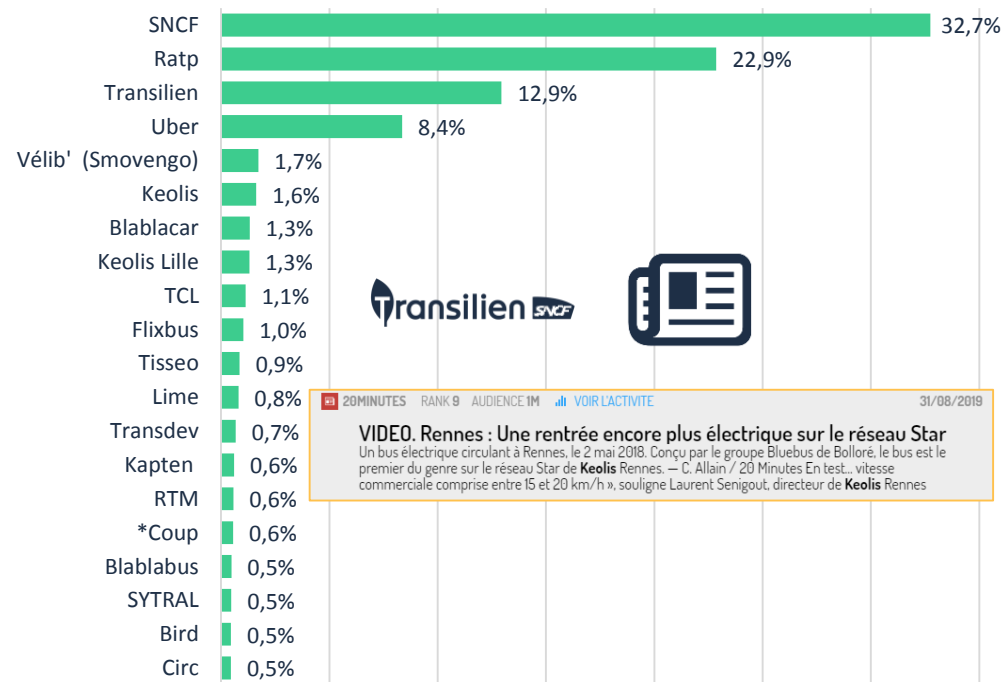
Internaute : ils évoquent d'abord, lorsqu'ils parlent de leurs déplacements sur les médias sociaux, l'opérateur privé de **VTC Uber**. Sa notoriété et ses parts de marché expliquent sa position qui en font d'ailleurs un nom commun pour désigner ce type de services en général..

RATP, SNCF et Vélib' viennent ensuite dans le classement. Les services d'autocars sont bien visibles puisque 3 marques sont présentes dans ce classement. Le 1^{er} opérateur de trottinettes cité est **Lime** en 14^{ème} position. La région parisienne pèse lourd dans les marques les plus citées puisque 5 acteurs opèrent spécifiquement dans cette zone : RATP, Vélib', Ile-de-France Mobilités, Transilien et G7.



↑ Les acteurs de la mobilité les plus cités par les **internaute** en France (en nombre de mentions). Top 20

Médias : ils citent d'abord dans leurs articles 3 poids lourds du transport public : la **SNCF, la RATP et Transilien**. Si la période de grèves de décembre-janvier 2020 influence ce classement en terme de poids, la hiérarchie n'est pas impactée puisque de mai à novembre 2019, le top 3 est inchangé. En 4^{ème} position se positionne le 1^{er} opérateur privé de ce classement, **Uber**, la marque de VTC loin devant son concurrent, **Kapten**. On trouve ensuite Vélib', le service de vélopartage puis des opérateurs de transports en commun et de covoiturage. La 1^{ère} marque de trottinettes est **Lime** en 12^{ème} place, avec un fort écart avec Bird et Circ à la fin de ce classement (racheté par Bird en janvier 2020). Ce top 20 reflète une grande diversité de modes de transports. (*) A noter que Coup, l'opérateur de scooter électrique a cessé ses activités à Paris en novembre 2019.



↑ Les acteurs de la mobilité les plus cités par les **médias** en France (en nombre de mentions). Top 20

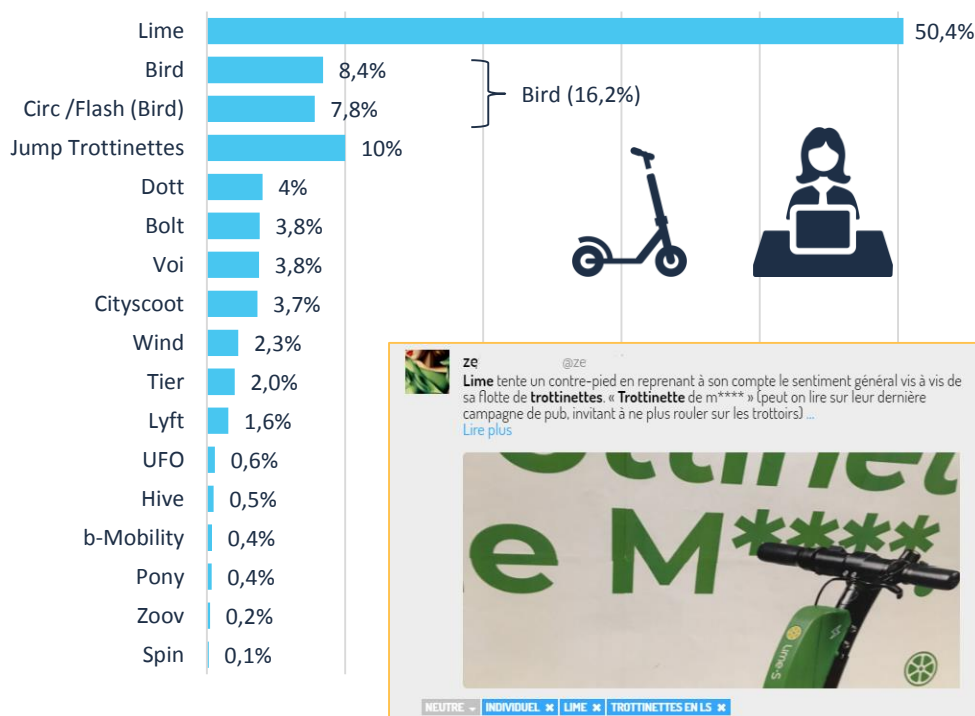


Qui sont les acteurs de la mobilité dont-on parle le plus ?

Les trottinettes

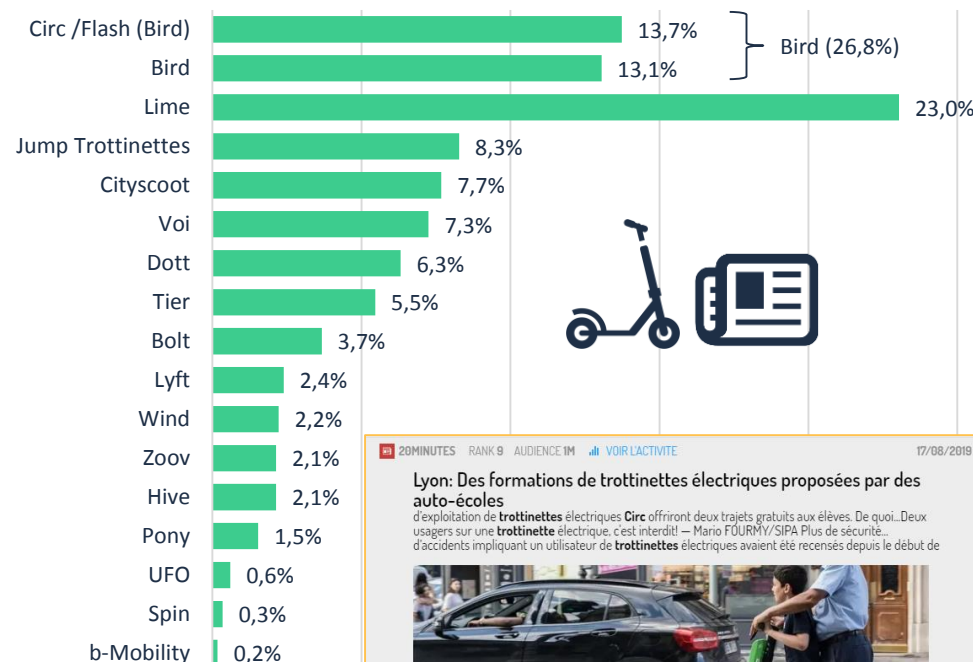
Quels sont les **acteurs des trottinettes en free floating** les plus cités par les internautes ? Lime, Bird et Jump dans le top 3.

C'est **Lime** qui est largement le plus cité par **les internautes**, représentant plus de 50% de parts de voix. Depuis le début de la période d'étude (mai 2019-février 2020), des acteurs ont disparus de certaines villes et le marché s'est consolidé via des rachats. Ainsi Bird a racheté Circ (ex.Flash), et représente donc 16,2% de parts de voix, le plaçant en 2^{ème} position devant les trottinettes de Jump, la filiale d'Uber. Par ailleurs, Wind, Tier, Hive, Bolt et Ufo ont arrêté leur service à Paris notamment.



↑ Les acteurs des trottinettes en free floating les plus cités par les **internautes** en France (en nombre de mentions).

Côté **médias**, **Lime** est également la marque la plus citée (23% de parts de voix) mais en termes d'entreprise, c'est **Bird** avec la marque Circ qui finalement représente au global le plus de visibilité (26,8%). Les trottinettes de Jump occupent ici aussi la 3^{ème} place. Le top 3 est donc identique aux acteurs cités par les internautes. Toutefois, les parts de voix sont plus équitablement distribuées entre 9 acteurs, là où pour les internautes, 4 entreprises seulement totalisent 80% de parts de voix.



↑ Les acteurs des trottinettes en free floating les plus cités par les **médias** en France (en nombre de mentions).

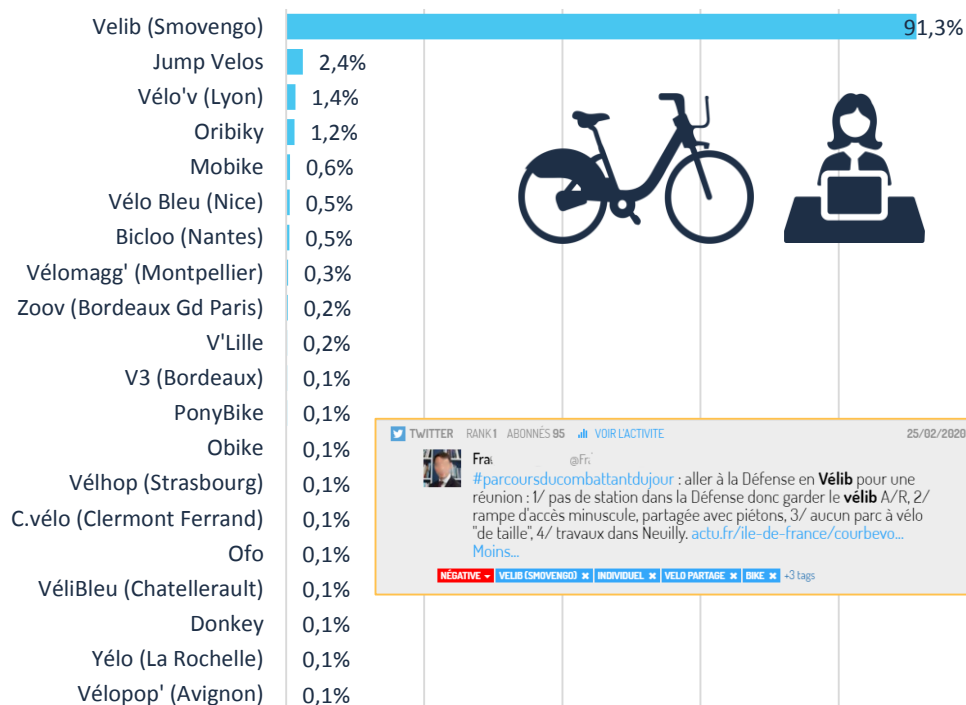


Qui sont les acteurs de la mobilité dont-on parle le plus ?

Les vélos partagés

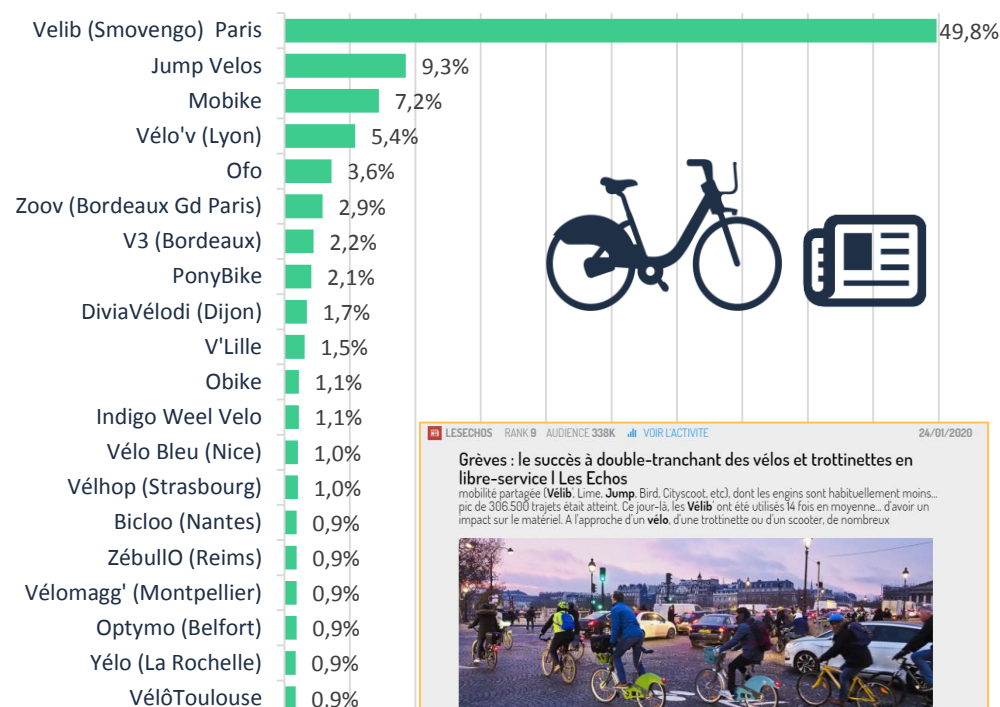
41% des urbains ont déjà emprunté un vélo en libre service (1). Quels sont les **acteurs des vélos partagés en free floating** ou en libre-service sur borne dont les internautes parlent le plus ? 2 types de services figurent dans les discussions : les vélos en libre-service gérés et/ou subventionnés par les collectivités locales (Vélib', Vélo'v) et les flottes des opérateurs privés (Jump, Oribiky, Mobike).

Chez les internautes, on parle à plus de 90% des Vélib' de Paris. Pourquoi un tel score ? Le passage de l'opérateur JC Decault à Smovengo a été laborieux, certains utilisateurs s'en plaignent encore. En outre, ce sujet a été souvent évoqué à l'occasion de la campagne des élections municipales.



↑ Les acteurs des vélos partagés les plus cités par les **internautes** en France (en nombre de mentions). Top 20

Chez les **médias**, le Vélib' parisien n'occupe pas tous les articles mais toutefois presque 50%. Les opérateurs évoqués concernent ensuite Jump, la filiale de Uber, Mobike qui opère à Paris et le service Vélo'v de Lyon. La période des grèves de décembre 2019-janvier 2020 a entraîné une multiplication des articles au sujet de ces offres de services de transport alternatifs pour les usagers urbains et péri-urbains.



↑ Les acteurs des vélos partagés les plus cités par les **médias** en France (en nombre de mentions). Top 20

(1) Observatoire LCL de la vie urbaine Harris Interactive

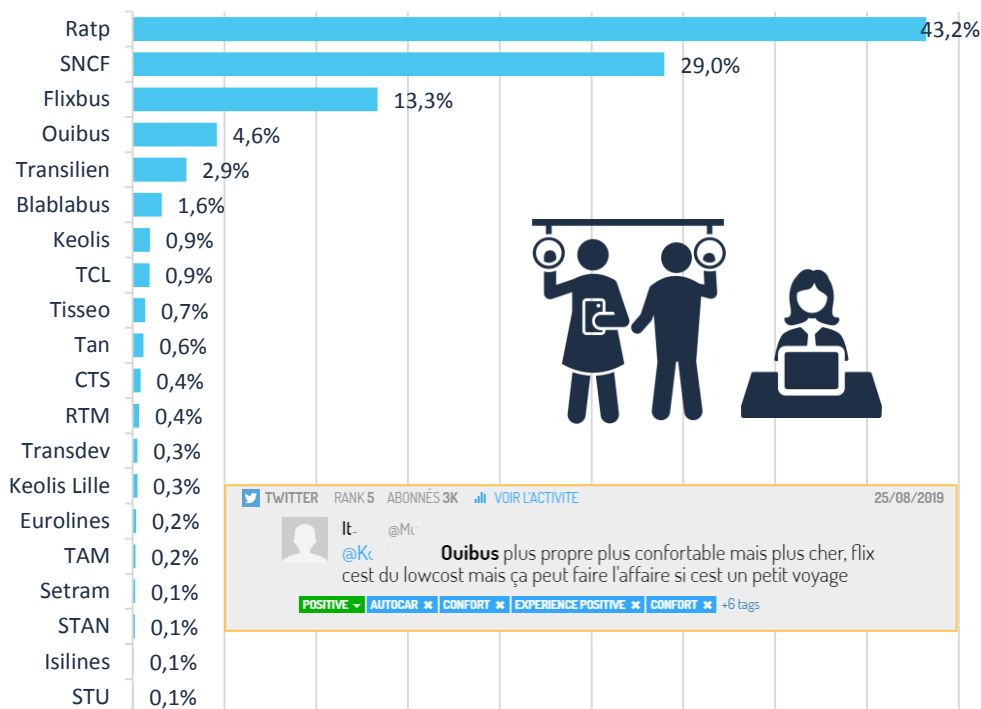


Qui sont les acteurs de la mobilité dont-on parle le plus ?

Les transports en commun

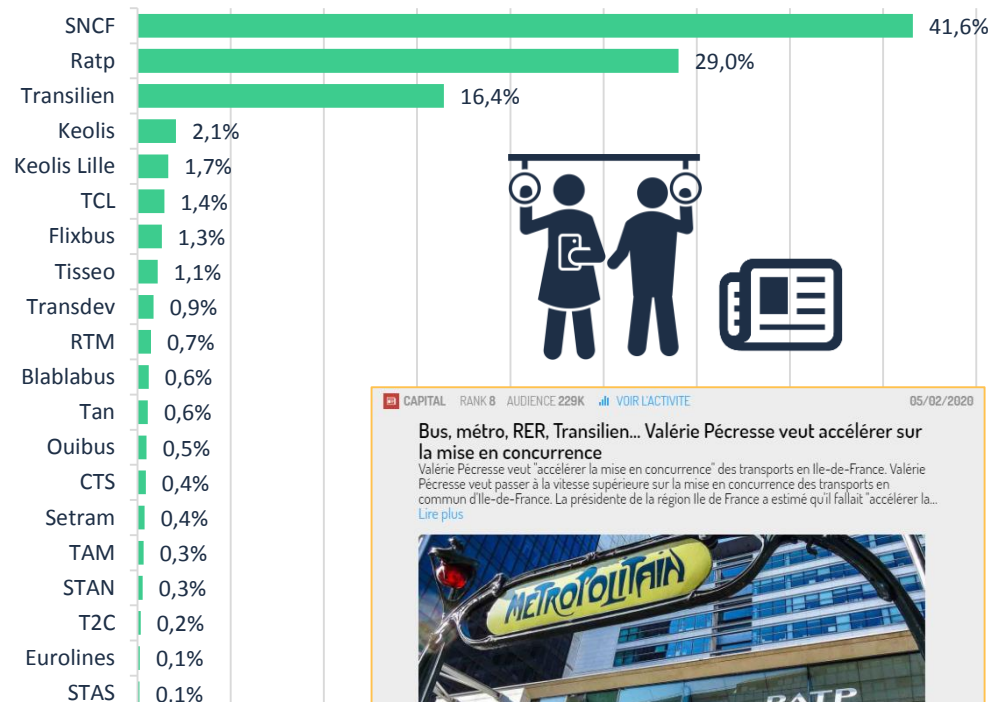
Examinons maintenant quels sont les **acteurs du transport en commun (métros, tramway, bus, autocar..)** qui sont les plus mentionnés.

Les internautes discutent d'abord, au cours de leurs conversations sur les transports et les déplacements de 2 gros opérateurs : **La RATP et la SNCF**. Mais dès la 3^{ème} position, ce sont les services d'autocars qui apparaissent : **Flixbus, Ouibus et Blablus** en 5^{ème} position. **Keolis**, la filiale de la SNCF qui opère dans de nombreuses régions en gestion de bus et tramway est présente à la 7^{ème} place en termes de mention devant la société de transport en commun de Lyon, TCL et celle de Toulouse, Tisseo.



↑ Les acteurs des transports en commun les plus cités par les **internautes** en France (en nombre de mentions). Top 20

Les **médias citent eux** aussi d'abord les grands opérateurs dans leurs articles (**SNCF, RATP, Transilien**) mais évoquent beaucoup moins les sociétés d'autocars que les internautes : Ouibus, Flixbus et Blablabus ne représentent ainsi que 2,4 % des acteurs cités dans les articles contre 19,5 % au sein des messages des internautes qui racontent leur expérience. Autre différence notable, la marque **Transilien** qui totalise 16,4% de parts de voix dans les médias contre seulement 2,9% chez les internautes. En effet, quand l'internaute évoque ses transports franciliens, il utilise bien davantage la marque SNCF associée à son nom de ligne.



↑ Les acteurs des transports en commun les plus cités par les **médias** en France (en nombre de mentions). Top 20

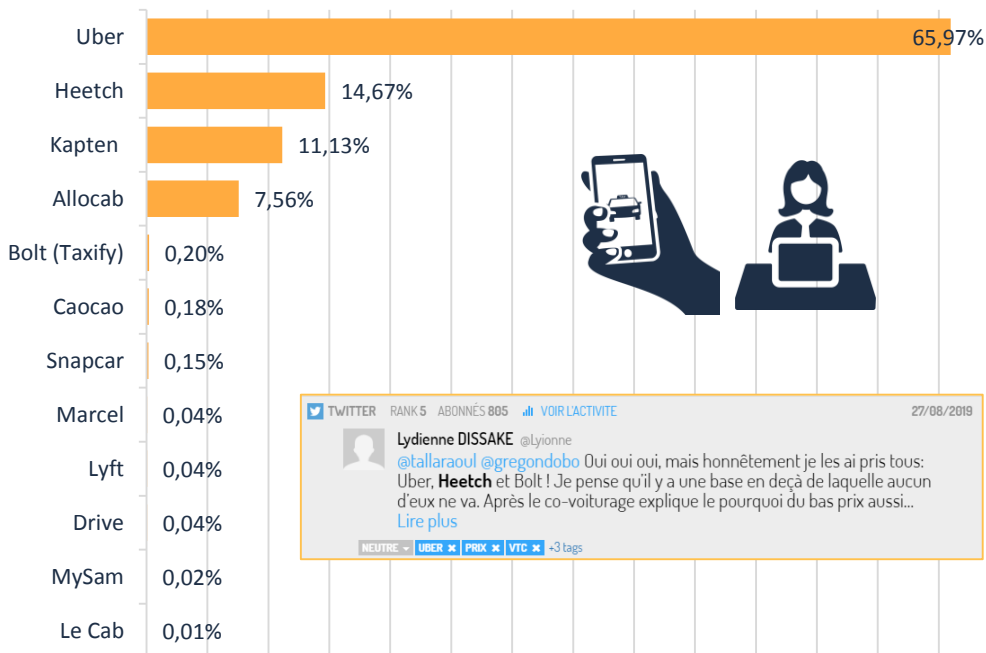


Qui sont les acteurs de la mobilité dont-on parle le plus ?

Les VTC

Quels sont les **acteurs des VTC les plus cités par les internautes sur les médias sociaux** ?

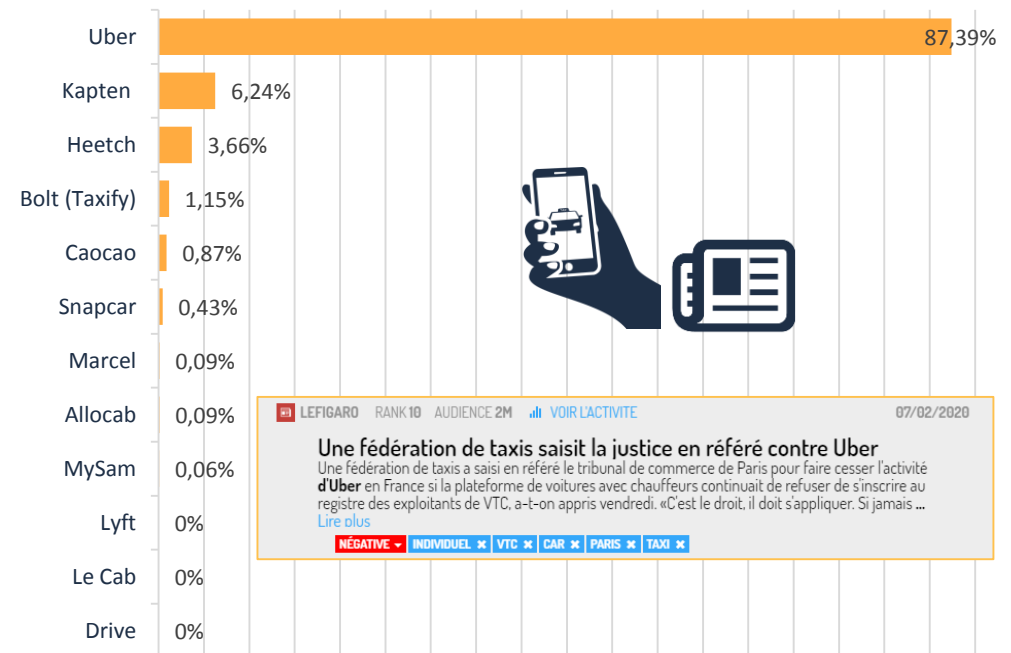
Sans réelle surprise, un acteur domine les conversations à propos des transports et des déplacements : **Uber** avec 66% de parts de voix. Leader du secteur en France, son nom est de plus devenu synonyme de VTC et peut donc désigner...des concurrents. Viennent ensuite loin derrière les concurrents avec des parts de voix moins volumineuses : **Heetch** (14,7%), **Kapten** (ex. Chauffeur Privé) avec 11,1% et **Allocab** (7,6%). Tous les autres opérateurs se tiennent dans un mouchoir de poche avec des parts de voix représentant chacune entre 0,001 et 0,2% des conversations.



↑ Les acteurs des VTC les plus cités par les **internautes** en France (en nombre de mentions). Top 20



Chez les **médias**, encore moins de diversité : le nombre d'acteurs cités dans les articles dans le cadre des problématiques de transports et de mobilités est moins élevé que dans les messages des internautes : On voit une archi-domination du leader **Uber** dans les articles avec près de 88% de parts de voix. De plus, Uber est cité dans 50% des articles consacré à sa filiale de vélo et trottinettes Jump. A noter que **Kapten** bénéficie de plus de citations presse (6,2%) que **Heetch** (3,6%), c'est l'inverse chez les internautes. Uber bénéficie dans la presse de son statut d'acteur de référence : même lorsqu'un article est consacré à un concurrent, Uber est généralement cité comme "mètre étalon" et symbole du secteur.



↑ Les acteurs des VTC les plus cités par les **médias** en France (en nombre de mentions). Top 20

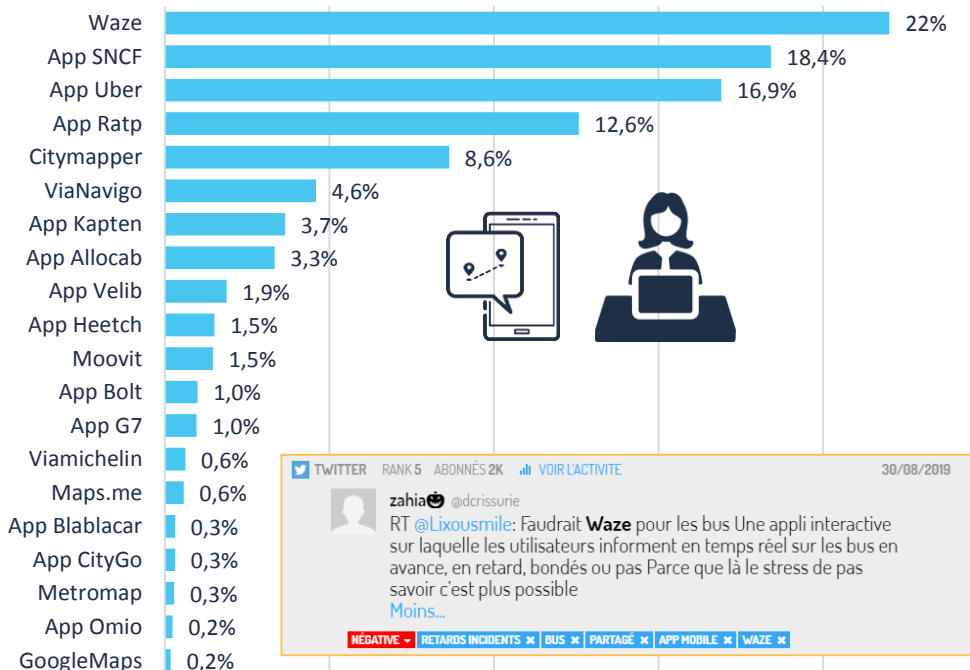


Quelles sont les applis de mobilité les plus citées ?



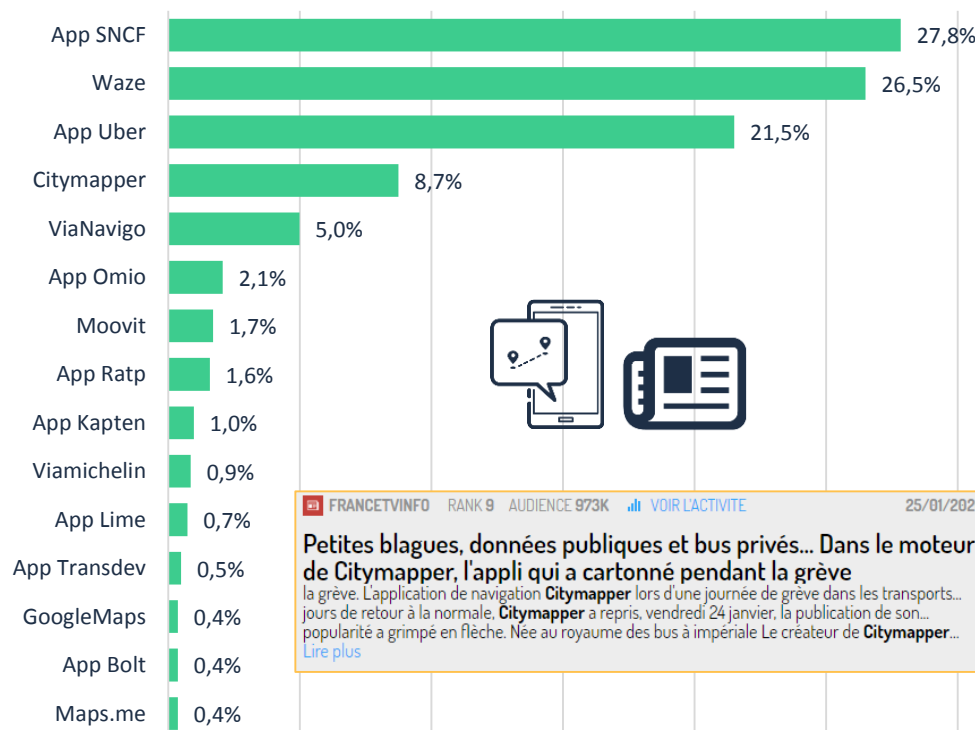
Les applications mobiles de transports sont devenues indispensables pour de très nombreux utilisateurs, à Paris comme en région : **40% des Français utilisent désormais de manière régulière une application de mobilité** pour se repérer ou calculer un itinéraire (baromètre Obscoco).

Les internautes : sur les médias sociaux et les espaces de discussions, 2 applications représentent presque 50% des applis mobiles citées : **Waze et SNCF**. Waze bénéficie d'une très forte notoriété et réussit donc à être davantage citée que l'app SNCF. En effet la marque de Google avec 22% de parts de voix de ce top 20 est largement utilisée par les jeunes conducteurs. En 3^{ème} position, on retrouve logiquement l'app. **Uber**, 1^{ère} marque de mobilité citée par les internautes (page précédente)



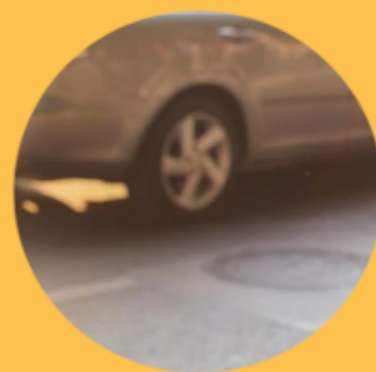
↑ Les applications de mobilité les plus citées par les **internautes** en France (en nombre de mentions). Top 20.

Les médias : la diversité des applications citées est moins importante que pour les utilisateurs internautes. Nous nous sommes donc limité à un top 15. **SNCF et Waze** dominent également dans ce classement mais dans des proportions encore plus importantes que pour les internautes "ordinaires". Ainsi SNCF se positionne en 1^{er} avec près de 28% de parts de voix devant Waze avec 26,5%. Il faut dire que le nom "Waze", à l'instar d'Uber, est entré dans le langage courant pour désigner de nouveaux services de navigation en développement. Ex: "*Geovelo: le Waze du vélo*". L'app. **CityMapper**, déjà très utilisée, a été plébiscitée pendant les grèves de transports de décembre-janvier, ce qui la pousse en 4^{ème} position.



↑ Les applications de mobilité les plus citées par les **médias** en France (en nombre de mentions). Top 15

Les grands thèmes de conversations sur la **mobilité**

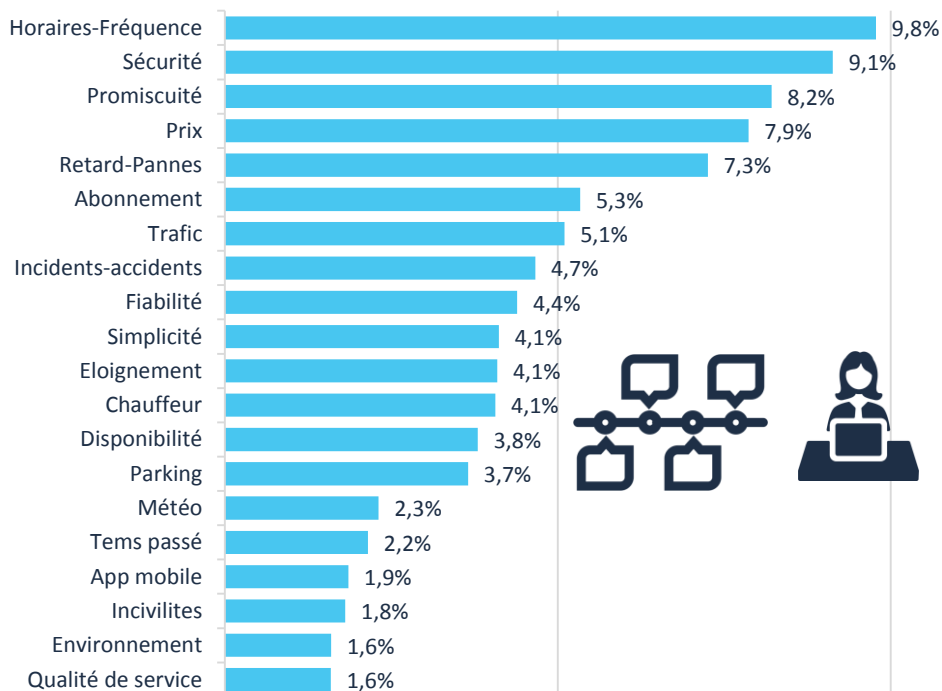




Quels sont les thèmes de la mobilité les plus abordés par les internautes ?



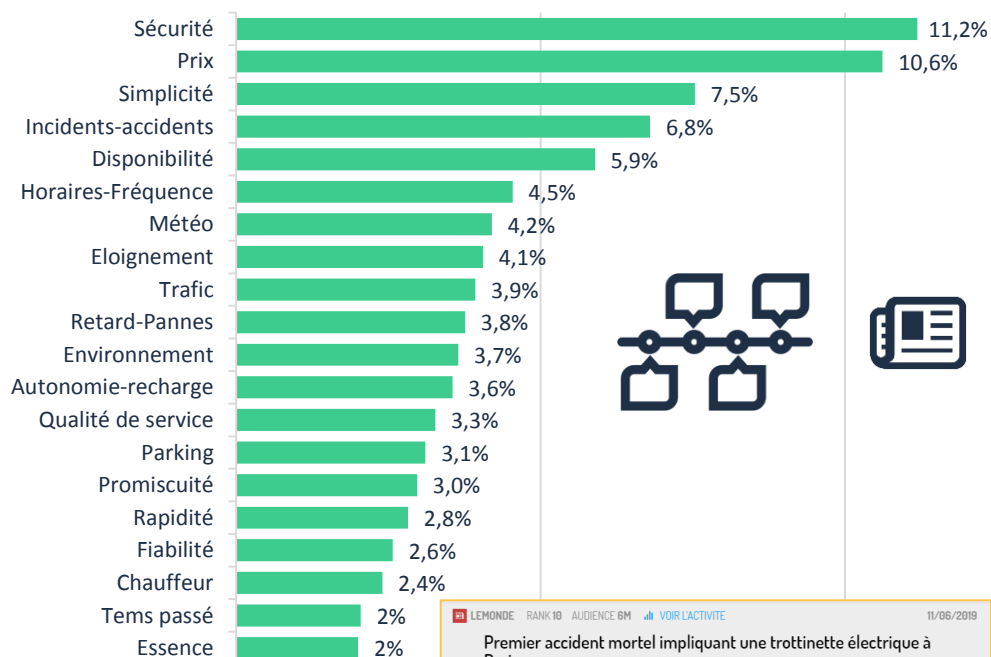
Les thèmes liés aux transports et aux déplacements sont nombreux. Sur les réseaux sociaux et les espaces de discussions du web, **les internautes** évoquent des sujets dans des proportions assez équilibrées sans qu'aucun des thèmes ne dominent nettement. Ils parlent d'abord des horaires des transports en commun et de leur fréquence (9,8%). En 2^{ème} place (9%), les internautes partagent souvent des messages sur les problèmes de sécurité concernant la cohabitation piétons, vélos, trottinettes dans les zones urbaines. Les problèmes de promiscuité des transports en commun se positionnent dès la 3^{ème} place (8%).



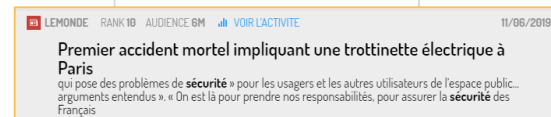
↑ Les sujets les plus discutés concernant les transports et les déplacements par les **internautes** en France (en nombre de mentions). Top 20

Les **médias** de leur côté, traitent des problèmes **de sécurité** : le fort volume d'articles liés aux nouvelles mobilités (vélos, trottinettes) met souvent l'accent sur les aspects sécuritaires des engins potentiellement utilisés au milieu des piétons et des voitures.

Second sujet : **les prix des transports**. La période électorale a fortement impacté le nombre d'articles évoquant le prix des offres de transports et des abonnements dans certaines villes. Le coût des prestataires de services de type vélo partage et trottinettes en free floating est lui aussi largement abordé. Par ailleurs, nombre d'articles évoquent **la facilité** d'utilisation, de comparaison, réservation et de gestions des transports via l'offre étendue d'applications de mobilité.



↑ Les sujets les plus traités concernant les transports et les déplacements par les **médias** en France (en nombre de mentions). Top 20



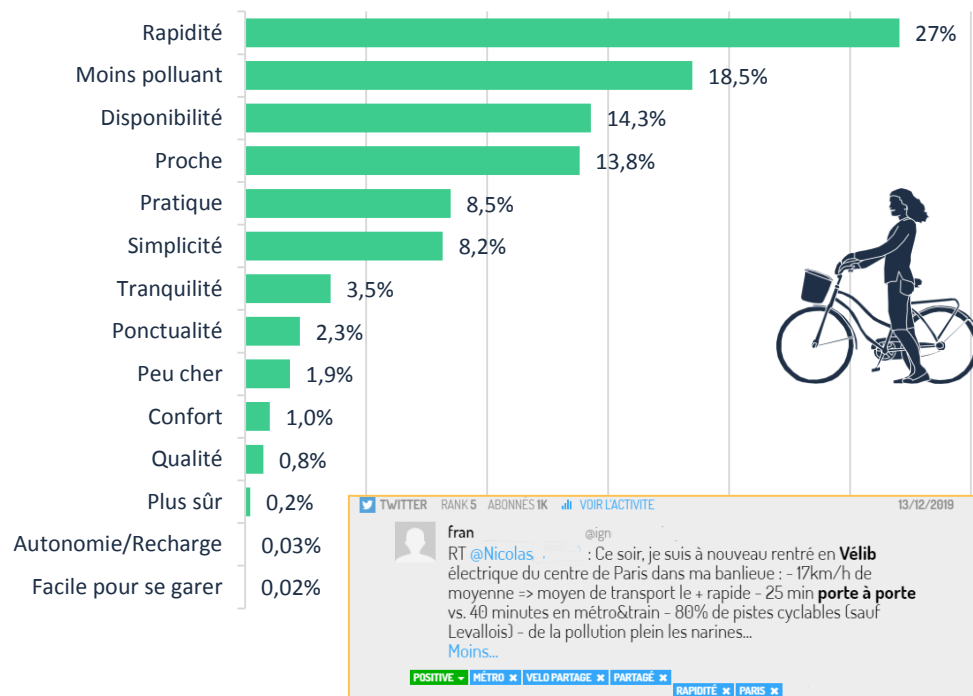


Quels sont les avantages perçus par les internautes selon leur transport ?



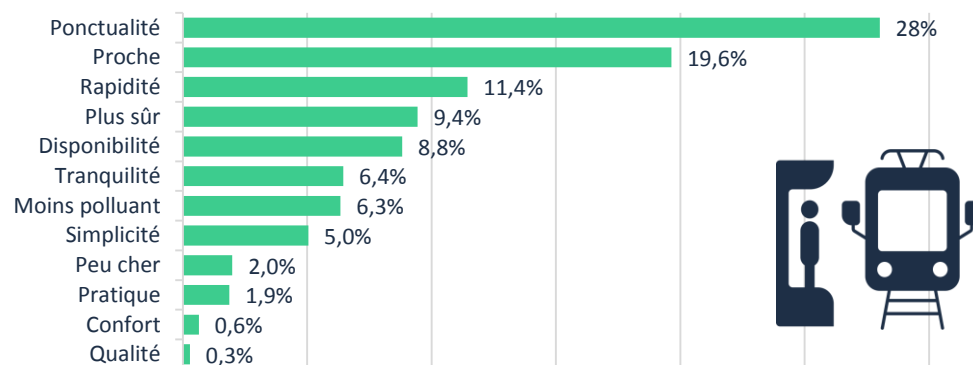
Pour les vélos, trottinettes personnelles ou en libre-service, hoverboards et gyropodes :

Les utilisateurs de ces modes de déplacement (plutôt urbains et péri-urbains), lorsqu'ils en parlent sur les médias sociaux, les considèrent d'abord comme **rapides** (tant pour le trajet que pour la mise en œuvre), **moins polluants et disponibles** (que cela soit en libre-service ou en free floating pour les vélos et trottinettes, hors période de grèves). Autre avantage mis en avant pour le libre-service, la **proximité**. Le côté **pratique** et la **simplicité** (réservation utilisation) est aussi mis en avant. A noter que les notions de prix bas, de confort, de qualité et de sécurité arrivent tout en bas du classement.

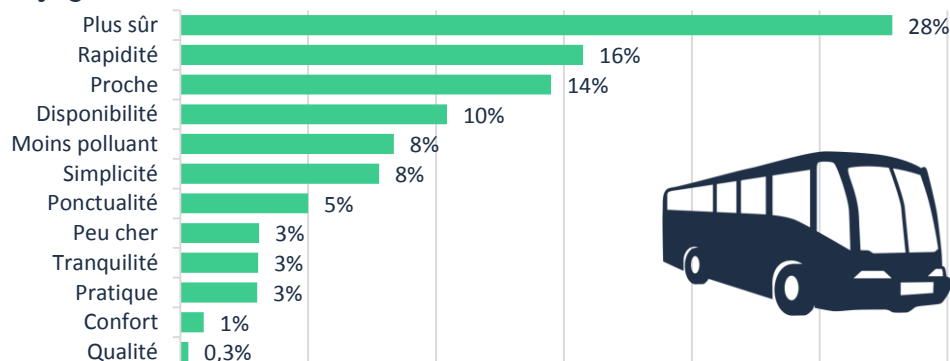


Pour le métro, RER et le tramway,

Ces modes de déplacement sont d'abord considérés comme ponctuels et **réguliers** (surtout pour le tram et le métro) : c'est le premier avantage perçu avec 30% de parts de voix, devant la **proximité** : les usagers de ces modes de transport bénéficient en effet de ces infrastructures proches de leur domicile et/ou de leur travail-lieu d'études. Ces modes sont considérés aussi comme **plus sûrs** (que les moyens de transport individuels type vélos ou trottinettes) et plus rapides (pour un long trajet).



Pour le bus et l'autocar : ils sont perçus avant tout comme **plus sûrs, rapides et proches**. La notion de ponctualité est logiquement peu mise en avant, ces véhicules dépendant de la densité du trafic et des voyageurs.



↑ Les avantages perçus par les internautes pour les trottinettes, vélos, hoverboard et gyropodes (en nombre de mentions). Pour les transports en commun →

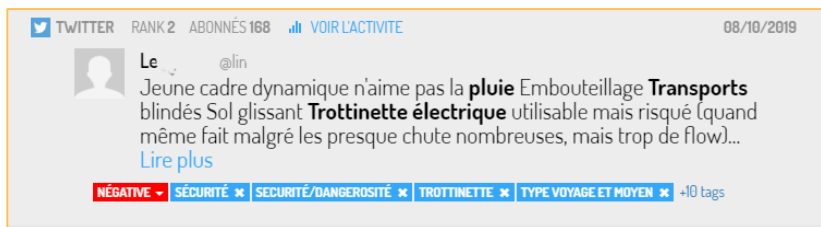
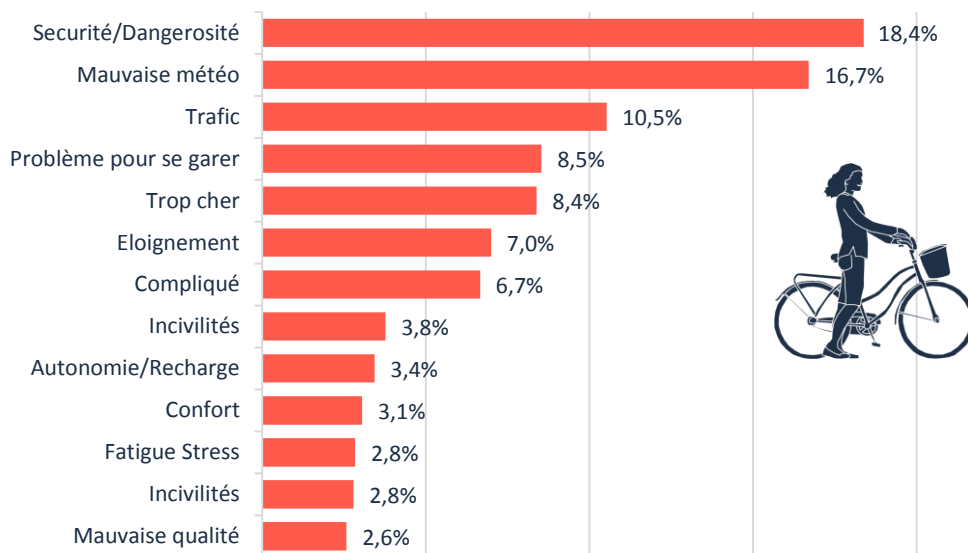


Quels sont les inconvénients perçus par les internautes selon leur transport ?



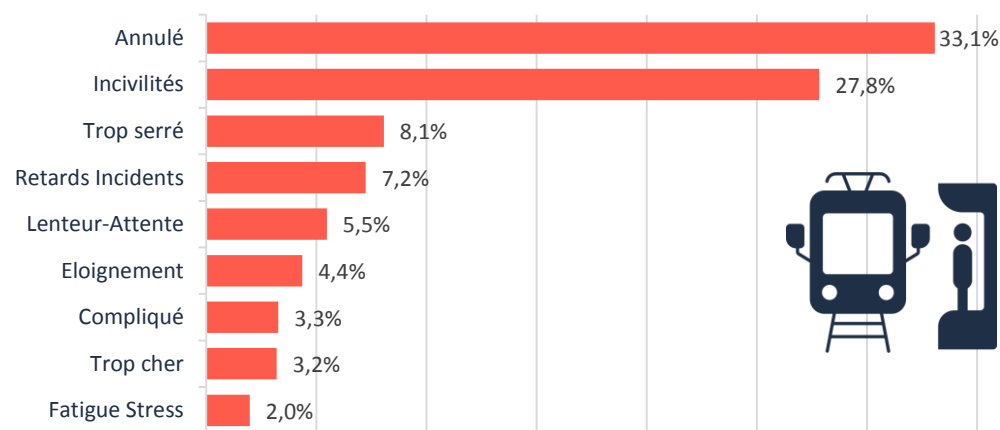
Pour les vélos, et trottinettes personnelles et en libre service, hoverboard et gyropodes :

Les utilisateurs de ces engins pointent d'abord la **moindre sécurité** par rapport aux transports en communs (pour 18%) et les inconvénients liés à une **mauvaise météo** (17%) et au **trafic** (10%). A noter que la problématique du prix est aussi régulièrement abordée, que ce soit pour les engins personnels ou en location.

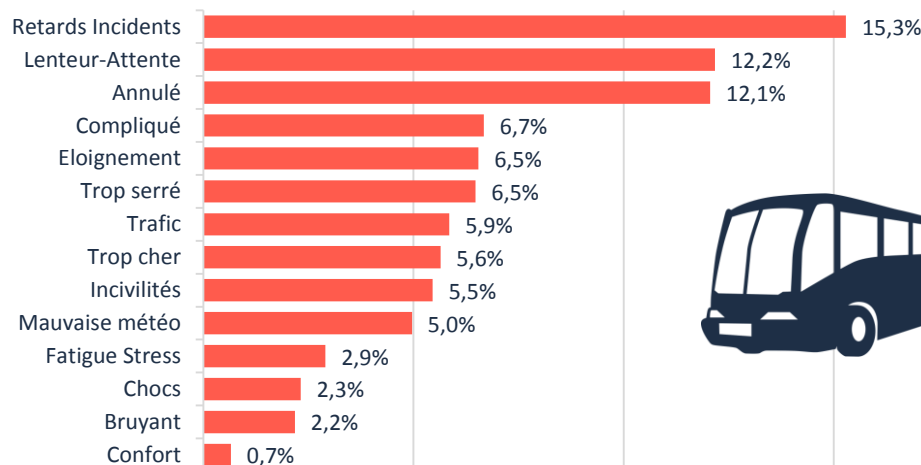


↑ Les inconvénients perçus par les internautes pour les trottinettes, vélos, hoverboard et gyropodes (en nombre de mentions). Pour les transports en commun →

Pour le métro, RER et le tramway, les internautes évoquent d'abord les inconvénients liés aux annulations de train, puis aux incivilités.



Pour le bus et l'autocar : les internautes sont partagés : si dans les avantages, la rapidité est mise en avant, pour d'autres, ce mode de transport est trop lent. Ainsi, les **retards et incidents** (15%) la **lenteur** (12%) et les **annulations** sont les 3 inconvénients majeurs mis en exergue par les internautes dans leurs discussions sur les médias sociaux.





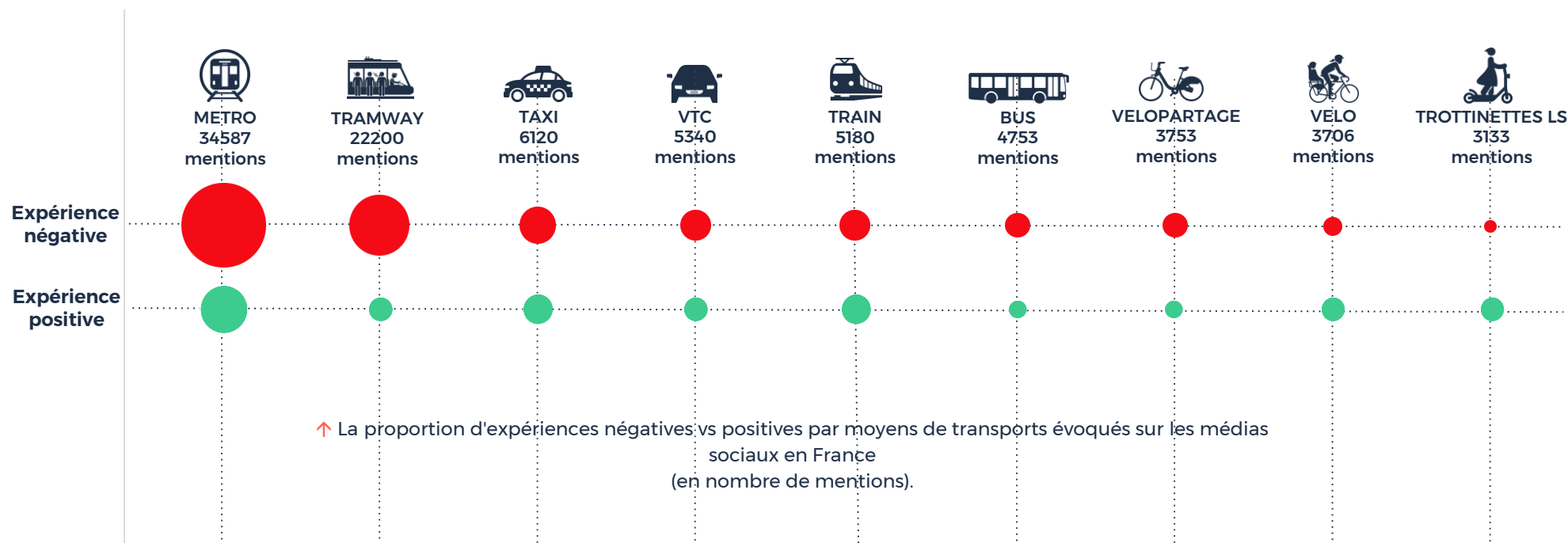
Les expériences positives et négatives selon les moyens de transport

Nous avons mesuré quels étaient les types d'expériences globalement ressentis lors de l'utilisation de différents moyens de transport. **Plutôt négatives** (ex: retard, bousculade, foule, attente, ralentissement, trop cher, indisponibilité, casse, inconfort, fatigue...) ou au contraire **positive** (ex: confortable, pas cher, solide, disponible, rapide, moins dangereux, de bonne qualité, horaires respectés, très fréquents, bonne autonomie,...). Le tout en sachant que sur les réseaux sociaux, les internautes mécontents publient en moyenne 3 fois plus que les satisfaits.

Force est de constater que les **sentiments négatifs dominent** largement pour la majorité des transports en communs : Surtout pour le métro et le tramway, et dans une moindre mesure pour le train et le bus pour lesquels la proportion d'expériences négatives est moins importante.

Les expériences négatives vs positives sont **plus équilibrées** pour les **modes de transports individuels** comme le taxi et les VTC.

Pour les mobilités douces et les micro-mobilités, la **tendance s'inverse** : vélos et trottinettes voient la part d'expérience positive supérieure aux négatives. Ce n'est pas le cas pour le vélo partage, plombé par l'expérience majoritairement négative des Vélib' parisien lors du passage de l'opérateur JC Decaux à Smovengo.



La taille des cercles représente le nombre de mentions associées aux sentiment pour un moyen de transport. Un grand cercle représente un volume de mentions important. Dans ce cas des modes de transports, les cercles varient entre 205 mentions (minimum) et 24562 mentions (maximum).

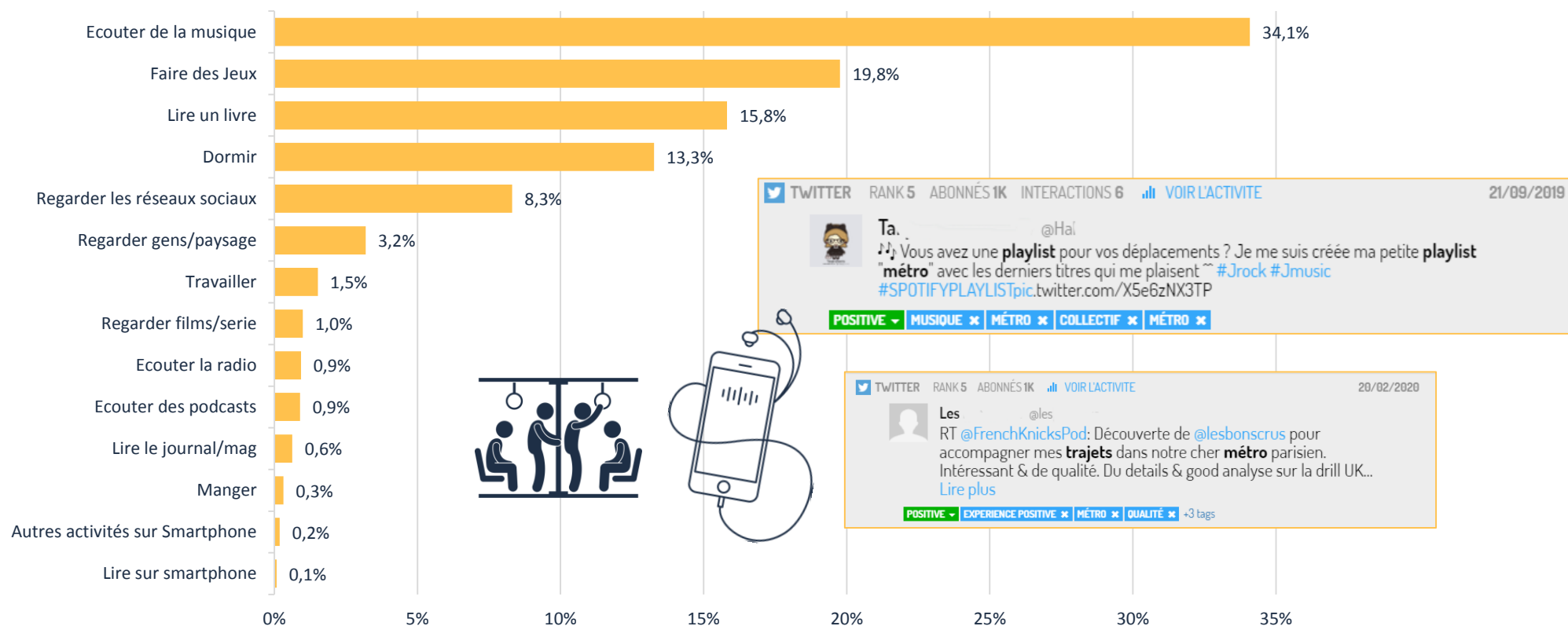


Que font les internautes pendant leur trajet ?



44% des urbains profitent des transports en commun **pour** lire nous apprend l'Observatoire LCL (1). Un des avantages des transports en commun est en effet de pouvoir y pratiquer une activité pendant la durée du trajet.

Lorsque les internautes évoquent, sur les médias sociaux, ces occupations pendant leur trajet (ou pendant l'attente de leur moyens de transport), ils parlent avant tout **de musique** (35%), **des jeux** sur smartphone (20%), et **de livres** (16%). L'activité de lecture cumulée représente 16,9% de parts de voix. 66% des mentions concernent des activités **impliquant l'usage du smartphone** (lecture, jeux, vidéos, écoute...).



(1) L'observatoire LCL de la vie urbaine Harris Interactive- 2018

Recommendations



Recommandations

Les messages et avis postés par les utilisateurs de transports, mais aussi par les médias et experts du secteur permettent de mieux cerner d'une part les enjeux et stratégies des acteurs et d'autre part les habitudes, tendances de consommation et préoccupations. Une analyse du web et des médias sociaux (réseaux sociaux + espaces de discussions) nourrit ainsi votre veille, votre marketing et votre communication.

1. Diversifiez les sources pour votre veille : Le domaine des mobilités est large et très dynamique. Les mouvements et mutations sont fréquents. Aussi, vos sources doivent couvrir de **nombreux axes** : modes de transport "classiques" comme les plus nouveaux, collectivités locales et territoriales, innovations dans la ville, modes de consommation et styles de vie, enjeux des territoires, innovations technologiques des start-up. Compte tenu des forts bouleversements du secteur, il faut initier **une veille à l'international** afin de prendre en compte toutes les nouveaux entrants (comme les nouvelles plateformes de services) et suivre les leaders d'opinions, experts et cabinets d'études pour mieux appréhender les ruptures et évolutions.

2. Développez l'écoute des réseaux sociaux : monitorisez des canaux **comme Twitter et Facebook** pour mieux comprendre le ressenti et les perceptions des usagers des transports, les utilisateurs de services. Les témoignages et feedback y sont nombreux sur les sujets majeurs comme la disponibilité, la qualité, la sécurité, les prix, les régions...

3. Segmentez vos analyses par zones géographiques : L'étude des mobilités impliquent des flux entre régions, et des disparités, parfois forts entre zones urbaines et rurales. Il faut donc classifier l'information de la manière la plus détaillée possible concernant sa **localisation** et raisonner si possible en "entonnoir" : Continent ou zone d'échanges > Pays > Régions/états / Province-Lander > Départements > Communautés de communes et métropoles > Villes > Quartier.

4. Travaillez avec soin vos expressions de veille pour bien cerner les avis des utilisateurs : un passager parlera rarement de promiscuité comme un média, mais utilisera des expressions plus familières comme "serrés", "sardines", "compressés", "asphyxié".

5. Analysez les avis et styles de consommation par moyens de transport : on s'aperçoit que les informations postées et les retours utilisateurs **se différencient** fortement, et c'est logique, selon que l'on parle de transports en commun, transports individuels, partagés, d'engins personnels ou en location.



Recommandations

6. Analysez les préoccupations des utilisateurs de transports, consommateurs d'engins et applis selon leur type de voyage : les exigences et souhaits diffèrent en effet selon que l'on effectue un trajet domicile travail, pour des achats hebdomadaires, pour son lieu d'étude ou pour des activités et des loisirs.

7. Identifiez des leaders d'opinions et experts : il convient de suivre d'abord de nombreux acteurs du secteur : Opérateurs de transports, industriels et fabricants, organismes et autorités de transports et de régulation, fédérations de professionnels, fédérations d'usagers-utilisateurs, opérateurs de services de mobilités comme les VTC, les vélos, scooter et trottinettes.

Il faut ensuite suivre des experts : **journalistes spécialisés, cabinets d'études, instituts d'opinions**, think tank et start-up dans les domaines des mobilités, de la ville, des technologies de localisation etc...

Il faut donc explorer des groupes Facebook, Twitter, les forums mais aussi les blogs et sites d'actualités spécialisés.

8. Analysez le parcours client dès l'appli mobile : pour bien comprendre les performances de tel acteur, les préoccupations de mobilités des utilisateurs, il convient de capter leur avis **dès l'utilisation des applications** mobiles de transports que cela soit pour calculer des itinéraires, obtenir des horaires, afficher les moyens de transport à proximité ou encore réserver un prestataire.

9. Analysez les tendances de recherche sur Google : tous les français ne postent pas leur avis sur les réseaux sociaux. Pour capter cette majorité silencieuse, l'analyse et la classification des **tendances de recherche** sur Google complète les études d'opinions, et les témoignages et avis des réseaux sociaux. Ainsi, par exemple, dans les requêtes d'un moteur de recherche, les mots clés associés au concept de "trajet domicile-travail" sont très nombreux : ils concernent le mode de transport, comme la durée, les applis mobiles, les remboursements, la fiscalité etc...

10. Analysez les tendances sur des périodes longues : les tendances en augmentation sur des concepts et mode de consommation précis (micro-mobilités, free-floating) et sur des marques, leur récurrence ou au contraire leur baisse sont des indicateurs à analyser. Il faut pour cela effectuer des requêtes sur un historique long (12, 24 mois), et sur des canaux diversifiés (réseaux sociaux, presse, blogs, forums) afin de scruter et **comprendre les évolutions et ruptures**.



Auteurs & Ressources



Christophe ASSELIN

Evangéliste et Content specialist

Christophe est spécialiste du contenu et conférencier chez Digimind. Observateur du web depuis CompuServe, Netscape, Altavista et les modems 28k, de l'e-réputation depuis 2007, il aime discuter et écrire sur les internets. En voir davantage sur : [@asselin](https://twitter.com/asselin)



Marketing @ Digimind

Les départements marketing de Digimind

Les marketeurs de Digimind, à New York, Singapour et Paris sont des spécialistes du Social Media, du marketing digital et des stratégies d'Insight Driven Marketing qui permettent aux organisations d'être plus performantes. Ils vous partagent leurs bonnes pratiques ainsi que les cas clients à travers des livres blancs et ebook.



Les ressources Digimind

Livres blancs, webinars, études, infographies...

Digimind, le département Marketing et le département Insights vous proposent de nombreuses ressources pour vous aider à nourrir, exécuter et évaluer vos stratégies marketing, comprendre l'évolution des marchés et des marques sur le web et les médias sociaux.

<http://digimind.com/fr/resources/>

Parmi nos ressources

Des guides et études sur le marketing digital et les secteurs d'activités. Visitez le [centre de ressources](#)



Baromètre des pratiques de veille et market intelligence

[Téléchargement là](#)



Les bonnes pratiques en gestion de crise sur le web et les médias sociaux

[Téléchargement ici](#)



La voix des patients et des laboratoires sur le web et les médias sociaux en France

[Téléchargement là](#)



Les chiffres essentiels pour comprendre le marketing digital et les médias sociaux

[Téléchargement ici](#)



Guide pour appel d'offres Logiciels de veille

[Téléchargement là](#)



Les marques de cosmétiques de luxe sur les médias sociaux

[Téléchargement ici](#)

Annexes



Liste des acteurs de la mobilité étudiés

Autocars

Blablabus
Eurolines
Flixbus
Isilines
Ouibus

Autopartage

Mobilib
Ada
Autolib
Buzzcar
Car2go
Citiz
CityzenCar
Clem'
Communauto
Free2Move
Getaround
Livop
Mobility Tech Green
Modulauto
Moov'in Paris
Mov'InBlueTM
ShareNow
Totem Mobi
UbeeQ
Vulog

Covoiturage

Blablacar
Mobicooop
MyEcocar
Roulez malin

Scooters partagés

Coup
CityScoot
Indigo Weel Scooters
Troopy
Yugo

Taxis

Allo taxi Lyonnais
Alpha
C7
Gescop
Lillotaxi21
MDJ Transport
Slota
Taxi 13
Taxi Capitole
Taxi radio Marseille
Taxi union
Taxis bleus

Opérateurs de transports en commun

CFTA
CTS
Keolis
Keolis
Ratp
RLA
RTM
Tan
SEMTCAR
Setram
SNCF
SOLEA
STAN
STAS
STU
T2C
TAG
TAM
TBC
TCL
TCRA
Tisseo
Transdev
Transilien

Organismes et autorités de transports

Hérault Transport
Semitan
Smirt-Hauts de France Mobilités
SMNAM
SMTBR
SYMITAM
Tisseo Collectivités
Ile de France Mobilités
SNCF Mobilités
GART
AOT/AOTU
AOM
SYTRAL
OPTILE

Opérateurs de trottinettes en LS

Lime
Bird
Dott
Circ / Flash
Jump
b-Mobility
Bolt
Spin
Wind
Tier
Voi
Hive
UFO
Lyft
Zoov
Cityscoot
Crazy Moove
Pony

Vélopartage

ByCOR
C.vélo
Cristolib
Cy'clik
DiviaVélodi
Dk'Vélo
Donkey
IDEcycle
Indigo Weel Velo
Jump
Le vélo
Libélo
Mobike
Optymo
Oribiky
PonyBike
Rubis'Vélo
STAR, le vélo
Titibike
Twisto Vélolib
V'Lille
V3
Vel'in
Vélam
Vélhop
Velib'
VéliBleu
Vélitul
Vélivert
Vélo Bleu
Vélo Vézère
Vélo'+
Vélo'v
VéLO2
Vélo6Fours

Vélocéo
VéloMagg'
Vélopop'
Vélos Q-Park
Vélos Récup'en Liberté
vélostan'lib
VélôToulouse
VLS
Yélo
Zébullo
Bicloo
Zoov
Ofo
Obike

VTC

Uber
Kapten (Chauffeur Privé)
Marcel
Le Cab
Heetch
Bolt (Taxify)
Caocao
Snapcar
Allocab
Drive
MySam
Lyft

Tous ces acteurs ont été intégrés dans les requêtes de collecte sur le web et les médias sociaux pour les analyses du rapport.



www.digimind.com