



SERVICE PUBLIC FÉDÉRAL  
MOBILITÉ ET TRANSPORTS

# ENQUÊTE BEMOB: IMPACT DU COVID-19 SUR LES HABITUDES DE MOBILITÉ DES BELGES



[www.mobilit.belgium.be](http://www.mobilit.belgium.be)

.be

**Auteur :**

Service public fédéral Mobilité et Transports  
Direction générale Politique de Mobilité durable et ferroviaire  
Direction Mobilité - Service Études et Enquêtes  
[enquetewww@mobilite.fgov.be](mailto:enquetewww@mobilite.fgov.be)

**Editeur responsable :**

Emmanuelle Vandamme, rue du Progrès 56, 1210 Bruxelles

Dépôt légal : D/2020/13.831/3 – Juillet 2020

## Table des matières

1. Introduction .....	3
2. Les déplacements liés au travail ou aux études.....	3
Impact de la crise sanitaire du Covid-19 sur le régime de temps de travail.....	3
Evolution du nombre de jours de déplacements pour le travail ou les études.....	4
Evolution des modes de transports utilisés pour se rendre sur son lieu de travail ou d'étude .....	4
3. Le télétravail.....	6
Evolution du nombre de jours de télétravail par semaine .....	6
Souhaits en matière du nombre de jours de télétravail après résolution de la crise sanitaire.....	6
4. Les autres motifs de déplacements .....	8
Evolution des déplacements pour les motifs courants.....	8
Evolution des déplacements liés aux achats alimentaires et non alimentaires .....	8
Mode de transport principal pour les autres motifs.....	10
5. Le vélo et la marche durant la crise sanitaire .....	11
6. L'impact de la crise sanitaire du Covid-19 sur la mobilité future .....	12
7. La perception des modes de transport d'un point de vue sanitaire.....	14
8. Les achats en ligne et dans les commerces de proximité .....	15
9. L'achat de véhicules .....	16
10. Les vacances, en Belgique et à l'étranger .....	17

## 1. Introduction

La crise sanitaire du Covid-19 affecte notre mobilité depuis plusieurs semaines. Le SPF Mobilité et Transports a réalisé une enquête afin de recueillir des données sur la mobilité des Belges avant et pendant les différentes phases de confinement et de déconfinement. Au-delà de la dimension descriptive, cette enquête vise à apporter un éclairage sur l'impact potentiel à plus long terme de cette crise sur les comportements de mobilité et ce à différents égards : fréquence des déplacements, utilisation et perception des modes de transport, télétravail, achats en ligne, voyages à l'étranger ou encore achat de véhicules.

L'enquête a été réalisée online, par la société Ivox, entre le 5 et le 14 juin auprès d'un panel de 2000 répondants répartis comme suit : genre, 54 % de femmes et 46 % d'hommes ; âge, 23 % de moins de 34 ans, 38 % de 35-54 ans et 38 % de plus de 55 ans ; région du domicile, 52 % en Flandre, 34 % en Wallonie et 13 % à Bruxelles ; et niveau d'éducation, 53 % de diplômés du secondaire au maximum et 47 % de diplômés du supérieur. Les données ont été pondérées de façon à être représentatives de la population belge pour ces facteurs du genre, de l'âge, de la région du domicile et du niveau d'éducation.

Afin de suivre l'évolution des comportements de mobilité depuis le début de la crise sanitaire, nous avons demandé aux répondants de se positionner en fonction des périodes suivantes :

En situation normale, avant la crise sanitaire du Covid-19 et les mesures de confinement.

En période de confinement strict, du 18 mars au 3 mai, lorsque seuls les déplacements essentiels étaient autorisés.

En période de déconfinement, avec la réouverture des commerces, des coiffeurs, des musées et expositions, des parcs animaliers, des sites historiques, le retour des enfants à l'école, la possibilité de recevoir des proches à domicile, etc.

Et pour sonder les comportements futurs, probables (soumis aux contraintes professionnelles, budgétaires, etc.) et souhaités (libres de ces contraintes budgétaires et autres), nous avons également demandé aux répondants d'envisager leurs déplacements lorsque la crise sanitaire du Covid-19 sera résolue et que nous serons revenus à une situation normale.

Au travers de l'ensemble des questions posées au panel de répondants, nous avons tenté d'apporter des éléments de réponse à cette question d'actualité : Dans quelle mesure, les Belges ont-ils modifié leurs habitudes de mobilité ? Et quelles sont leurs intentions et/ou souhaits en la matière, lorsque la crise sanitaire du Covid-19 sera résolue ?

## 2. Les déplacements liés au travail ou aux études

### Impact de la crise sanitaire du Covid-19 sur le régime de temps de travail

Afin d'apporter un éclairage sur les éventuelles conséquences de la crise sanitaire du Covid-19 en matière de mobilité des actifs, nous avons posé la question de savoir dans quelle mesure leur régime de temps de travail a été impacté. Pour une grande majorité des travailleurs du panel de répondants, le régime de temps de travail n'a pas été impacté (79 %). Seuls 5,4 % des travailleurs ont déclaré être temporairement en chômage partiel (entre 1 jour et 3 jours, le plus souvent).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Le panel de cette enquête était constitué de 4 % d'étudiants, 53 % de travailleurs, 4 % d'indépendants et 39 % de non-actifs (chômeurs, pensionnés, etc.).

## Evolution du nombre de jours de déplacements pour le travail ou les études

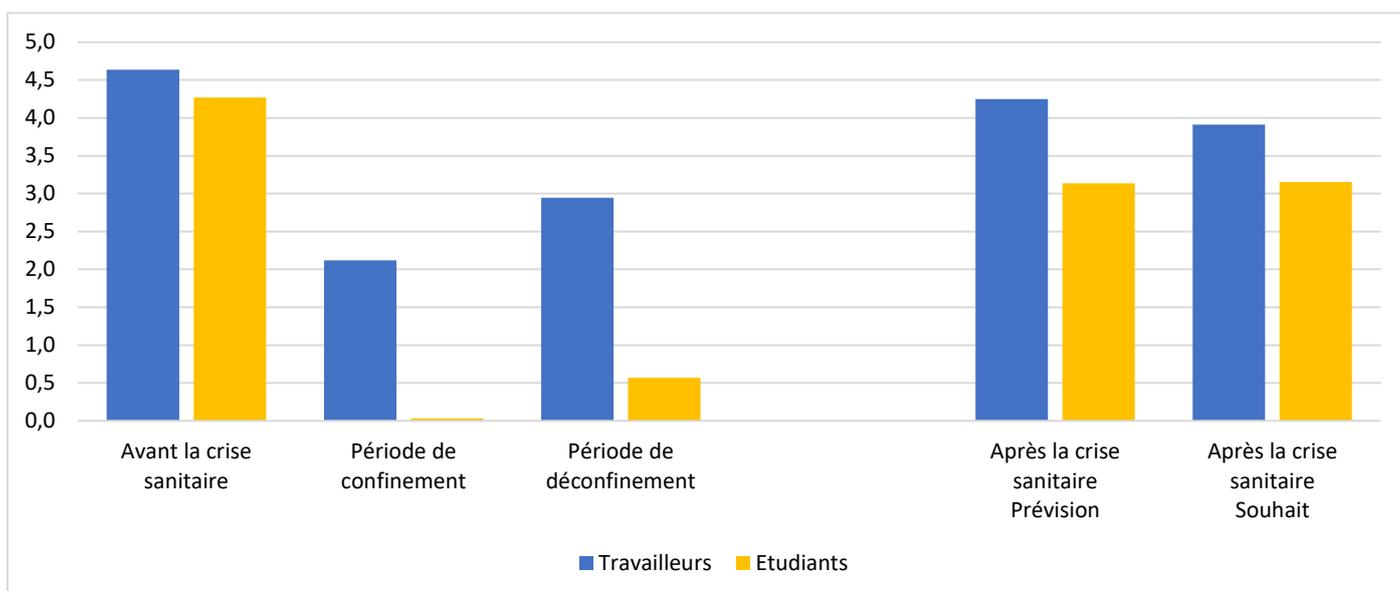


Figure 1 Nombre de jours/semaine pour lesquels les répondant se sont rendus/devront se rendre/souhaitent se rendre au travail ou école/université/haute école (en moyenne)

La Figure 1 montre clairement l'évolution du nombre de jours par semaine durant lesquels les travailleurs et les étudiants se sont déplacés pour se rendre au travail ou sur leur lieu d'étude, selon les différentes périodes envisagées. Les données montrent une très nette diminution du nombre de jours par semaine pour les déplacements domicile-travail ou domicile-lieu d'étude, lorsque la population belge est entrée en confinement. Pour les travailleurs, il est passé de 4,6 jours à 2,1 jours de déplacements par semaine. Avec le déconfinement, ce nombre est légèrement remonté (2,9 jours de déplacements par semaine), tout en restant largement en-dessous du niveau habituel. Pour la situation projetée, c'est-à-dire après la crise sanitaire, les travailleurs s'attendent à devoir se rendre à leur travail un peu moins souvent sur la semaine par rapport à la situation initiale (4,3 jours par semaine contre 4,6 jours par semaine précédemment). Si ce n'est pas spectaculaire, il faut noter qu'une telle baisse (- 8 %) aurait déjà un impact non négligeable sur le trafic. Les souhaits des travailleurs sont plus ambitieux, ils indiquent vouloir faire baisser ce nombre de jours de déplacements à 3,9 jours/semaine (- 16 % par rapport à la situation normale).

## Evolution des modes de transports utilisés pour se rendre sur son lieu de travail ou d'étude

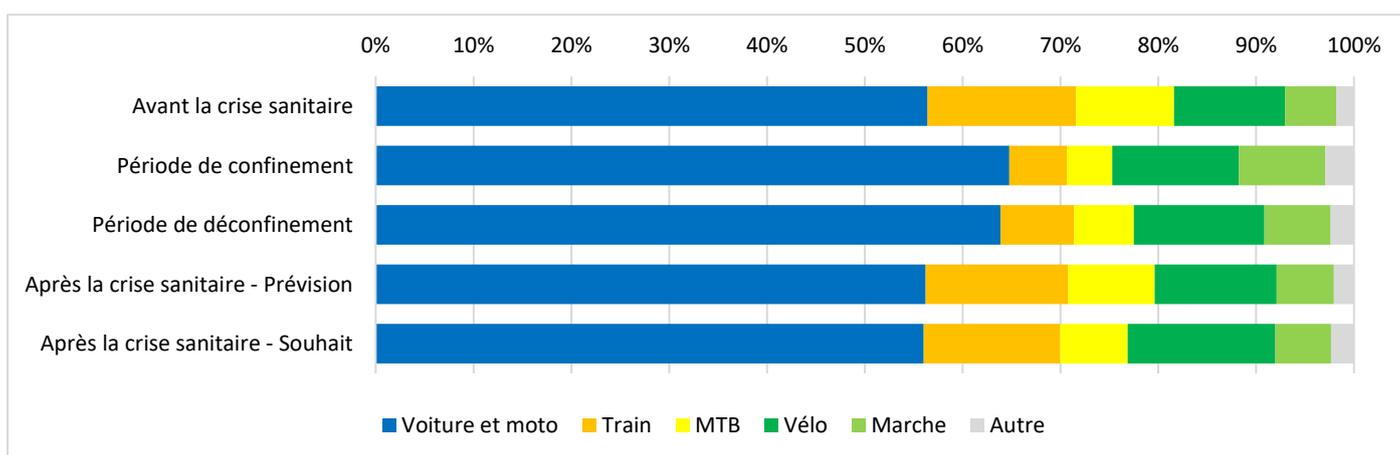


Figure 2 Evolution des modes de transports pour les déplacements vers le lieu de travail ou d'étude

La fréquentation des transports en commun a subi une très nette diminution lors de la période de confinement. Cette diminution s'est faite au profit de la voiture, mais aussi des modes actifs. Le pourcentage de travailleurs et d'étudiants effectuant leurs déplacements en transports en commun a chuté de 25 % à 11 %, au profit de la voiture (de 56 % à 65 %) et des modes actifs (de 17 % à 22 %). Ce constat peut être attribué à différents facteurs tels que la diminution de l'offre durant cette période ou encore la peur d'encourir un risque sanitaire (voir plus loin). Le déconfinement a vu

une légère augmentation de l'utilisation des transports en commun qui est remontée à 14 %. (Voir Figure 2, pour le détail).

Lorsque nous avons demandé aux répondants quels seraient leurs desideratas en matière de mode de déplacement, lorsque la crise sanitaire serait terminée, 89 % d'entre eux ont déclaré ne pas souhaiter changer de mode de transport principal. Il s'agit de travailleurs qui désireraient abandonner leur voiture au profit d'un mode de déplacement plus durable. Mais aussi, d'utilisateurs des transports en commun qui souhaiteraient reprendre leur voiture ou un vélo.

Tableau 1 Evolution des modes de transports pour les déplacements vers le lieu de travail ou d'étude

	Avant la crise sanitaire	Période de confinement	Période de déconfinement	Après la crise sanitaire <i>Prévision</i>	Après la crise sanitaire Souhait
Voiture conducteur	53 %	62 %	60 %	53 %	52 %
Voiture passager	2 %	2 %	2 %	2 %	3 %
Moto	1 %	1 %	2 %	1 %	2 %
<b>Voiture et moto</b>	<b>56 %</b>	<b>65 %</b>	<b>64 %</b>	<b>56 %</b>	<b>55 %</b>
Train + voiture/moto + vélo	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Train + voiture/moto + MTB <sup>2</sup>	1 %	0 %	0 %	1 %	1 %
Train + vélo + MTB	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Train + voiture/moto	2 %	0 %	1 %	2 %	2 %
Train + MTB	4 %	1 %	2 %	3 %	4 %
Train + vélo	3 %	1 %	1 %	3 %	2 %
Train uniquement	2 %	1 %	1 %	3 %	3 %
<b>Train et combinaisons</b>	<b>15 %</b>	<b>6 %</b>	<b>8 %</b>	<b>15 %</b>	<b>14 %</b>
MTB + vélo	2 %	0 %	1 %	1 %	2 %
MTB + voiture/moto	1 %	1 %	1 %	1 %	0 %
MTB uniquement	7 %	3 %	5 %	7 %	5 %
<b>Métro, tram, bus et combinaisons</b>	<b>10 %</b>	<b>5 %</b>	<b>6 %</b>	<b>9 %</b>	<b>7 %</b>
<b>Vélo</b>	<b>11 %</b>	<b>13 %</b>	<b>13 %</b>	<b>12 %</b>	<b>15 %</b>
<b>Marche</b>	<b>5 %</b>	<b>9 %</b>	<b>7 %</b>	<b>6 %</b>	<b>6 %</b>
<b>Autre</b>	<b>2 %</b>	<b>3 %</b>	<b>2 %</b>	<b>2 %</b>	<b>2 %</b>

	Bruxellois			Flamands			Wallons		
	Avant	Prévision	Souhait	Avant	Prévision	Souhait	Avant	Prévision	Souhait
Voiture	35%	36%	38%	55%	55%	54%	66%	65%	66%
Train	11%	12%	14%	15%	14%	13%	18%	17%	16%
MTB	40%	33%	22%	6%	5%	5%	6%	7%	5%
Vélo	5%	6%	11%	18%	19%	22%	1%	2%	3%
Marche	8%	13%	14%	4%	3%	3%	7%	8%	7%
Autre	1%	0%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	3%

<sup>2</sup> Métro, tram, bus

### 3. Le télétravail

Dans cette enquête, le télétravail a été défini de la manière suivante : Exécuter à son domicile ses tâches professionnelles sans se déplacer vers les locaux de l'employeur. Le travail à domicile avant ou après avoir effectué une journée sur son lieu de travail habituel n'est pas considéré comme du télétravail.

#### Evolution du nombre de jours de télétravail par semaine

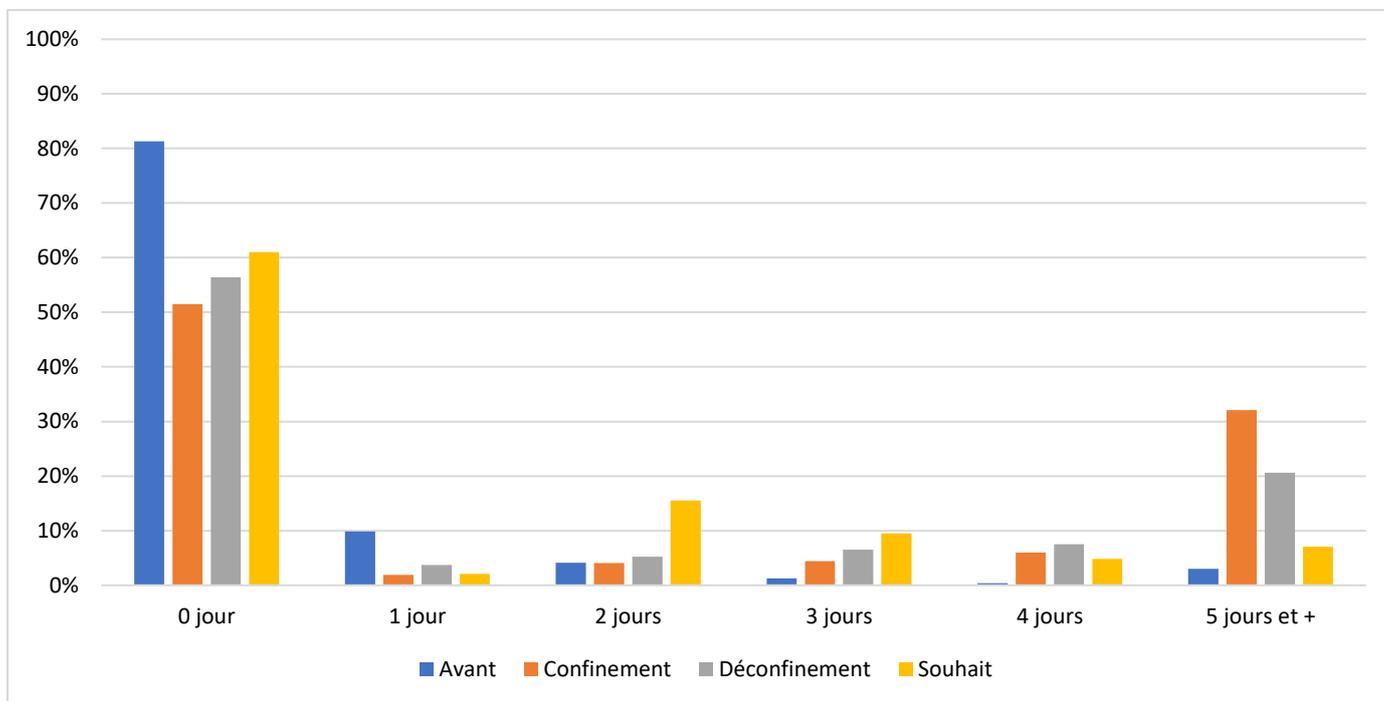


Figure 3 Evolution du nombre de jours de télétravail par semaine (uniquement pour les travailleurs)

La Figure 3 révèle un impact de la crise sanitaire du Covid-19 en matière de télétravail. On peut constater que le nombre de jours de télétravail effectués en moyenne par semaine a nettement augmenté avec la mise en place du confinement, passant de 0,4 jours à 2,1 jours par semaine. A l'heure du déconfinement, le télétravail se situe à 1,7 jours par semaine en moyenne. Si l'on s'intéresse à la répartition du nombre de jours de télétravail par semaine, on observe que le nombre de travailleurs déclarant 0 jours de télétravail a chuté de 81 % à 51 % en période de confinement, et il se maintient en dessous des 60 % depuis le déconfinement. Complémentairement, si moins de 5 % des travailleurs bénéficiaient de 5 jours de télétravail par semaine avant la crise sanitaire, plus de 30 % étaient en télétravail « complet » pendant le confinement et près de 21 % le sont encore début juin 2020.

#### Souhaits en matière du nombre de jours de télétravail après résolution de la crise sanitaire

Le télétravail représente un des moyens qui permettrait de diminuer le nombre des déplacements liés au travail. Parmi les travailleurs qui ont répondu à cette enquête et qui télétravaillaient déjà ou qui ont eu l'opportunité de tester cette possibilité suite à la crise sanitaire (621 travailleurs), 62 % déclarent vouloir augmenter leur nombre de jours de télétravail, de 2,6 jours/semaine en moyenne (voir Figure 4 et Figure 5, pour le détail). Si les souhaits des travailleurs étaient suivis, le nombre moyen de jours télétravaillés serait multiplié par 3, passant de 0,4 jours/semaine à 1,2 jours/semaine pour l'ensemble des travailleurs (voir Figure 7).

Pour ces répondants, l'expérience positive du télétravail semble davantage être un motif pour télétravailler davantage que la peur d'être contaminé dans les transports en commun ou sur le lieu de travail (voir Figure 6).

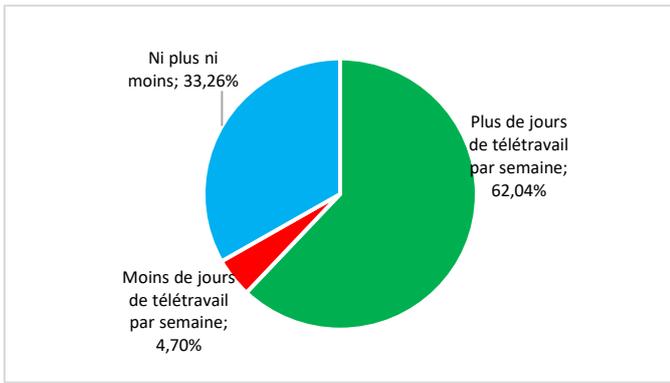


Figure 4 Souhaits en matière de nombre de jours de télétravail par semaine

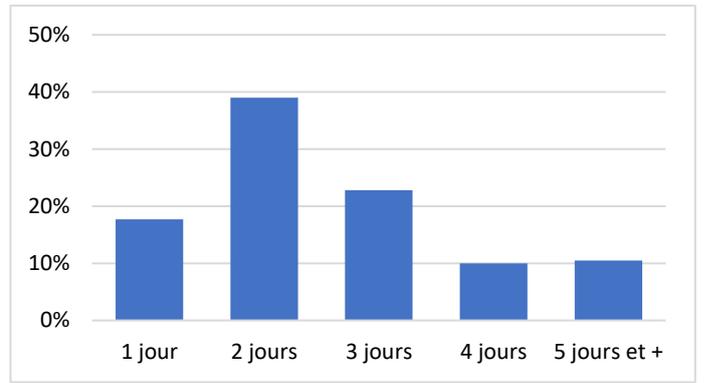


Figure 5 Nombre de jours de télétravail par semaine en plus souhaités

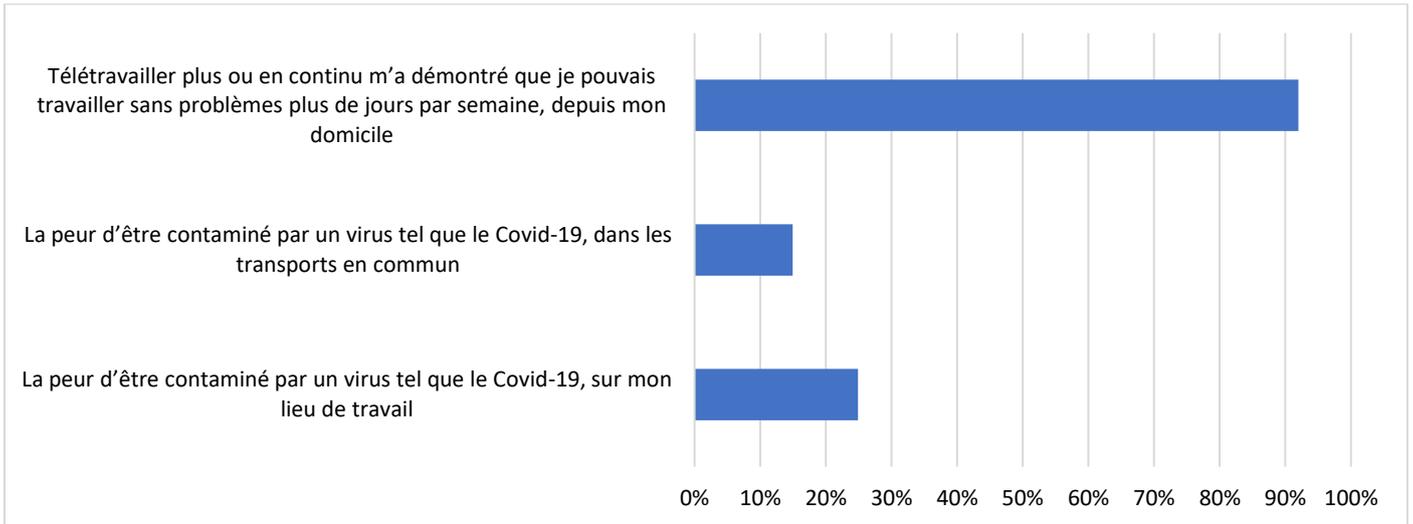


Figure 6 Motifs pour télétravailler plus de jours par semaine

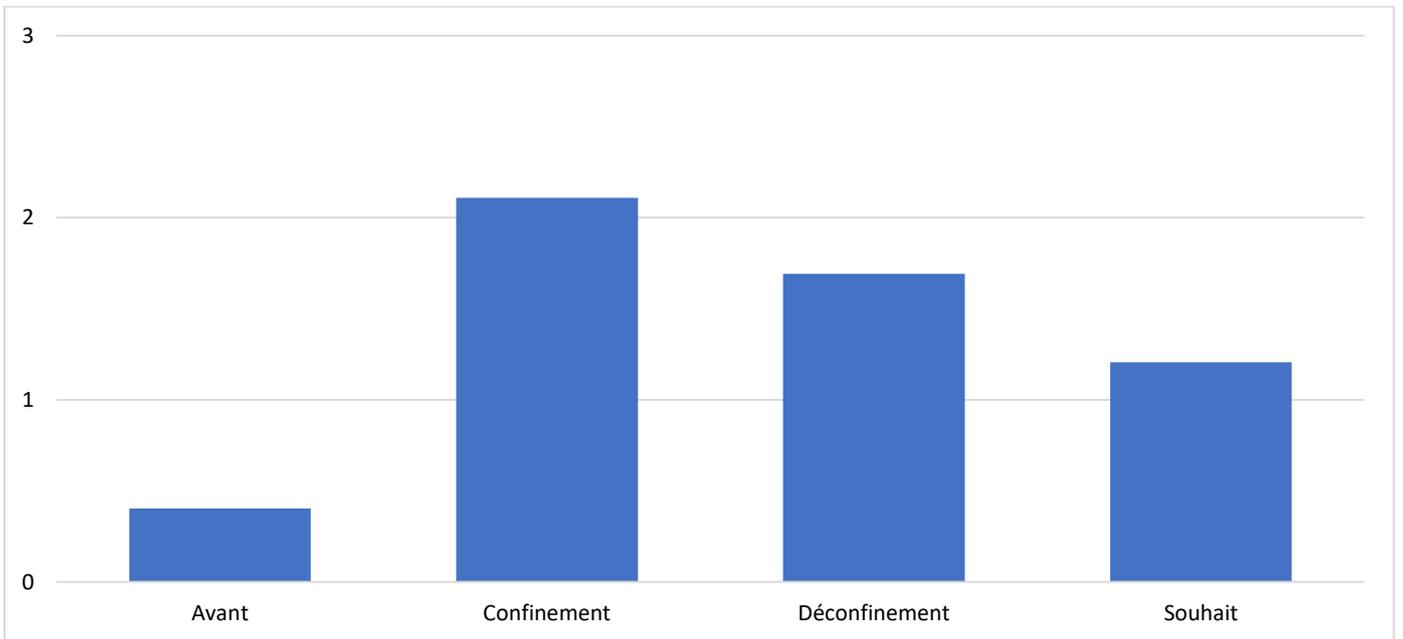


Figure 7 Evolution du nombre de jours de télétravail par semaine, en moyenne

## 4. Les autres motifs de déplacements

Nous avons interrogé les répondants sur la fréquence et les moyens de transport pour toute une série d'autres motifs habituels de déplacement (en dehors des déplacements pour se rendre sur son lieu de travail ou d'études).

### Evolution des déplacements pour les motifs courants

Dans le Tableau 2 sont présentés, pour chaque motif courant de déplacement, le nombre moyen de déplacement par semaine et la part respective de ce motif de déplacement dans l'ensemble des déplacements (en pourcentage), et ceci pour les différentes périodes envisagées dans cette enquête. La principale évolution que l'on peut observer dans ce tableau est la progression du motif « balade » pendant la période de confinement qui voit sa part doubler. C'est également le seul motif pour lequel la fréquence n'a pas baissé avec la mise en place du confinement.

Tableau 2 Nombre moyens de déplacements par jour (en gras) et part des déplacements (en italique) pour les motifs courants (toutes populations confondues : travailleurs, étudiants et non actifs)

Motif	Avant la crise		Confinement		Déconfinement		Après la crise	
Domicile-travail	<b>2,44</b>	18 %	<b>1,09</b>	16 %	<b>1,52</b>	18 %	<b>2,17</b>	18 %
Domicile-école	<b>0,21</b>	2 %	<b>0,00</b>	0 %	<b>0,03</b>	0 %	<b>0,12</b>	1 %
Achats alimentaires	<b>1,98</b>	15 %	<b>1,19</b>	18 %	<b>1,45</b>	17 %	<b>1,81</b>	15 %
Achats non-alimentaires	<b>0,84</b>	6 %	<b>0,42</b>	6 %	<b>0,56</b>	7 %	<b>0,73</b>	6 %
Démarches administratives	<b>0,37</b>	3 %	<b>0,21</b>	3 %	<b>0,24</b>	3 %	<b>0,31</b>	2 %
Rendez-vous médicaux/santé	<b>0,28</b>	2 %	<b>0,18</b>	3 %	<b>0,23</b>	3 %	<b>0,26</b>	2 %
Rendez-vous coiffeur/esthétique	<b>0,23</b>	2 %	<b>0,08</b>	1 %	<b>0,15</b>	2 %	<b>0,19</b>	2 %
Visites amis/famille	<b>1,38</b>	10 %	<b>0,34</b>	5 %	<b>0,74</b>	9 %	<b>1,32</b>	11 %
Sorties (restaurant, bar, etc.)	<b>0,64</b>	5 %	<b>0,08</b>	1 %	<b>0,17</b>	2 %	<b>0,57</b>	5 %
Loisirs (se rendre au sport, cinéma, etc.)	<b>0,89</b>	7 %	<b>0,19</b>	3 %	<b>0,29</b>	3 %	<b>0,88</b>	7 %
Balade	<b>2,08</b>	16 %	<b>2,16</b>	33 %	<b>2,04</b>	24 %	<b>2,33</b>	19 %
Conduire les enfants Ecole/crèche	<b>0,90</b>	7 %	<b>0,16</b>	2 %	<b>0,44</b>	5 %	<b>0,78</b>	6 %
Conduire les enfants Activités	<b>0,42</b>	3 %	<b>0,10</b>	2 %	<b>0,14</b>	2 %	<b>0,35</b>	3 %
Conduire/accompagner quelqu'un	<b>0,33</b>	2 %	<b>0,18</b>	3 %	<b>0,21</b>	3 %	<b>0,28</b>	2 %
Aider une personne malade/âgée	<b>0,27</b>	2 %	<b>0,26</b>	4 %	<b>0,25</b>	3 %	<b>0,25</b>	2 %

### Evolution des déplacements liés aux achats alimentaires et non alimentaires

Ici, nous nous intéressons plus particulièrement aux motifs liés aux achats dans la mesure où les déplacements liés à certains achats étaient autorisés pendant la période de confinement et qu'ils sont potentiellement générateurs d'un grand nombre de déplacements.

Comme pour les déplacements domicile-travail, les déplacements pour les achats ont été impactés par la crise sanitaire du Covid-19, y compris des déplacements essentiels, comme ceux destinés aux achats alimentaires dont le nombre a diminué de 40 % pendant le confinement (voir Figure 8, pour le détail).

Les modes de transport liés aux achats sont présentés à la Figure 9. La voiture est le mode de transport dominant en ce qui concerne les achats (> 70 % de parts modales). Toutefois, la crise sanitaire du Covid-19 semble avoir eu pour effet une augmentation de la part des modes actifs, et plus particulièrement pour les achats alimentaires. Les modes actifs (marche et vélo) ont progressé de 18 % (avant la crise) à 23 % (en période de confinement). La réduction des distances de déplacement est probablement une des explications à ce changement.

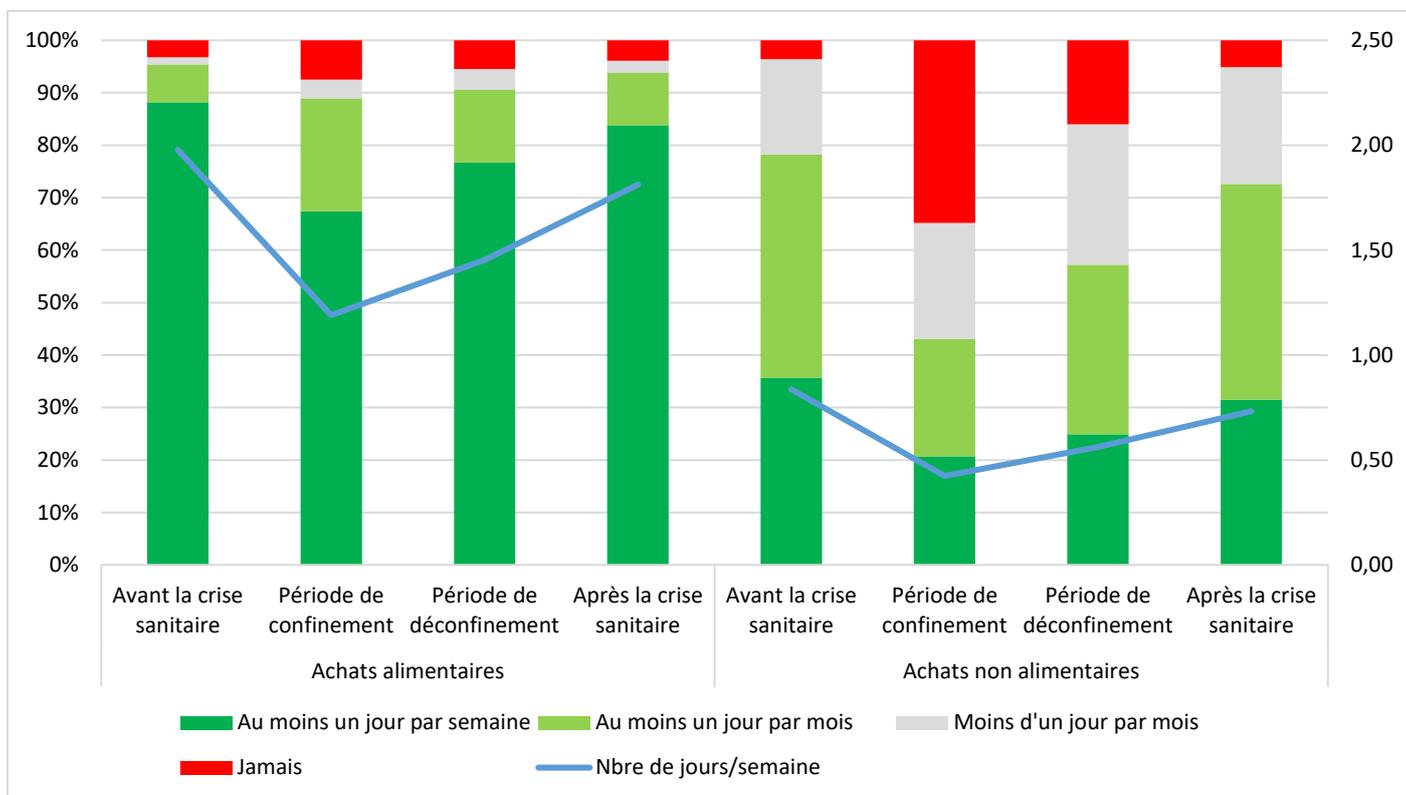


Figure 8 Fréquences des déplacements pour effectuer des achats alimentaires et non alimentaires

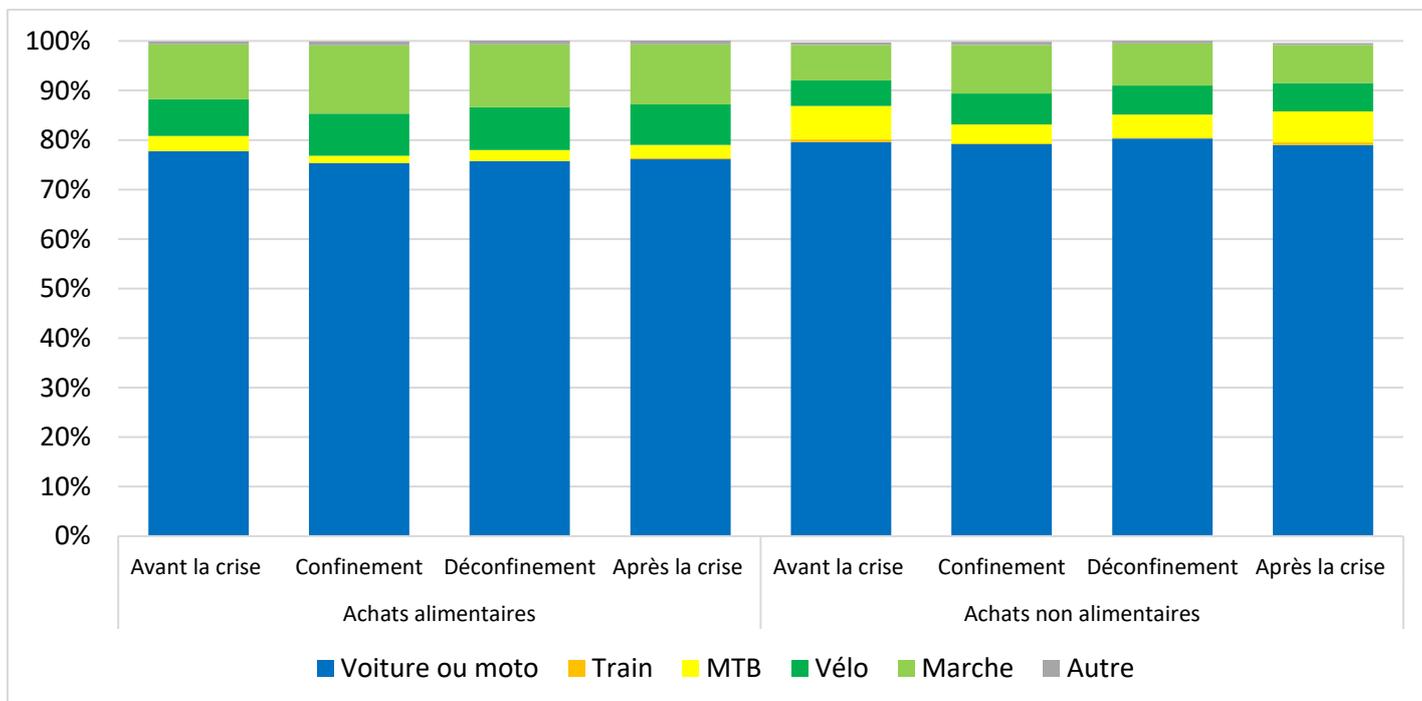


Figure 9 Modes de transport pour les déplacements relatifs aux achats alimentaires et non alimentaires

## Mode de transport principal pour les autres motifs

Au regard des autres motifs de déplacement, les transports en commun apparaissent également comme les modes les plus durement touchés par la crise sanitaire du Covid-19. De nouveau, les modes actifs semblent avoir bénéficié de la situation, en particulier pour les balades. L'ensemble des résultats pour le mode principal, en fonction du motif et de la période, est présenté dans le Tableau 3.

Tableau 3 Mode principal selon le motif et la période

Motif	Période	Voiture/moto	Transports en commun	Modes actifs	Autre
<b>Démarches administratives</b>	Avant la crise	65,3 %	5,6 %	28,6 %	0,5 %
	Confinement	68,4 %	3,2 %	27,4 %	1,0 %
	Déconfinement	66,2 %	3,8 %	29,1 %	0,9 %
	Après la crise	63,2 %	5,0 %	31,3 %	0,6 %
<b>Rendez-vous médicaux/santé</b>	Avant la crise	70,0 %	7,0 %	22,2 %	0,7 %
	Confinement	72,5 %	5,2 %	21,3 %	1,0 %
	Déconfinement	71,7 %	5,8 %	21,7 %	0,8 %
	Après la crise	69,0 %	7,0 %	23,1 %	0,8 %
<b>Rendez-vous coiffeur/esthétique</b>	Avant la crise	60,8 %	4,6 %	34,5 %	0,3 %
	Confinement	66,0 %	2,5 %	29,6 %	1,8 %
	Déconfinement	60,7 %	3,6 %	34,7 %	1,0 %
	Après la crise	58,4 %	4,7 %	36,7 %	0,5 %
<b>Visites amis/famille</b>	Avant la crise	77,3 %	7,7 %	14,0 %	1,0 %
	Confinement	68,9 %	4,3 %	26,4 %	0,5 %
	Déconfinement	72,8 %	4,7 %	21,3 %	1,1 %
	Après la crise	74,9 %	7,3 %	16,7 %	1,0 %
<b>Sorties (restaurant, bar, etc.)</b>	Avant la crise	74,9 %	6,2 %	18,4 %	0,7 %
	Confinement	78,8 %	4,3 %	14,8 %	1,9 %
	Déconfinement	75,8 %	6,9 %	16,6 %	0,6 %
	Après la crise	73,3 %	6,3 %	19,6 %	0,8 %
<b>Loisirs (se rendre au sport, cinéma, etc.)</b>	Avant la crise	73,3 %	10,4 %	15,3 %	0,9 %
	Confinement	67,6 %	8,0 %	23,6 %	0,8 %
	Déconfinement	72,7 %	8,0 %	18,5 %	0,9 %
	Après la crise	71,3 %	10,6 %	17,1 %	0,9 %
<b>Balade</b>	Avant la crise	27,7 %	2,4 %	69,0 %	1,0 %
	Confinement	18,0 %	0,7 %	80,5 %	0,9 %
	Déconfinement	22,8 %	1,0 %	75,4 %	0,8 %
	Après la crise	25,7 %	2,3 %	70,9 %	1,0 %
<b>Conduire les enfants Ecole/crèche</b>	Avant la crise	76,6 %	2,8 %	20,1 %	0,5 %
	Confinement	78,2 %	1,2 %	18,2 %	2,4 %
	Déconfinement	74,6 %	3,0 %	20,5 %	1,8 %
	Après la crise	75,9 %	3,0 %	20,7 %	0,6 %
<b>Conduire les enfants à des activités</b>	Avant la crise	87,1 %	2,5 %	8,9 %	1,6 %
	Confinement	83,0 %	0,7 %	15,0 %	1,4 %
	Déconfinement	78,4 %	4,2 %	16,4 %	0,9 %
	Après la crise	84,4 %	3,2 %	10,4 %	1,8 %
<b>Conduire/accompagner quelqu'un</b>	Avant la crise	89,0 %	1,5 %	9,4 %	0,3 %
	Confinement	84,7 %	2,1 %	11,9 %	1,2 %
	Déconfinement	85,5 %	1,9 %	12,1 %	0,5 %
	Après la crise	86,2 %	2,1 %	11,5 %	0,3 %

## 5. Le vélo et la marche durant la crise sanitaire

Nous avons souhaité consacrer une partie de notre enquête à la place du vélo et de la marche durant cette crise sanitaire du Covid-19. Afin d'objectiver l'impression générale qu'un plus grand nombre de nos concitoyens se déplacent actuellement plus volontiers à pied ou à vélo, nous avons directement interrogé le panel de répondants sur cette question. Et pour ceux qui ont augmenté leur pratique de la marche et/ou du vélo, nous leur avons demandé quelles seraient les conditions qui les inciteraient à poursuivre les efforts initiés au début du confinement.

Concernant la marche, 33 % des répondants ont indiqué se déplacer plus à pied, qu'avant la crise sanitaire du Covid-19. Ce pourcentage est de 22 % pour le vélo. Pour la majorité des répondants, la pratique de la marche ou du vélo n'a ni augmenté ni diminué, en raison de la crise sanitaire du Covid-19 (pour 65 % et 58 % des répondants, respectivement).

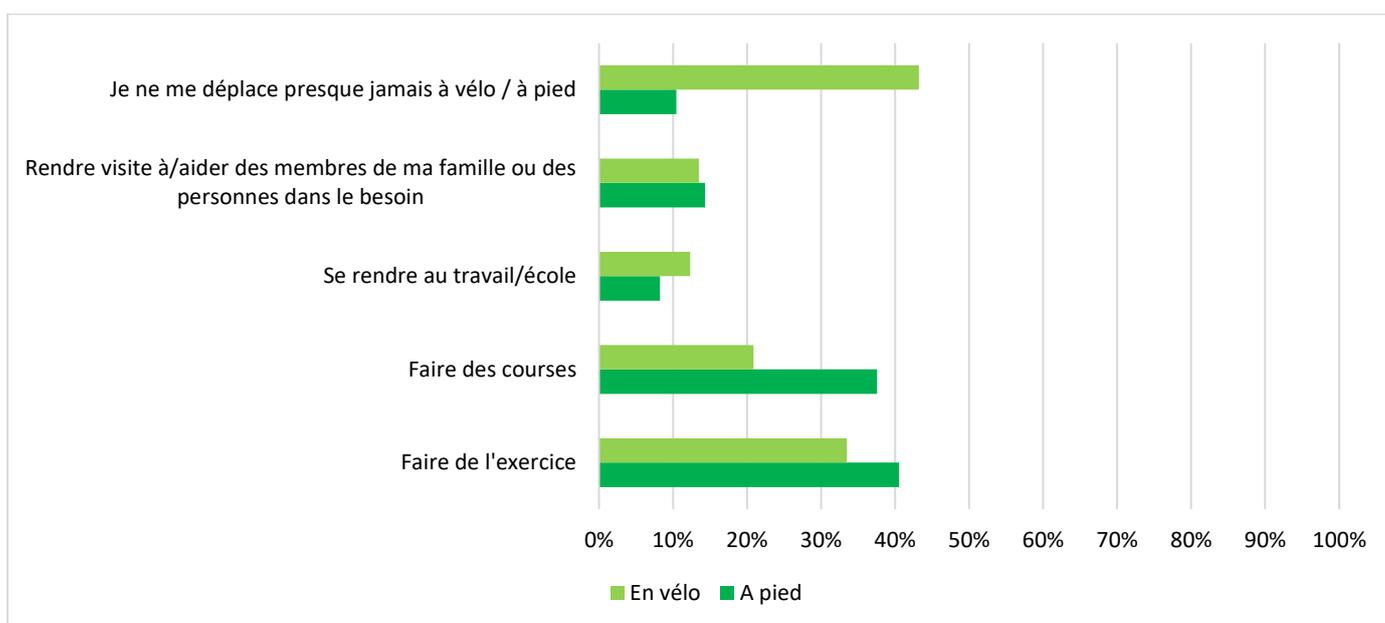


Figure 10 Les motifs de déplacements à pied et en vélo pendant la crise sanitaire

Pour les répondants qui ont indiqué avoir augmenté leur pratique du vélo et/ou de la marche, l'adaptation de l'infrastructure pour éviter les conflits avec le trafic motorisé est la condition la plus souvent choisie pour maintenir l'effort amorcé pendant le confinement (62 % de choix, voir Figure 11).

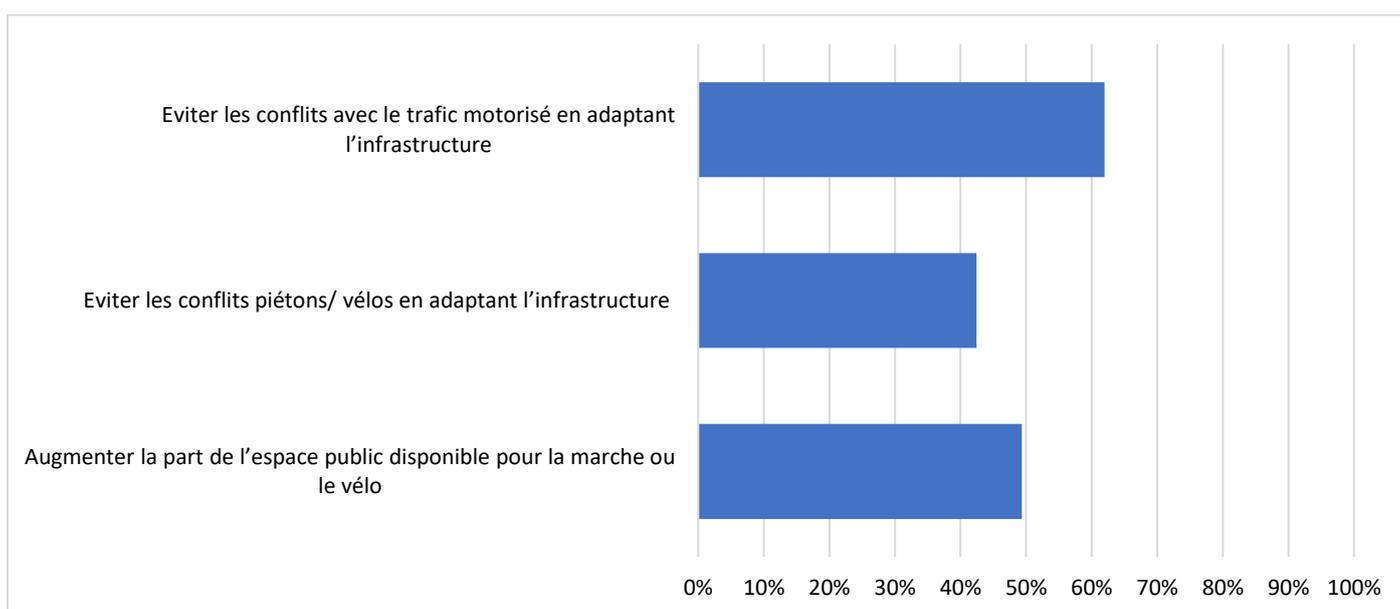


Figure 11 Conditions pour maintenir l'augmentation de pratique de la marche et/ou de vélo

## 6. L'impact de la crise sanitaire du Covid-19 sur la mobilité future

Dans cette partie de l'enquête, nous nous sommes intéressés plus particulièrement à l'impact de la crise sanitaire du Covid-19 et sur les intentions des répondants pour le futur, en matière de mobilité.

De manière globale, la crise sanitaire du Covid-19 devrait avoir une influence à long terme sur la façon de se déplacer pour 27 % des répondants, (voir Figure 12).

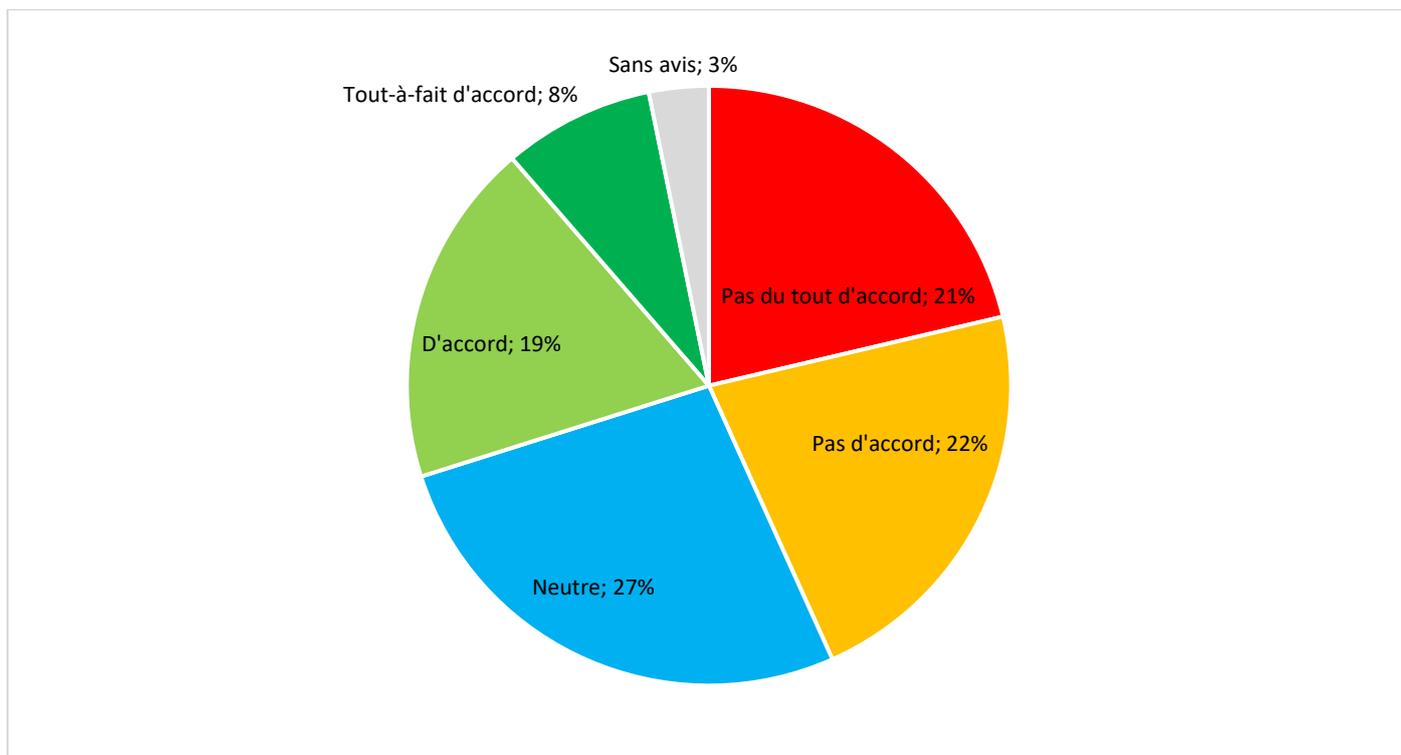


Figure 12 Impact à long terme de la crise sanitaire du Covid-19 sur la façon de se déplacer

Pour toute une série de motifs de déplacement et de moyens de transport, nous avons posé la question de savoir si les intentions des répondants iraient dans le sens d'une augmentation, d'une diminution ou d'un *statu quo* (voir Figure 13).

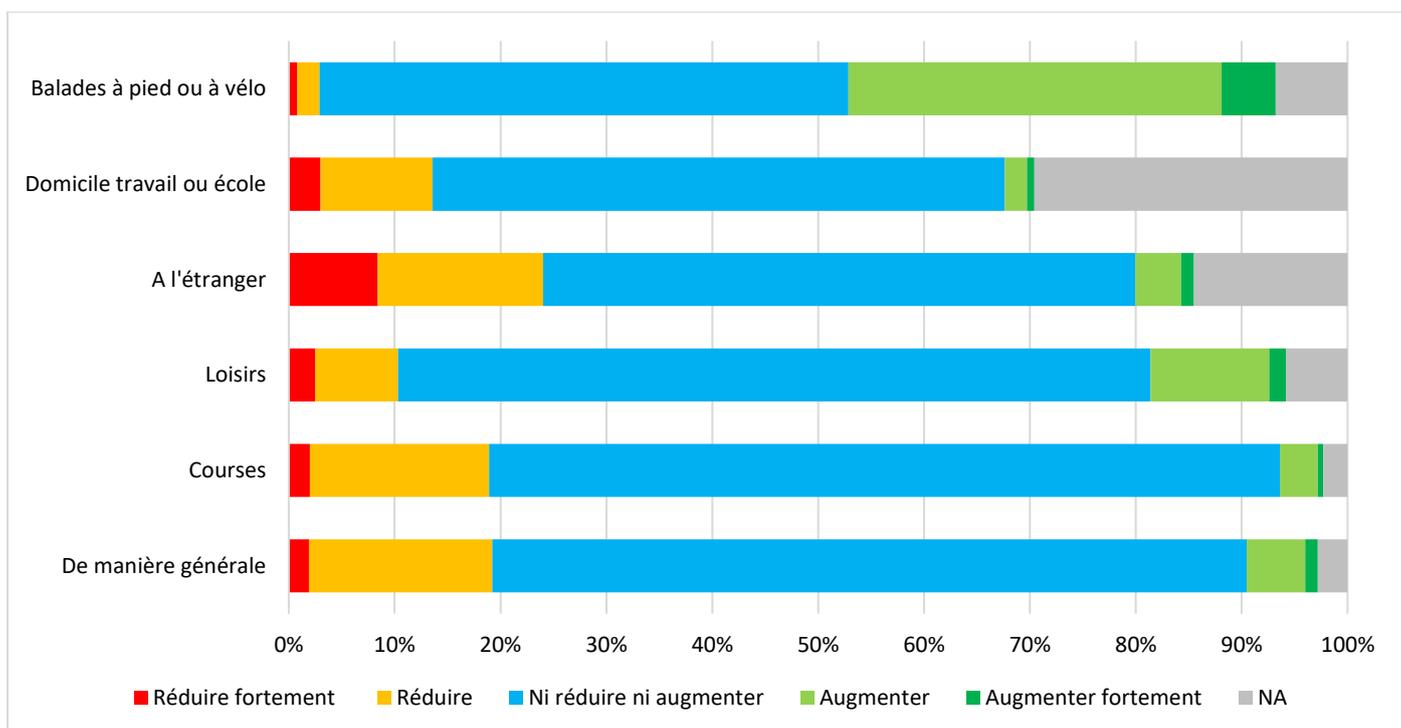


Figure 13 Impact de la crise sanitaire du Covid-19 sur le nombre de déplacements, pour différents motifs

Les répondants, dans leur majorité, ne semblent pas avoir l'intention de réduire ou d'augmenter le nombre de leurs déplacements dans le futur, suite à la crise que nous sommes en train de vivre. On peut toutefois remarquer qu'entre 10 % et 20 % des répondants envisagent de réduire le nombre de leurs déplacements pour divers motifs. Les balades à pied ou à vélo représentent une exception dans ce quasi *statu quo*, avec davantage de répondants qui sont en faveur d'une augmentation (40 %).

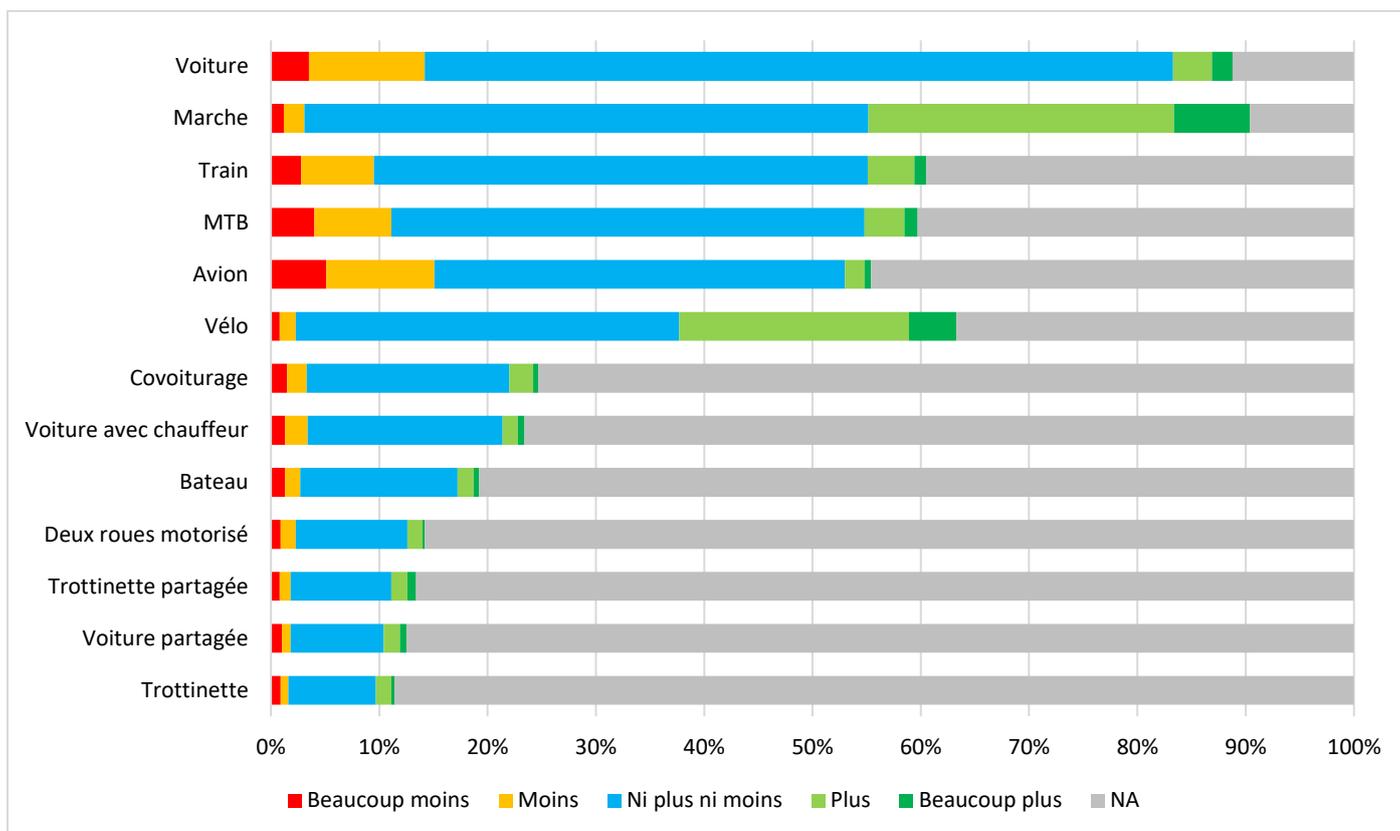


Figure 14 Intention d'utilisation des principaux modes de transport, après résolution de la crise sanitaire du Covid-19

Concernant les intentions relatives à l'utilisation des modes de transport, les répondants ne semblent pas vouloir changer massivement leurs habitudes, dans le futur (voir Figure 14). Toutefois et comme le montrent les données, la crise sanitaire du Covid-19 pourrait amener les répondants à vouloir davantage se déplacer à pied ou à vélo. Les résultats de cette enquête ne mettent pas en évidence une diminution sévère des intentions en matière d'usage des transports en commun, mais plutôt une diminution modérée (voire même des intentions d'utilisation à la hausse, chez certains répondants).

Aux répondants qui ont indiqué vouloir utiliser moins le train ou les métros, tram, bus, nous avons demandé de choisir parmi une liste de conditions, celles qui pourraient les inciter à ne pas concrétiser leurs intentions. La répartition des choix est illustrée à la Figure 15.

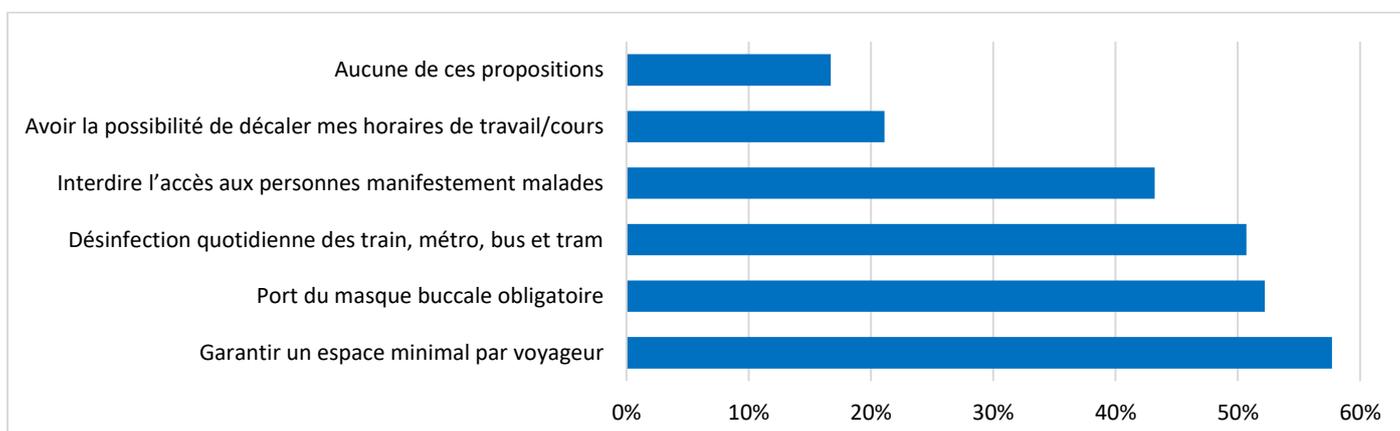


Figure 15 Conditions qui inciteraient à ne pas diminuer l'utilisation des transports en commun

## 7. La perception des modes de transport d'un point de vue sanitaire

La crise sanitaire du Covid-19 nous amène à nous questionner sur le risque sanitaire potentiellement encouru lorsque nous nous déplaçons. A cet égard, tous les modes de transport ne sont pas égaux et les transports en commun peuvent souffrir d'une mauvaise image, malgré toutes les mesures prises par les différents opérateurs. La Figure 16 présente l'opinion des répondants vis-à-vis des principaux modes de transport en termes de sécurité sanitaire. Comme nous l'avons vu dans les parties précédentes, l'impact réel de ce sentiment sur l'utilisation des différents modes de transport reste cependant modéré.

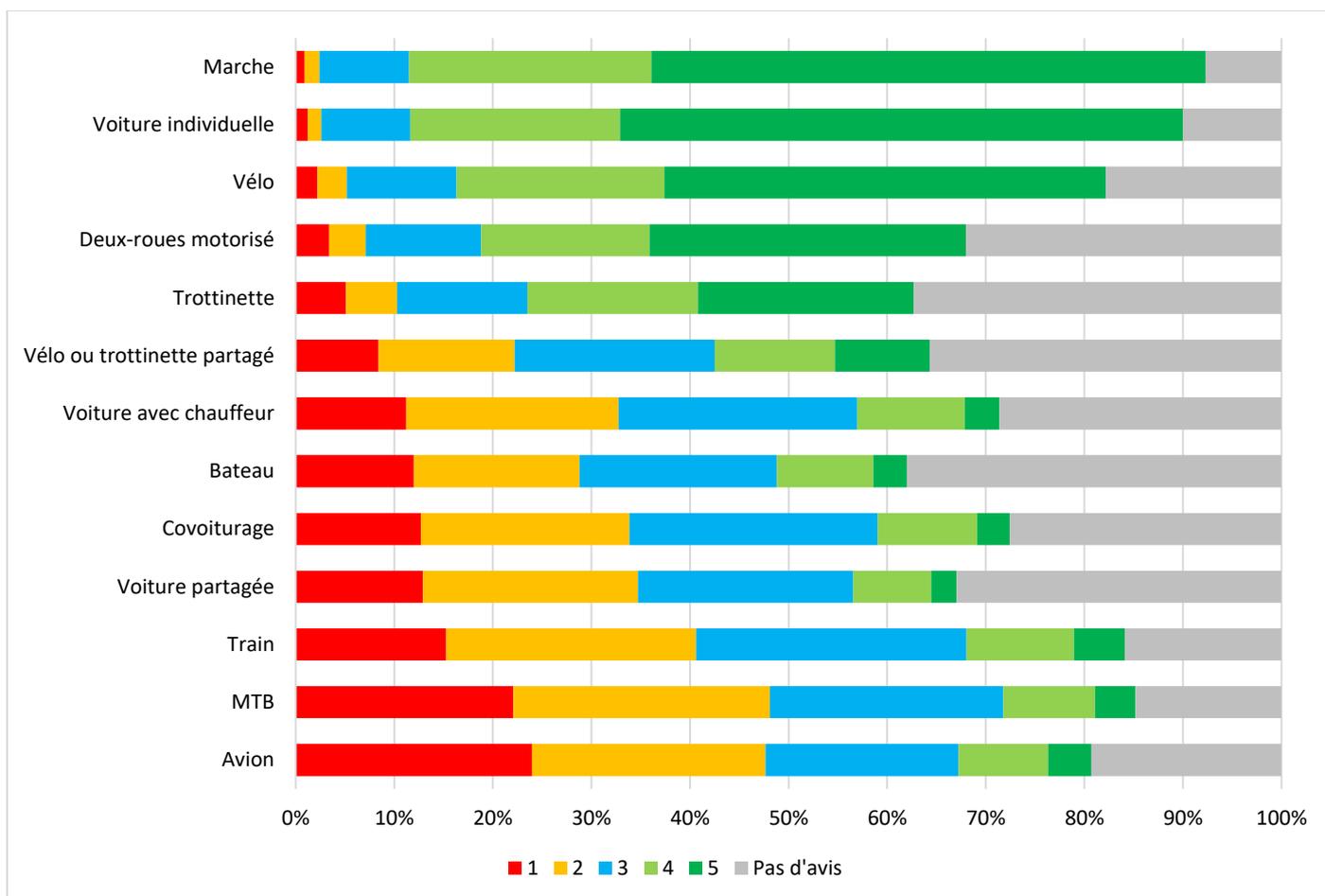


Figure 16 Sécurité des modes de transport d'un point de vue sanitaire (1 = Pas du tout sécurisant à 5 = tout à fait sécurisant)

## 8. Les achats en ligne et dans les commerces de proximité

Avec l'apparition du confinement, si le nombre des déplacements liés aux achats a diminué, celui des achats en ligne a augmenté pour 36 % des répondants, avec les vêtements arrivant largement en tête de ces achats effectués sur Internet (voir Figure 17). Pour les répondants ayant davantage acheté en ligne, la limitation volontaire des sorties et la fermeture des magasins paraissent être les deux principales explications à cette augmentation, avec plus de 50 % de réponses positives (voir Figure 18).

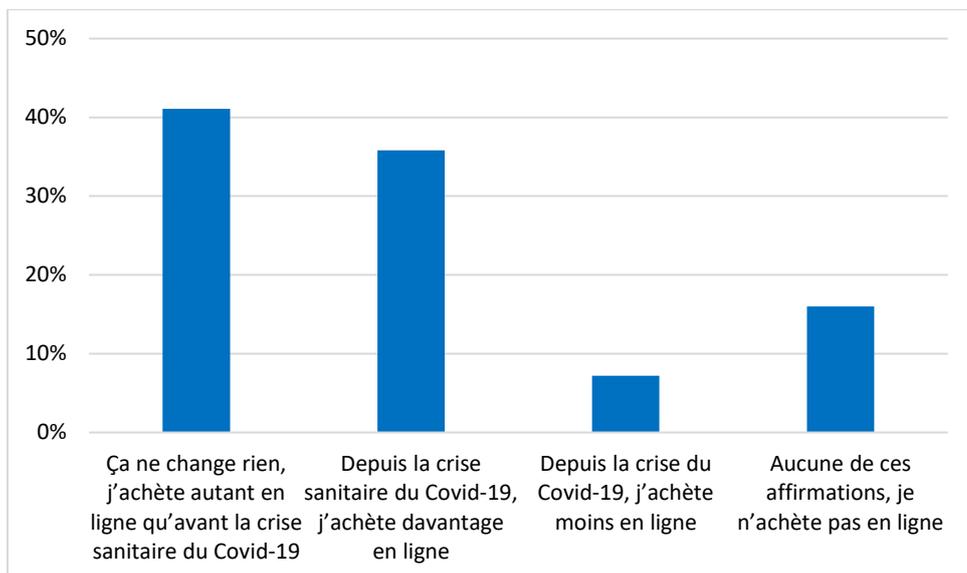


Figure 17 Tendances concernant les achats en ligne

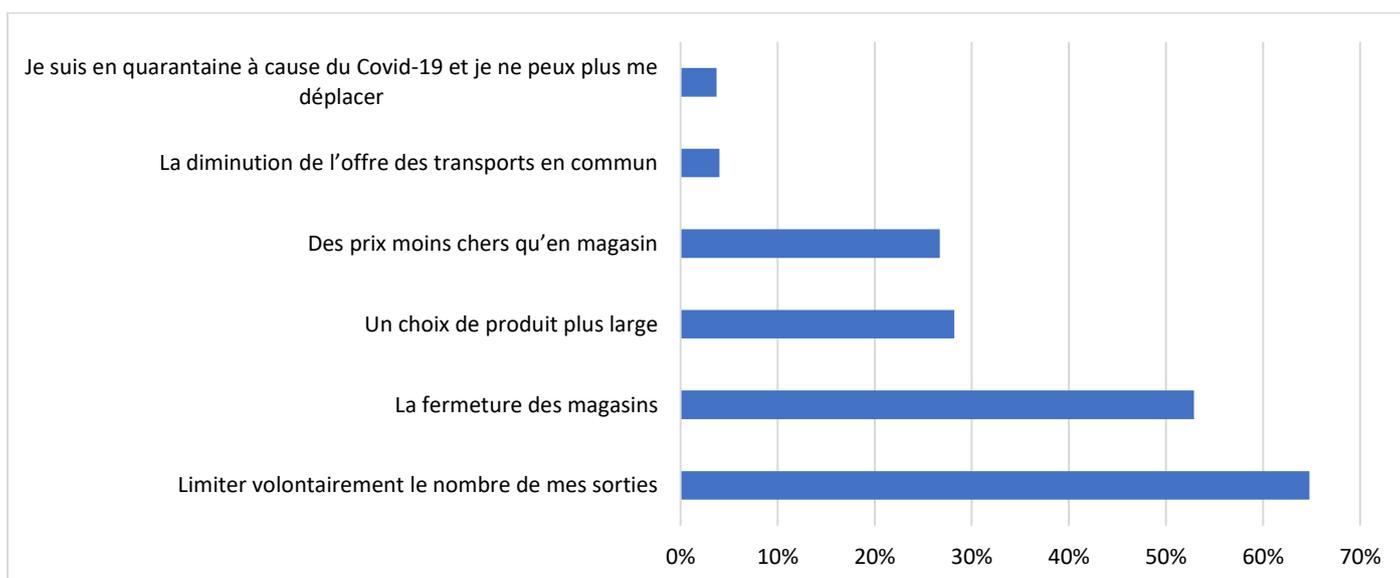


Figure 18 Motifs pour acheter davantage en ligne

On peut également souligner que la crise sanitaire semble vouloir encourager une partie de la population à favoriser les commerces de proximité pour leurs achats alimentaires et non alimentaires (47 % et 38 % des répondants, respectivement). Ces nouveaux comportements de consommation pourraient avoir un impact sur les distances parcourues pour ces motifs de déplacements (voir Figure 19).

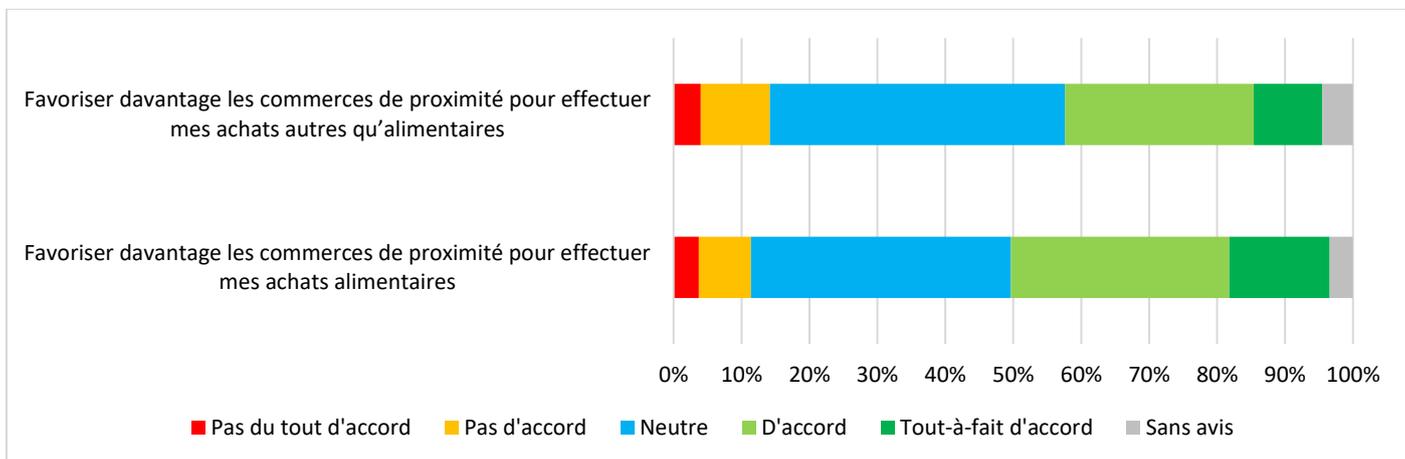


Figure 19 Impact de la crise sanitaire du Covid-19 sur les achats dans les commerces de proximité

## 9. L'achat de véhicules

La crise sanitaire du Covid-19 inciterait 9,3 % des répondants à envisager l'achat d'un ou plusieurs véhicules. La méfiance vis-à-vis des transports en commun participe probablement à cette intention d'achats. La voiture est le véhicule le plus souvent choisi (46 %). Toutefois, ces mêmes personnes déclarent également vouloir acquérir un vélo et/ou un vélo électrique, pour 28 % et 29 % de ces répondants, respectivement. (Voir Figure 20).

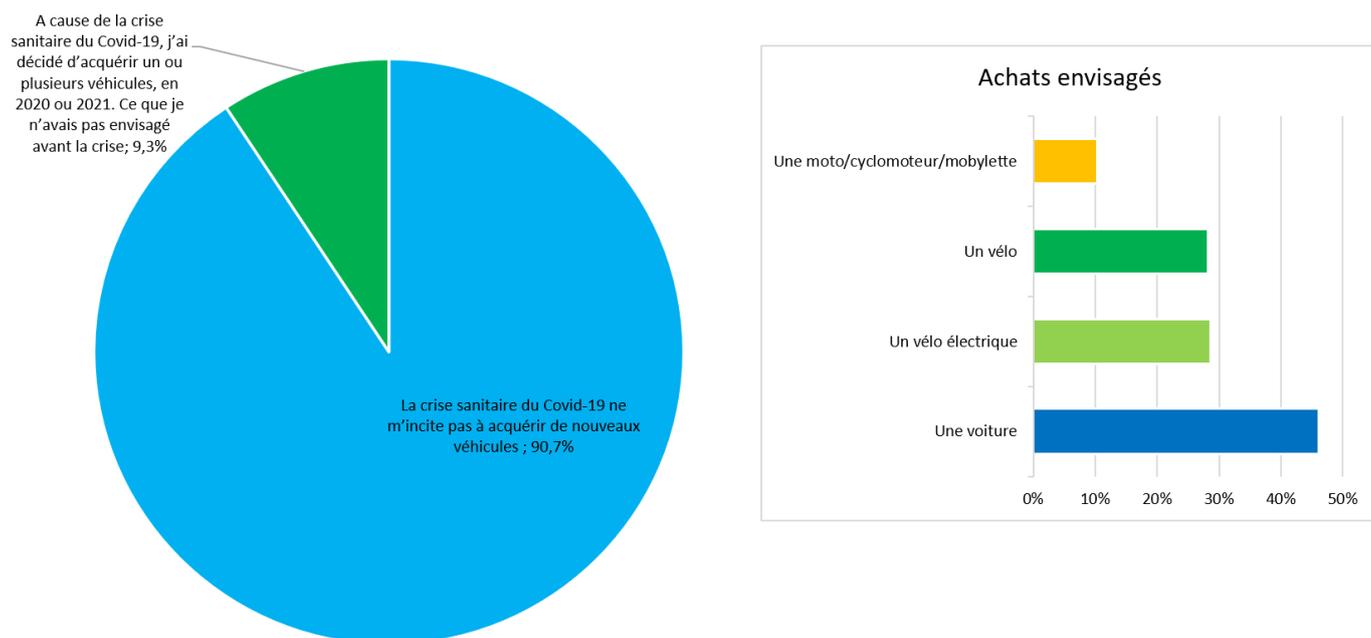


Figure 20 Intention d'achat de véhicule(s)

## 10. Les vacances, en Belgique et à l'étranger

Si la crise sanitaire du Covid-19 semble impacter nos déplacements au quotidien, elle peut également avoir un effet sur nos projets de vacances, tant en Belgique qu'à l'étranger. Les belges souhaitent-ils encore partir en vacances, aussi souvent et aussi loin ?

Avant la crise sanitaire du Covid-19, 62 % des répondants avaient planifié, pour 2020, de partir en vacances à l'étranger et 32 % en Belgique. Les intentions relatives à ces projets de vacances, suite à la crise sanitaire, sont présentées à la Figure 21. Les répondants ont des réponses divergentes sur ce sujet. Mais, ils sont aux alentours de 30 % à ne pas ou ne plus avoir l'intention de partir en vacances à l'étranger ou en Belgique.

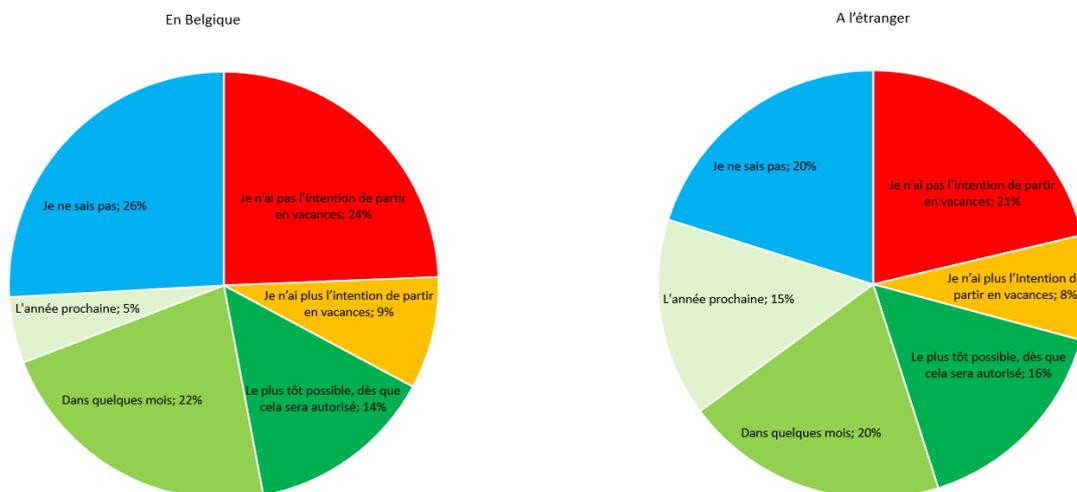


Figure 21 Intentions relatives aux projets de vacances, suite à la crise sanitaire du Covid-19

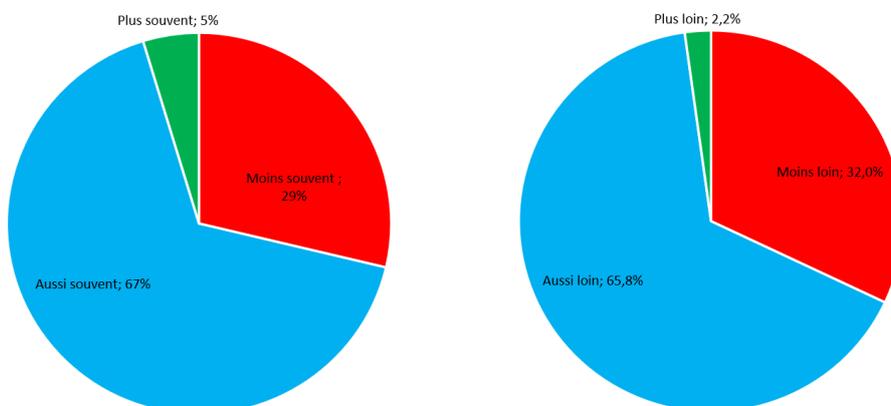


Figure 22 Intentions relatives aux projets de vacances, suite à la crise sanitaire du Covid-19 (fréquence, à gauche et distance, à droite)

Majoritairement, les répondants indiquent vouloir partir aussi loin et aussi souvent qu'avant la crise sanitaire du Covid-19 (voir Figure 22). Cependant, la crise semble avoir pour conséquence d'encourager les répondants à considérer le tourisme local et de proximité et délaissier les destinations lointaines (voir Figure 23).

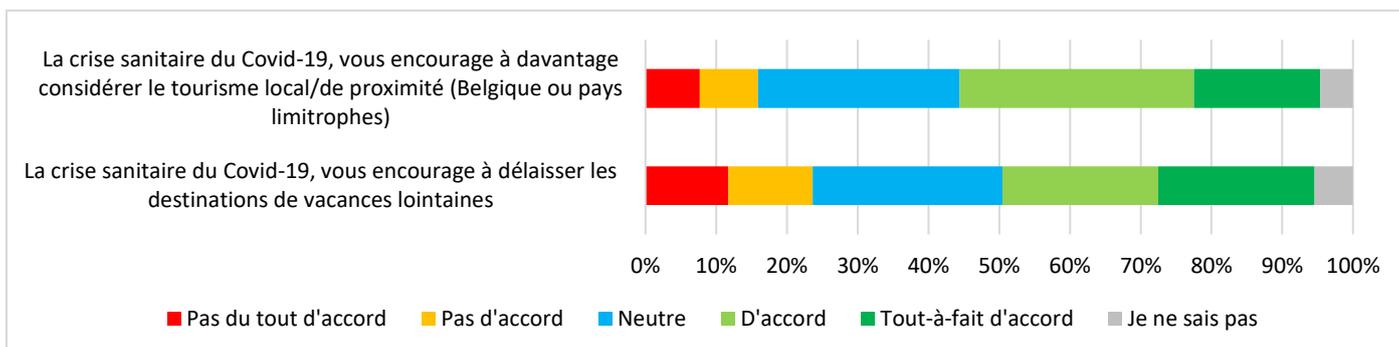


Figure 23 Perception du tourisme local et des destinations lointaines, suite à la crise sanitaire du Covid-19



SERVICE PUBLIC FÉDÉRAL  
MOBILITÉ ET TRANSPORTS

[www.mobilit.belgium.be](http://www.mobilit.belgium.be)

