

# ATTACHEMENT A LA VOITURE ET LEVIERS DU REPORT MODAL EN GUADELOUPE

---

Etude socio-anthropologique

---

**RAPPORT FINAL**

Janv.  
2023



EXPERTISES

## REMERCIEMENTS

*L'Ademe remercie vivement les partenaires de cette étude : Région Guadeloupe, Direction de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement, Observatoire Régional des Transports*

*Ainsi que :*

*Jean-Marie TIERNY (ETOM)*

*Rémadjé N'GARONE (Anthropo Logiques)*

## CITATION DE CE RAPPORT

BALL Leah, LARIVIERE Léo, DUGRILLON Cloé. 2023. Attachement à la voiture et leviers du report modal en Guadeloupe. 105 pages.

Cet ouvrage est disponible en ligne <https://librairie.ademe.fr/>

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle (art. L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. Seules sont autorisées (art. 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé de copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 à L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.

### Ce document est diffusé par l'ADEME

#### ADEME

20, avenue du Grésillé  
BP 90 406 | 49004 Angers Cedex 01

Numéro de contrat : 2021MA000088

Étude réalisée pour le compte de l'ADEME par : NOMADEIS

#### Coordination technique - ADEME :

**Christelle CLAMAN** Coordinatrice du Pôle Territoires durables et accompagnement des politiques

**Jonathan MULLER** Ingénieur Energies renouvelables et Mobilité durable

Direction/Service : Direction Régionale Guadeloupe

# RÉSUMÉ EXECUTIF

L'analyse de l'attachement à la voiture en Guadeloupe et des leviers du report modal permet d'aboutir à **une série de messages clés et de recommandations**, synthétisés dans la présente section. Les renvois entre crochets se réfèrent aux sections qui fondent ce résumé exécutif.

## MESSAGES CLÉS

1. La voiture individuelle est **un mode de transport essentiel et incontournable** en Guadeloupe [voir partie 3.1]. Représentant quasiment **les ¾ des déplacements des ménages**, elle constitue le moyen de transport exclusif pour **sept Guadeloupéens sur dix**. Elle est utilisée pour **la quasi-totalité des trajets**, même de courte distance.

Au cours de la dernière décennie, la place centrale occupée par la voiture dans la mobilité guadeloupéenne **n'a cessé de s'intensifier**, comme en témoignent les hausses continues du **taux d'équipement des ménages**, de la **quantité de voitures en circulation**, du **nombre de trajets automobiles journaliers** et de la **distance moyenne réalisée quotidiennement en voiture**.
2. La prédominance de la voiture en Guadeloupe **soulève de nombreuses problématiques**, ce qui plaide en faveur de la mise en œuvre d'une ambitieuse transition de la mobilité [voir partie 3.2].

En premier lieu, la voiture représente **un facteur de précarisation** pour une large part de la population guadeloupéenne, contrainte d'utiliser la voiture quotidiennement pour se déplacer. Les dépenses de transport (principalement l'achat de véhicules et de carburants) constituent en effet le poste le plus important du budget des ménages, devant l'alimentation et le logement (1/5 de leurs dépenses totales). Dans un contexte global de renchérissement des énergies fossiles, il s'agit d'une **source de potentielles tensions sociales voire politiques**. La revendication d'une baisse du prix des biens de consommation de base, et en particulier du carburant, a d'ailleurs constitué l'un des déclencheurs des dernières crises sociales.

Sur le plan environnemental, l'omniprésence de la voiture individuelle constitue **l'un des principaux enjeux de la transition écologique et énergétique guadeloupéenne**. Premier poste de consommation énergétique (la quasi-totalité des ressources en énergie étant par ailleurs importée), la mobilité automobile est à l'origine d'1/3 des émissions de gaz à effet de serre guadeloupéennes.
- De même, les infrastructures qui lui sont associées (routes, parkings, etc.) **mobilisent 1/5 des surfaces artificialisées de l'archipel**, dont une partie est située dans des zones menacées par l'accroissement des événements extrêmes liés au dérèglement climatique.

Enfin, la dépendance à l'automobile a des conséquences sur **le bien-être et la qualité de vie** : elle est à l'origine d'une forte congestion des routes et se trouve au cœur de nombreux enjeux de santé publique (qualité de l'air, pollution sonore, sédentarité, mortalité routière...).
3. La prépondérance de l'automobile est intimement liée à **l'histoire récente de la Guadeloupe** et aux **choix collectifs pris par le passé en matière de mobilité**, qui ont inscrit le territoire dans une logique de « tout-à-l'automobile » [voir partie 3.3].

Au cours de la seconde moitié du XX<sup>ème</sup> siècle, la Guadeloupe a connu **un bouleversement profond de son organisation économique, sociale et territoriale**, provoqué par l'érosion rapide et continue de la position socio-économique dominante occupée jusqu'alors par le secteur de la canne à sucre et par l'application du programme de « départementalisation » économique et sociale de la Guadeloupe.

Ce bouleversement s'est notamment traduit par une convergence accélérée des modes de vie et de consommation vers les standards hexagonaux, mais également par une évolution rapide de l'organisation économique et spatiale du territoire, désormais marquée par un phénomène conjoint de **concentration de l'activité économique dans les pôles urbains** (en particulier au niveau de l'agglomération centrale) et **d'étalement périurbain de l'habitat**. De ce fait, la voiture est aujourd'hui placée au cœur des choix professionnels et résidentiels qui structurent les modes de vie de la population guadeloupéenne.

Dans le même temps, la mise en place **d'infrastructures automobiles complètes**, perçues comme un support de progrès social et un vecteur de développement, a été priorisée par rapport aux autres réseaux de transport. Comme sur d'autres territoires, cette orientation passée des politiques publiques de la mobilité a donné naissance à une forme de **cycle auto-alimenté** : le développement des infrastructures routières a encouragé le recours à la voiture, qui a lui-même requis un développement supplémentaire de routes. Ce choix collectif a par ailleurs rendu possible la **disjonction spatiale entre les lieux d'activité et les espaces résidentiels**, qui suppose le déplacement quotidien de milliers de personnes « auto-mobiles ».

A l'inverse, les transports en commun se caractérisent par une **insuffisante praticité** tandis que les usagers déplorent une **mauvaise qualité de service**. Les modes actifs souffrent quant à eux de **l'absence d'infrastructures dédiées et sécurisées**. Les 2/3 des Guadeloupéen.ne.s considèrent d'ailleurs ne disposer **d'aucune autre solution de mobilité** que la voiture.

Au regard de ces éléments, l'automobile en Guadeloupe peut aujourd'hui être considérée comme **un besoin, voire une nécessité pour une large part de la population**. Elle constitue un attendu formel de la plupart des emplois, permet d'élargir son périmètre d'activités, d'évoluer sur le territoire de façon libre et autonome, d'entretenir des relations familiales et sociales, conditionne l'accès à un habitat abordable et éloigné des centres urbains les plus denses, etc.

4. Au-delà des facteurs historiques et structurels, la motorisation de la société guadeloupéenne

relève de **logiques sociales et culturelles**. Ces logiques nourrissent également l'attractivité de l'automobile et l'attachement des individus à ce mode de transport [voir partie 3.4].

En particulier, la population guadeloupéenne témoigne d'un fort attachement au **mode de vie « confortable »**<sup>1</sup> que la voiture facilite, fondé sur **une mobilité libre et autonome**. Ainsi, 85 % des Guadeloupéen.ne.s se retrouve dans l'affirmation selon laquelle la voiture représente **« la liberté d'aller où l'on veut, quand on veut »** et les **trois quarts** d'entre eux voient la voiture comme **« le mode de transport le plus rapide et le plus efficace »**<sup>2</sup>.

Ce constat éclaire le fait qu'en dépit des contraintes et des controverses contemporaines qui sont attachées à l'automobile (voir paragraphe 2 ci-dessus), près de **85 % des Guadeloupéen.ne.s déclarent en avoir une image « positive »** ou **« plutôt positive »**.

5. Ces logiques d'attachement à l'automobile **ne sont toutefois pas univoques et unanimes** [voir partie 3.4.2].

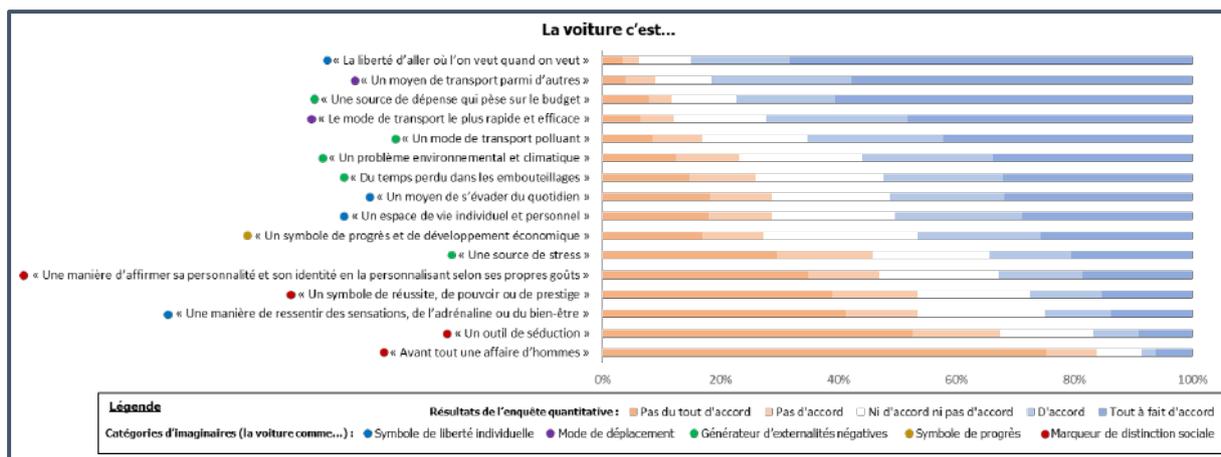
En dépit de l'image positive dont l'automobile continue de bénéficier, une majorité de la population guadeloupéenne exprime une forme de **« fatigue automobile »**. Le **poids de la mobilité automobile** dans le budget des automobilistes constitue le principal facteur d'exaspération, mais la population déplore aussi l'état du réseau routier, le temps perdu dans les embouteillages et associe la voiture à un problème environnemental.

Cette perception critique de l'automobile est plus marquée chez les **catégories sociales plus favorisées** (diplômés, cadres et professions libérales, etc.), qui se caractérisent par des usages automobiles proportionnellement plus intenses. A l'inverse, les **groupes sociaux les plus**

---

<sup>1</sup> Tout en étant critiques vis-à-vis de l'automobile, les personnes interrogées se déclarent néanmoins attachées à la notion de confort associée à la voiture. Le terme « confortable » émerge ainsi des conclusions des enquêtes comme étant fortement associé à l'usage de la voiture.

<sup>2</sup> A l'inverse, les enquêtes menées dans le cadre de la présente étude ont permis de démontrer que l'attachement aux dimensions distinctives de l'automobile (l'automobile comme vecteur de différenciation sociale) était minoritaire en Guadeloupe.



*Synthèse du poids relatif des imaginaires et représentations sociales communément associés à l'automobile en Guadeloupe*

**exclus du système automobile** (jeunes, chômeurs, ouvriers, personnes les moins diplômées, résidents et travailleurs des régions rurales et isolées, etc.) affichent un **investissement personnel et symbolique plus important** vis-à-vis de ce mode de transport.

6. Ces variations confirment le fait que la mobilité automobile s'inscrit en Guadeloupe dans un **processus d'accès à l'autonomie, à la stabilité et à la vie active** : une utilisation intense de la voiture constitue un **marqueur d'inclusion économique et sociale**, même si cela accroît la perception des limites du système automobile. Au contraire, ne pas être véhiculé est ressenti comme une forme **d'exclusion ou de marginalisation**, ce qui conduit plus facilement à idéaliser la voiture, symbole d'un mode de vie inaccessible. Parmi les problématiques automobiles auxquelles la Guadeloupe est confrontée, **la mortalité routière** occupe un rang important, alors que le nombre de tués sur les routes atteint des **niveaux records** et **ne cesse de progresser** (33 décès en 2018, 47 en 2019, 51 en 2020, 65 en 2021).

De façon générale, la quasi-totalité des accidents mortels trouve son origine dans **l'irrespect d'une ou plusieurs règles de sécurité routière** : en Guadeloupe, ces règles sont, par ordre d'importance, la conduite sous l'emprise de l'alcool ou de stupéfiants, le non-port des équipements de sécurité routière, la vitesse excessive et, dans une moindre mesure, l'usage du téléphone portable au volant.

Une partie significative de ces infractions, notamment la vitesse excessive et l'utilisation du téléphone au volant, relève d'**une croyance dans la possibilité d'optimiser le temps en ne respectant pas certaines règles du Code de la Route**, en lien avec des obligations professionnelles, un état de fatigue ou de stress.

Les travaux menés auprès de la population guadeloupéenne suggèrent par ailleurs un **rapport plus contestataire à la réglementation routière** que dans les autres régions françaises. Cette spécificité se traduit notamment par le refus du port des équipements de sécurité et les excès de vitesse.

Enfin, le **poids de l'alcool** dans les déterminants de la mortalité routière peut être mis en perspective avec le contexte local, s'agissant notamment du poids culturel et économique du rhum. Toutefois, **l'absence structurelle d'alternatives à la voiture** pour se déplacer la nuit contribue également à expliquer la propension d'une partie des automobilistes guadeloupéens à prendre le volant en ayant dépassé les limites légales en matière d'alcoolémie.

De même, la population guadeloupéenne pointe **l'insuffisant niveau de sécurité des infrastructures routière** (marquages au sol et éclairages, dos d'ânes, nids-de-poule, etc.) comme un facteur d'insécurité routière.

7. Le phénomène de la mortalité routière est **enraciné socialement**.

Le profil type de la population infractionniste – qui est à l'origine de l'insécurité routière et victime de cette dernière –, est constitué **d'hommes, de jeunes, de célibataires et de personnes évoluant en milieu rural**. Ces groupes se caractérisent par un positionnement plus réfractaire vis-à-vis de la réglementation automobile, notamment pour des raisons de construction identitaire et de rapport à l'autorité ou en réponse à un besoin d'émancipation.

Les **personnes issues des catégories socio-professionnelles supérieures** (chefs d'entreprises, cadres et professions libérales en particulier) forment le deuxième groupe des

automobilistes les plus infractionnistes. Il s'agit ici plutôt d'une tendance à banaliser les facteurs de risque et à faire passer les obligations professionnelles ou le jugement personnel avant les règles de sécurité routière.

8. Les mobilités actives sont particulièrement vulnérables.

En 2021, les **usagers vulnérables** représentaient 60 % des tués sur les routes en Guadeloupe<sup>3</sup>, ce qui démontre des **conditions de sécurité insuffisantes** pour ces types de mobilité (vélos, piétons). L'état des routes, le manque de signalisation ou encore le manque d'éclairage sont le plus souvent la cause des accidents impliquant ces types de mobilités.

## RECOMMANDATIONS

A. Au regard de l'inscription historique du territoire guadeloupéen dans la logique du « tout-à-l'automobile », une transition de la mobilité à la hauteur des enjeux nécessite **d'agir sur les cadres collectifs et structurels qui conditionnent les pratiques de déplacement sur le territoire** [voir partie 4.1].

Dans ce contexte, la **priorité absolue** des acteurs publics guadeloupéens de la mobilité doit résider dans :

- L'investissement massif pour le **déploiement d'alternatives performantes à l'utilisation du véhicule automobile individuel** (modes actifs, transports en commun, covoiturage...); et
- La mise en œuvre **d'une politique globale d'aménagement du territoire** pour faciliter l'accès aux services essentiels de proximité, permettre une répartition équilibrée des activités sur le territoire et, ce faisant, réduire les besoins de mobilité.

La première de ces deux priorités est d'autant plus primordiale qu'un trajet moyen en voiture s'effectue en Guadeloupe sur une distance de **9,2 kilomètres** et qu'un quart des trajets automobiles s'effectue sur **moins de 3 kilomètres**. Au regard de ces courtes distances, le report de la voiture vers d'autres modes de transport ne semble pas hors de portée, à condition de proposer aux automobilistes guadeloupéens une véritable offre de transport alternative.

De même, une **très large part de la population guadeloupéenne** se retrouve dans l'affirmation selon laquelle la voiture constitue « **un moyen de transport parmi d'autres** », un relativisme qui suggère la possibilité d'un engagement vers un **report modal**.

Dans le même ordre d'idées, l'activation du levier public de la **régulation économique** (subventions, taxes, etc.) apparaît comme un outil de transition essentiel. Les ménages identifient en effet la diminution du budget alloué à l'automobile comme une importante motivation à faire évoluer leurs pratiques de mobilité, ce qui justifie la mise en place de politiques jouant sur les déterminants économiques de la transition vers une mobilité durable.

L'adoption de **normes réglementaires** (obligations, interdictions, etc.) constitue un autre instrument aux mains des pouvoirs publics permettant d'agir de façon structurelle sur les modes de déplacement.

La mise en application de ces différentes recommandations « structurelles » constitue un **prérequis pour conduire une véritable transition de la mobilité** et faire évoluer significativement les représentations sociales associées à l'automobile.

Elle pourrait relever d'une **mission publique dédiée** (par exemple dans le cadre de la future AOM unique qui devrait voir le jour en 2023) réunissant les autorités locales concernées et chargées d'identifier, d'engager et de suivre les chantiers prioritaires.

Les enseignements du rapport, notamment ceux issus des enquêtes quantitatives et qualitatives, constituent des **pistes de réflexion** à disposition des acteurs guadeloupéens de la mobilité [voir notamment les encadrés dédiés aux transports collectifs, aux modes actifs et au covoiturage de la partie 3.3.2 ci-dessous]

<sup>3</sup> DEAL Guadeloupe, *Accidentalité routière en Guadeloupe. Bilan 2021*

## L'électrification automobile en Guadeloupe : une solution pour décarboner la mobilité [voir partie 0 ci-dessous] ?

Comme le rappelle le résumé aux décideurs du sixième rapport d'évaluation du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), l'électrification des véhicules constitue **une solution indispensable** à l'atteinte des objectifs en matière de décarbonation des transports compte tenu du différentiel d'empreinte carbone sur l'ensemble du cycle de vie entre les véhicules électriques et les véhicules thermiques. Cette solution se trouve ainsi fortement soutenue par les pouvoirs publics et contribuerait à apporter **une réponse à la problématique de transition énergétique et climatique à laquelle le territoire fait face**.

Toutefois, la mobilité électrique occupe encore **une place marginale** au sein des modes de déplacement en Guadeloupe. En 2017 (dernière donnée disponible à date au moment de la rédaction du rapport), les motorisations hybrides et électriques représentaient moins de 0,5 % du parc de véhicules en circulation (0,05 % pour les 100 % électriques). Si les décomptes annuels d'immatriculations de véhicules électriques laissent penser que cette part a progressé depuis, cette progression n'est **pas suffisante** pour remettre en question la domination actuelle du moteur thermique. De plus, la forte progression de la part de marché des **Sport Utility Vehicles (SUV)**, véhicules plus lourds, plus énergivores et plus émissifs et **l'intensification constante des usages automobiles** (voir point 1 ci-dessus) risquent d'amoinrir les efforts d'amélioration de la performance environnementale des véhicules (dans le cadre d'un phénomène d'« effet rebond »).

Par ailleurs, l'électrification des véhicules ne règle pas tous les problèmes liés à la prépondérance de l'automobile en Guadeloupe : les **pollutions atmosphériques et sonores** sont atténuées sans disparaître, la **mortalité routière** et les **conséquences sanitaires** de la sédentarité liée à la mobilité motorisée ne sont pas modifiés, les **surfaces artificialisées** pour l'usage de la voiture ne diminuent pas, pas plus que la **congestion des routes** et les **inégalités d'accès à la mobilité** ne sont résolues... De même, le développement de la voiture électrique risque de générer de **nouvelles dépendances** envers la consommation de ressources (lithium, cobalt, nickel, etc.) et des **pollutions supplémentaires** (générées par la production de nouveaux véhicules et le remplacement des anciens).

Si l'on ajoute à ces éléments que plus des trois quarts de la production électrique guadeloupéenne repose sur les **énergies fossiles** et que la décarbonation de cette production électrique n'est pas assurée à court terme, la concentration des efforts sur la seule progression du marché des véhicules électriques **n'apparaît pas de nature à assurer seule une transition climatique et énergétique de la mobilité à la hauteur des enjeux**.

Ainsi, au-delà de l'électrification, la réussite de la transition automobile en Guadeloupe repose sur **un effort de sobriété dans les transports** : réduction de la place de la voiture individuelle au profit des modes de transport alternatifs, adoption de véhicules moins lourds et énergivores, diminution de la demande de transport, etc.

La mobilité électrique a donc bien un rôle à jouer dans la transition, mais elle doit être accompagnée d'un apprentissage auprès des utilisateurs pour limiter l'impact sur le réseau électrique et utiliser au maximum les réserves en énergies renouvelables (pour les utilisations en recharge de jour). La transition du réseau électrique vers les énergies renouvelables locales est en cours et sera réalisée parallèlement au déploiement des véhicules électriques sur le territoire.

B. En parallèle d'une action résolue sur les cadres structurels qui fondent la dépendance guadeloupéenne à l'automobile, les pouvoirs publics peuvent mobiliser les **instruments d'information et de communication** dont ils disposent [voir partie 4.3]. L'objectif est ici d'agir directement sur les **logiques culturelles et sociales** qui influent sur les pratiques de mobilité et sur le respect des règles de sécurité routière.

Dans cette optique, l'organisation d'**une ou plusieurs grandes campagnes de communication à l'échelle de la région guadeloupéenne** constitue un levier d'action utile.

Pour être efficaces, ces campagnes devront être :

- Centrées sur **des changements de comportement réellement possibles et désirables** du point de vue des populations-cibles.

- **Ciblées**, c'est-à-dire proposant des messages différenciés en fonction des zones ou des publics-cibles retenus.
- **Massives, répétées et projetées sur le temps long**, ce qui implique un coût non négligeable pour les pouvoirs publics.
- Cohérentes avec les autres informations relayées localement, ce qui peut nécessiter de **réguler les autres sources de discours** (par exemple la publicité automobile).

A noter que des **pistes d'argumentaires et de messages communicants** sont proposées dans le cadre du présent rapport. Elles ont été testées et ont fait l'objet d'un premier retour d'expérience dans le cadre d'« ateliers citoyens » organisés en octobre 2022 en Guadeloupe [voir partie 5].

**Deux enjeux mis en lumière dans le cadre de la présente étude devront être pris en compte dans la préparation des futures politiques visant à diminuer la place de la voiture en Guadeloupe.**

D'une part, l'automobile constitue actuellement dans les représentations sociales dominantes **un symbole de confort, d'autonomie et de liberté** (voir point 4 ci-dessus). Dans ces conditions, la transition vers une mobilité décarbonée ne semble devoir s'imposer sans contraintes ou évolutions radicales des mentalités qu'à la condition de reposer sur **un ou plusieurs modes de déplacement alternatifs à l'automobile conférant une sensation de confort, d'autonomie et de liberté** au moins équivalente à celle qui est aujourd'hui attachée à la voiture.

Comme indiqué précédemment, cela suppose un investissement public massif dans le développement de ces alternatives. Cela nécessite également de porter **une attention particulière à ces notions de confort, à l'autonomie et à la liberté**, qui doivent constituer un point de référence incontournable des futures politiques de transition de la mobilité en Guadeloupe.

D'autre part, au regard de la désillusion affichée par la population guadeloupéenne vis-à-vis de la possibilité d'un changement décisif en matière de mobilité, les futurs efforts de communication **devront impérativement être concentrés sur les modes de transport dont la qualité de service est certaine et compétitive par rapport à la voiture**. Dans le cas contraire, la défiance vis-à-vis de la possibilité d'une transition risque de s'accroître et l'image des alternatives à la voiture se dégrader.

C. En addition de ces efforts communicationnels, les autorités publiques guadeloupéennes peuvent mettre en place **un ou plusieurs dispositifs d'accompagnement et d'animation**.

Sur le modèle des plateformes territoriales de la rénovation énergétique (PTRE), il s'agirait de construire un véritable **service public de l'accompagnement des ménages vers une mobilité durable et apaisée**. Ce service public serait chargé d'identifier des populations ou des zones à accompagner vers le changement, de prodiguer un accompagnement personnalisé et d'organiser un programme d'animation territoriale sur ces thématiques.

De tels dispositifs étant **coûteux pour les pouvoirs publics** (en lien avec la nécessité de recruter de nombreux animateurs territoriaux), ils devront être :

- Réservés aux contextes où il est effectivement possible de proposer des **alternatives véritablement attractives** au

comportement que l'on souhaite faire évoluer ;

- **Ciblés sur une population ou une zone spécifique** que les autorités publiques souhaitent particulièrement voir évoluer.

D. En complément de ces différentes recommandations, les pouvoirs publics guadeloupéens pourraient **appliquer certains outils issus des « nudges »** à l'aménagement des infrastructures de mobilité. En jouant sur les biais cognitifs, ces derniers peuvent en effet influencer sur le report modal et les comportements en matière de sécurité routière de façon non contraignante, indirecte et indolore [voir partie 4.3.3].

La mise en œuvre de cette dernière recommandation nécessiterait la réalisation d'une **étude complémentaire** destinée à recenser les expérimentations de *nudges* visant les automobilistes, afin d'organiser leur reproduction en Guadeloupe.

**Pour être efficaces et acceptées par la population guadeloupéenne, les politiques visant à accompagner la transition de la mobilité et l'évolution des comportements en matière de sécurité routière devront être mises en œuvre selon une série d'étapes clés<sup>4</sup>.**

En amont de leur mise en œuvre, ces politiques devront faire l'objet d'une première **phase de réflexion sur l'objectif visé**. Il s'agit en particulier de cibler précisément les **pratiques à faire évoluer**, mais aussi de caractériser et d'identifier la **population-cible**, à l'appui notamment des enseignements de la présente étude.

Les futures politiques publiques de la transition de la mobilité guadeloupéennes devront en effet impérativement être **ciblées** [voir partie 4.2], prenant en compte les **variations culturelles et sociales dans le rapport à l'automobile**, la **capacité d'action** (au regard notamment des moyens matériels et financiers nécessaires à la mise en œuvre du comportement souhaité, des contraintes structurelles qui contraignent les modes de mobilité, etc.), la **motivation à agir** et la **force d'entraînement** sur le reste de la société.

S'agissant du **report modal**, les conclusions de l'étude désignent les **catégories sociales plus favorisées** (métiers les plus qualifiés, personnes les plus diplômées) comme **une des populations cibles prioritaires**. Ce groupe affiche en effet un investissement symbolique dans l'automobile plus faible, ce qui suggère **une motivation plus marquée** à réduire les pratiques automobiles. Par ailleurs, il est caractérisé par une intensité d'usage plus forte : une évolution des comportements de mobilité de cette population **contribuerait donc plus fortement à la réduction de la place de la voiture** en Guadeloupe. L'impact d'une telle évolution serait d'autant plus important qu'il s'agit d'une catégorie sociale qui bénéficie probablement d'une certaine **force d'entraînement** sur le reste de la population.

Pour ce qui concerne **l'insécurité routière**, les catégories de la population dont les comportements infractionnistes contribuent le plus fortement à la mortalité routière peuvent être considérées comme prioritaires et faire l'objet de politiques dédiées. Comme indiqué précédemment [voir point 7 ci-dessus], il s'agit schématiquement des **hommes, jeunes, célibataires, évoluant en milieu rural**, ainsi que des **catégories socio-professionnelles supérieures**.

La seconde étape de mise en œuvre de politiques visant à accompagner la transition de la mobilité et l'évolution des comportements en matière de sécurité routière consiste à concevoir **la stratégie d'intervention**, en sélectionnant un ensemble de leviers à activer (investissements, communication, réglementation, régulation économique, etc.). La politique sera d'autant plus pertinente qu'elle **combinera plusieurs leviers**, agissant sur l'ensemble des déterminants des pratiques et comportements visés. Il est entendu qu'il n'existe pas de levier unique et adapté à toutes les situations et que **tous les leviers ne se valent pas en termes d'impact** : le déploiement d'alternatives performantes à l'utilisation du véhicule automobile individuel est ainsi bien plus efficace pour orienter les modes de déplacement que l'organisation d'une campagne de communication.

Une fois la politique **mise en œuvre** (éventuellement après une phase expérimentale), son **suivi** et son **évaluation**, au moyen **d'indicateurs de résultats**, sont également essentiels pour appréhender *a posteriori* la pertinence, la cohérence, l'efficacité et l'efficience des actions menées, afin de les réorienter si besoin.

---

<sup>4</sup> ADEME, *Changer les comportements. L'apport des sciences humaines et sociales pour comprendre et agir*, ADEME Editions, 2016.

## **SOMMAIRE**

<b>RÉSUMÉ</b> .....	<b>12</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>13</b>
<b>1. CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ETUDE</b> .....	<b>14</b>
<b>2. METHODOLOGIE : UNE ETUDE MENE EN TROIS PHASES</b> .....	<b>15</b>
2.1. Première phase : état des lieux (janv. à mars 2022) .....	15
2.2. Seconde phase phase : enquête de terrain (avr. à juillet 2022) .....	15
2.3. Troisième phase : élaboration de recommandations (sept. à déc. 2022).....	16
<b>3. RESULTATS DES DEUX PREMIERES PHASES DE L'ETUDE.....</b>	<b>17</b>
3.1. L'automobile constitue le cœur de la mobilité guadeloupéenne .....	17
3.1.1. La voiture individuelle (et plus spécifiquement l'autosolisme) est le premier mode de déplacement en Guadeloupe.....	17
3.1.2. La prépondérance de l'automobile en Guadeloupe s'inscrit dans une dynamique d'intensification.....	18
3.2. La place prépondérante de l'automobile en Guadeloupe soulève une série d'« externalités ».....	19
3.2.1. Le coût associé à la possession d'une automobile est au cœur des problématiques socio-économiques du territoire .....	19
3.2.2. La réduction de la place de l'automobile constitue l'un des principaux enjeux de la transition écologique en Guadeloupe .....	22
3.2.3. La place de l'automobile dans la mobilité quotidienne a un impact sur la qualité de vie et le bien-être .....	25
3.2.4. La mortalité routière constitue un problème majeur en Guadeloupe.....	27
3.3. La place de l'automobile en Guadeloupe tient à une série de facteurs structurels et historiques, qui conditionne les choix de mobilité.....	28
3.3.1. Pour des raisons liées à l'histoire guadeloupéenne, l'auto-mobilité est aujourd'hui indissociable de l'accès à la vie économique et sociale.....	28
3.3.2. La dépendance à l'automobile en Guadeloupe doit également être appréhendée à la lumière de l'offre de transport sur le territoire.....	30
3.4. L'importance de la voiture en Guadeloupe relève aussi d'un environnement culturel et social .....	43
3.4.1. L'attachement à la voiture repose sur la force des représentations sociales qui lui sont associées .....	43
3.4.2. Le rapport à l'automobile et les logiques d'attachement à la voiture sont sous-tendus par des polarisations sociales.....	52
3.4.3. Le problème de la mortalité routière en Guadeloupe relève également de déterminants sociologiques et psychologiques.....	58
<b>4. RECOMMANDATIONS</b> .....	<b>65</b>
4.1. La transition de la mobilité guadeloupéenne suppose l'activation conjointe d'un ensemble de leviers.....	65

4.2. Les futures politiques publiques de la mobilité en Guadeloupe devront prendre en compte les divergences sociales dans le rapport à l'automobile et à la sécurité routière. 66

4.3. Les pouvoirs publics guadeloupéens disposent de leviers de communication et d'influence leur permettant d'orienter les comportements en matière de mobilité et de sécurité routière .....71

4.3.1. La mise en œuvre d'une ou plusieurs campagnes de communication régionales pourrait influencer sur les comportements en matière de mobilité et de sécurité routière..... 71

4.3.2. La mise en place d'un ou plusieurs dispositifs d'animation et d'accompagnement au niveau local faciliterait la transition vers une mobilité décarbonée et apaisée ..... 72

4.3.3. La mobilisation des outils et techniques issus des *nudges* permettrait d'appuyer la transition guadeloupéenne en matière de mobilité et de sécurité routière ..... 77

## **5. TEST D'ARGUMENTAIRES DANS LE CADRE DE DEUX « ATELIERS CITOYENS ».....80**

5.1. Méthodologie ..... 80

5.2. Attirer l'attention de la population sur les problèmes engendrés par l'usage de la voiture ..... 80

5.3. Mettre en avant les pratiques et initiatives déjà en place ..... 80

5.4. Valoriser les comportements compatibles avec la transition de la mobilité quelles que soient les logiques dont ils relèvent .....81

5.5. Prendre appui sur les penchants d'éthique collective caractérisant les individus.....81

5.6. Améliorer l'image des alternatives à la voiture sans dévaloriser frontalement l'automobile..... 82

5.7. Prendre appui sur des relais d'opinion et des prescripteurs légitimes et respectés .. 83

5.8. Enseignements des ateliers citoyens ..... 84

5.8.1. Enseignements de l'atelier dédié à l'usage de la voiture individuelle et au report modal ..... 84

5.8.2. Enseignements de l'atelier dédié à la sécurité routière..... 84

## **6. SYNTHÈSE DES RECOMMANDATIONS.....86**

**REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES ..... 87**

**INDEX DES TABLEAUX ET FIGURES..... 91**

**SIGLES ET ACRONYMES .....93**

## RÉSUMÉ

---

---

Partant du constat que la mobilité automobile (et, plus spécifiquement, l'autosolisme) constitue le premier mode de déplacement en Guadeloupe, cette étude vise à explorer et analyser l'attachement à la voiture sur le territoire guadeloupéen, sous un prisme socio-anthropologique.

La voiture individuelle est un mode de transport essentiel et incontournable en Guadeloupe, et le rôle central qu'elle occupe est intimement lié aux structures économiques et sociales, à l'organisation territoriale et aux orientations publiques en matière de transport et de mobilité. Une utilisation intense de la voiture constitue ainsi un marqueur d'inclusion économique et sociale, et l'automobile en Guadeloupe peut aujourd'hui être considérée comme un besoin, voire une nécessité pour une large part de la population (accès à l'emploi et autres activités, à un habitat abordable et éloigné des centres urbains les plus denses, maintien des relations familiales et sociales etc.).

En dépit de l'image « positive » dont l'automobile bénéficie encore actuellement, une grande partie de la population guadeloupéenne exprime une forme de « fatigue automobile », en raison des coûts de la mobilité automobile, de l'état du réseau routier, du temps perdu dans les embouteillages, des problèmes environnementaux et des enjeux de santé publique (qualité de l'air, pollution sonore, sédentarité, mortalité routière...) associés à son usage intensif. En outre, la mortalité routière ne cesse de progresser en Guadeloupe, et les mobilités actives (piétons, cyclistes) sont particulièrement vulnérables.

La prédominance de la voiture en Guadeloupe soulève donc de nombreuses problématiques, ce qui plaide en faveur de la mise en œuvre d'une ambitieuse politique de transition de la mobilité. Cette étude identifie des actions permettant aux acteurs publics de la mobilité de faciliter la transition du territoire et de la population guadeloupéenne vers une mobilité décarbonée et durable (avec un accroissement du recours aux alternatives à la voiture individuelle thermique et une réduction de l'intensité des usages automobiles et en particulier de l'autosolisme). Plus précisément, l'objectif est de disposer de leviers d'influence et de communication permettant d'agir sur le statut de la voiture dans les mentalités et ainsi de favoriser le report modal (agir sur les cadres collectifs et structurels qui conditionnent les pratiques de déplacement sur le territoire, organiser une ou plusieurs grandes campagnes de communication à l'échelle de la région guadeloupéenne, proposer un dispositif public d'accompagnement et d'animation à destination des publics les plus défavorisés, appliquer certains outils issus des « nudges » à l'aménagement des infrastructures de mobilité...). L'étude propose également des pistes de recommandations pour accompagner les changements de comportement en matière de sécurité routière.

## ABSTRACT

---

Noting that car mobility (and, more specifically, single occupancy vehicle use) is the primary mode of travel in Guadeloupe, this study aims to explore and analyse the attachment to cars in this territory, with a socio-anthropological perspective.

The individual car is an essential and unavoidable mode of transport in Guadeloupe, and the central role it plays is closely linked to economic and social structures, territorial organisation and public orientations in terms of transport and mobility. Intense car use is thus a marker of economic and social inclusion, and cars in Guadeloupe can today be considered a necessity for a large part of the population (access to employment and other activities, to affordable housing far from the densest urban centres, maintenance of family and social relations, etc.).

Despite the positive image of the car, a majority of the Guadeloupean population expresses a form of "car fatigue", due to the costs of car mobility, the state of the road network, the time wasted in traffic jams and the environmental problems and public health issues (air quality, noise pollution, sedentary lifestyle, accidents, etc.) associated with its intensive use. In addition, road deaths are constantly on the increase in Guadeloupe, and active mobility (pedestrians, cyclists) is particularly vulnerable.

The predominance of the car in Guadeloupe therefore raises many issues, which pleads for the implementation of an ambitious mobility transition. This study identifies actions that will enable public mobility stakeholders to facilitate the transition of the territory and the Guadeloupean population towards a decarbonised and sustainable mobility (with an increase in the use of alternatives to the individual thermal car and a reduction in the intensity of car use and in particular single occupancy vehicle use). More specifically, the objective is to have levers of communication to influence the status of the car in people's representations and thus facilitate modal shift (act on the collective and structural frameworks that condition travel practices in the territory, organise one or more major communication campaigns on the scale of the Guadeloupean region, propose a public support and animation system for the most disadvantaged groups, apply certain tools from the "nudges" to the development of mobility infrastructure, etc.). The study also makes recommendations to support behavioural changes in road safety.

# 1. Contexte et objectifs de l'étude

---

*« L'automobile est aujourd'hui l'équivalent assez exact des grandes cathédrales gothiques : (...) consommée dans son image, sinon dans son usage, par un peuple entier qui s'approprie en elle un objet parfaitement magique »<sup>5</sup>*

Roland BARTHES

Au cours des deux dernières décennies, les acteurs publics de la mobilité en Guadeloupe ont engagé une série de travaux visant à construire une **vision partagée de l'état de la mobilité et des transports guadeloupéens**, dans le but d'**améliorer l'offre de mobilité sur le territoire**<sup>6,7,8,1</sup>.

La présente étude s'inscrit dans la **continuité de ces travaux**. Partant du constat que la mobilité automobile (et, plus spécifiquement, l'autosolisme) constitue le premier mode de déplacement sur le territoire<sup>2</sup>, elle vise à explorer et analyser **l'attachement à la voiture en Guadeloupe**, avec un regard **socio-anthropologique**<sup>3</sup>.

L'automobile, en effet, ne peut être appréhendée comme un simple mode de déplacement individuel. Intimement liée aux structures économiques et sociales, à l'organisation territoriale et aux orientations publiques en matière de transport et de mobilité, elle occupe une place centrale, voire indispensable, au sein des modes de vie contemporains. Plus généralement, elle est le réceptacle de projections symboliques multiples et se situe au cœur d'imaginaires collectifs et individuels<sup>4</sup>. En ce sens, la voiture constitue un fait social à part entière<sup>5</sup>, que la présente étude analyse en tant que tel.

Sur cette base, il s'agit d'identifier des actions permettant aux acteurs publics de la mobilité de faciliter la **transition du territoire et de la population guadeloupéenne vers une mobilité décarbonée et durable** (avec un accroissement du recours aux alternatives à la voiture individuelle thermique et une réduction de l'intensité des usages automobiles et en particulier de l'autosolisme). Plus précisément, l'objectif est de disposer de leviers d'influence et de communication permettant **d'agir sur le statut de la voiture dans les mentalités et ainsi de faciliter le report modal**<sup>6</sup>. Parallèlement, les conclusions de l'étude doivent servir à élaborer des recommandations pour accompagner les **changements de comportement** en matière de **sécurité routière**.

L'étude est portée conjointement par l'ADEME, la Région et la **préfecture de Guadeloupe**, dans le cadre de l'**Observatoire Régional des Transports (ORT)**. Sa réalisation a été confiée à **Nomadeis (Wavestone)**, cabinet de conseil spécialisé dans l'accompagnement vers la transition écologique<sup>7</sup>. Ses conclusions ont vocation à être exploitées par les **autres collectivités d'Outre-mer** rencontrant des problématiques similaires à celles de la Guadeloupe et, plus généralement, par toutes les autorités publiques qui travaillent à la transition de la mobilité.

---

<sup>5</sup> BARTHES, « Mythologies », *Œuvres complètes I*, 1957.

<sup>6</sup> Observatoire des Prix, des Marges et des Revenus (OPMR) de la Guadeloupe, Etude sur le coût de possession et d'usage d'une automobile : étude comparative entre la Guadeloupe et la France métropolitaine, 2015.

<sup>7</sup> DEAL Guadeloupe, Déterminants de la prise de risques des comportements des conducteurs infractionnistes guadeloupéens, 2020.

<sup>8</sup> ADEME Guadeloupe, Faire de la Guadeloupe un archipel autonome énergétiquement dans le domaine des transports et de la mobilité à 2030, 2020.

## 2. Méthodologie : une étude menée en trois phases

### 2.1. Première phase : état des lieux (janv. à mars 2022)

La première phase de l'étude a consisté en un état des lieux détaillé de la mobilité automobile en Guadeloupe. L'ensemble des sources d'information disponibles a été mobilisé (documents institutionnels, ressources académiques et universitaires, comptes-rendus de séminaires, etc.)<sup>9</sup>.

Cet état des lieux a été complété par la tenue de deux entretiens croisés réalisés auprès d'un panel d'experts pluridisciplinaires (voir Tableau 1). Ces entretiens ont été animés par l'équipe de Nomadeis, sur la base d'un guide d'entretien conçu avec le souci d'aborder toutes les questions posées par l'étude.

	Personnalités	Description
Entretien croisé n°1 Vendredi 11 février 2022 Visioconférence	Colette RANELY VERGE-DEPRE  Stéphanie VINCENT	Maîtresse de conférences spécialisée en géographie des transports au sein de l'Université des Antilles.  Sociologue, Maîtresse de conférences à l'Université Lumière Lyon 2, spécialiste des usages et comportements en matière de mobilité.
Entretien croisé n°2 Mercredi 23 mars 2022 Visioconférence	Xavier BRISBOIS  Rémadjie NGARONÉ	Docteur en psychologie sociale expérimentale, Chercheur associé au Laboratoire Ville Mobilité Transport.  Docteure en ethnologie, membre associée du Centre d'Anthropologie Culturelle.

Tableau 1 : Expertes et experts interrogés dans le cadre de l'étude

Cette phase de la mission a donné lieu à la production d'un premier rapport intermédiaire. Une revue bibliographique complète et des comptes-rendus d'entretiens croisés ont également été produits.

### 2.2. Seconde phase : enquête de terrain (avr. à juillet 2022)

Le travail d'état des lieux réalisé au cours de la première phase a été complété par l'administration d'une enquête quantitative de terrain auprès d'un panel de 600 Guadeloupéennes et Guadeloupéens<sup>10</sup>. Cette enquête a été conduite en mai et juin 2022 par ETOM LDdom, institut de sondage spécialiste des Outre-mer. Elle visait à appréhender et hiérarchiser les logiques psychologiques et socio-anthropologiques et les facteurs structurels (économiques, politiques, urbanistiques, etc.) qui déterminent le rapport à l'automobile en Guadeloupe. Il s'agissait également de documenter la répartition de ces logiques au sein de la population guadeloupéenne en fonction des profils sociologiques et des pratiques en matière de mobilité, afin d'identifier différents « groupes-cibles » pour mieux cibler les futures politiques de la mobilité et des transports en Guadeloupe.

En parallèle, une enquête qualitative a été menée sous la forme de deux « focus groups », comptant une dizaine de personnes chacun et composés par tranches d'âge (25-39 ans et 45-60 ans). Ces temps

<sup>9</sup> A noter que les sources d'information parues après juin 2022 n'ont pas pu être analysées.

<sup>10</sup> Afin d'assurer sa représentativité statistique, le panel a été construit selon la méthode des quotas sur la base sur les données de l'INSEE. Le nombre de personnes interrogées permet d'assurer un niveau de confiance de 95 % et une marge d'erreur de 4 %. A noter cependant que pour les résultats triés selon certaines variables (par exemple par genre ou par niveau de diplôme), la marge d'erreur peut être plus élevée du fait d'un plus faible nombre de répondants. Ces données triées par variables doivent ainsi être interprétées avec plus de recul.

d'échange en comité restreint ont porté sur la **perception des différents modes de transport, des enjeux et de l'avenir de la mobilité et Guadeloupe**, ainsi que sur **l'expérience personnelle des participants en matière de sécurité routière**.

Outre le questionnaire associé à l'enquête quantitative, les guides d'animation des focus groups et les comptes-rendus des deux enquêtes, cette phase de la mission a conduit à la **production d'un second rapport intermédiaire**.

### **2.3. Troisième phase : élaboration de recommandations (sept. à déc. 2022)**

Sur la base des **conclusions des deux premières phases de la mission**, mais également **d'un travail complémentaire d'analyse de leviers de transition** actionnés dans d'autres contextes (de type benchmark), la troisième phase de l'étude a consisté en **l'élaboration de recommandations** à destination des acteurs publics de la mobilité en Guadeloupe. Ces recommandations visent à permettre d'accompagner l'évolution des pratiques sociales et comportementales en matière de mobilité et de sécurité routière.

Afin de tester leur pertinence et leur efficacité, ces recommandations ont été expérimentées à l'occasion de deux « **ateliers citoyens** » organisés les 5 et 7 octobre 2022 en Guadeloupe. Il s'agissait plus précisément de tester des **argumentaires** visant à orienter les comportements en matière de mobilité et de sécurité routière. Les conclusions de ces ateliers ont enrichi les enseignements de l'étude par un premier **retour d'expérience**.

Le **rapport final** a été rédigé et remis au commanditaire à l'issue de cette dernière phase de la mission.

## 3. Résultats des deux premières phases de l'étude

### 3.1. L'automobile constitue le cœur de la mobilité guadeloupéenne

#### 3.1.1. La voiture individuelle (et plus spécifiquement l'autosolisme) est le premier mode de déplacement en Guadeloupe

Inventée en Europe à la fin du 19<sup>ème</sup> siècle, l'automobile s'est progressivement diffusée dans l'ensemble des sociétés occidentales jusqu'à devenir le **mode de déplacement majoritaire** au cours de la seconde moitié du vingtième siècle<sup>11</sup>.

En Guadeloupe, le **panorama des pratiques contemporaines de mobilité des ménages**, réalisé entre 2019 et 2021 par le CEREMA pour le compte de la Région de Guadeloupe, confirme que cette **domination de la voiture individuelle** sur les autres modes de déplacement s'applique au territoire guadeloupéen<sup>12</sup>. Représentant quasiment **les trois quarts des déplacements** (72 %), elle supprime les modes actifs (18 %) et les transports en commun (8 %). A titre de comparaison, au niveau hexagonal, **62,8 % des déplacements sont réalisés en voiture**, devant les modes actifs et les transports en commun, qui pèsent respectivement pour **26,4 % et 9,1 %** des déplacements<sup>13</sup>.

#### Les deux-roues motorisés en Guadeloupe

Représentant une très faible part des déplacements, les deux-roues motorisés (environ 2 % des déplacements) sont relativement **peu utilisés en Guadeloupe**. Ces derniers sont généralement considérés comme des modes de transport dangereux en raison d'infrastructures routières inadaptées et d'un taux d'accidentalité important (voir partie 3.3.2 ci-dessous). L'usage des deux-roues motorisés est toutefois plus courant dans les îles du Sud, où les distances sont courtes et le trafic routier est fluide.

Plus spécifiquement, l'**autosolisme** (soit le fait de circuler seul dans une automobile) occupe une place centrale au sein des pratiques de mobilité en Guadeloupe. En effet, près des **trois quarts des déplacements réalisés en voiture** (72 %) sont réalisés par une personne seule dans son véhicule, ce qui fait de ce type de mobilité le **mode de déplacement majoritaire** dans la région (52 % des déplacements, soit un peu plus d'un déplacement sur deux)<sup>14</sup>. Par comparaison, au niveau national, **43 % des déplacements** sont réalisés par un conducteur seul (68 % des trajets automobiles relèvent de l'autosolisme)<sup>8</sup>.

Au regard de ces données, la **domination de la voiture individuelle** au sein des modes de déplacement de la population guadeloupéenne apparaît clairement ; elle est même **plus marquée** que pour le reste du territoire français.

Les résultats de l'enquête quantitative menée dans le cadre de la présente étude confirment cette relation de dépendance à la voiture puisque **près de sept Guadeloupéens et Guadeloupéennes sur dix** (69,2 %) déclarent **utiliser exclusivement la voiture pour se déplacer** (voir Tableau 2).

Bases : 600 Toutes les interviews. Aucun redressement	Global	S1 - Sexe des usagers			S2 - Quand êtes-vous-usager ?					S3 - Quelle est votre profession ?						
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / profession libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs
	600	270	330	-	94	121	178	106	141	43	94	79	117	74	137	121
<b>Q2 - En moyenne, sur une semaine type, à quelle fréquence utilisez-vous la voiture ?</b>																
<b>Vous n'utilisez pas la voiture</b>	16,7%	16,7%	16,6%	-	42,6%	17,4%	12,9%	14,2%	12,8%	7,0%	2,9%	3,6%	9,8%	27,0%	12,4%	37,2%
<b>Un déplacement sur quatre</b>	3,0%	4,4%	3,2%	-	11,1%	2,3%	1,3%	2,8%	6,4%	-	2,9%	1,3%	3,6%	5,4%	5,8%	4,1%
<b>Un déplacement sur deux</b>	6,2%	8,3%	4,5%	-	5,6%	5,6%	5,6%	6,6%	7,1%	4,7%	2,9%	6,3%	3,6%	6,8%	9,9%	5,8%
<b>Trois déplacements sur quatre</b>	4,2%	5,6%	3,0%	-	5,6%	5,6%	3,9%	2,8%	4,3%	2,5%	2,9%	10,1%	2,7%	4,1%	5,1%	1,7%
<b>Pour tous vos déplacements</b>	69,2%	66,3%	71,3%	-	33,2%	69,4%	76,4%	73,0%	65,3%	86,0%	85,2%	75,2%	80,4%	58,8%	67,2%	31,2%
	415	179	236	-	10	64	136	78	98	37	20	62	60	42	62	62

Tableau 2 : Résultats de la question 2 de l'enquête quantitative

<sup>11</sup> DEMOLI et LANNOY, « Déplacements quotidiens et usages de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>12</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.

<sup>13</sup> Ministère de la Transition Ecologique, *Comment les Français se déplacent-ils en 2019 ? Enquête Mobilité des Personnes*, 2021.

<sup>14</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.

### 3.1.2. La prépondérance de l'automobile en Guadeloupe s'inscrit dans une dynamique d'intensification

Au cours des dernières années, cette domination de la voiture individuelle au sein des modes de déplacement guadeloupéens s'est intensifiée.

S'agissant du **taux d'équipement**, sept ménages guadeloupéens sur dix (69 %) disposent d'au moins une **voiture individuelle**<sup>15</sup> contre moins de six ménages sur dix (58 %) en 1999<sup>16</sup>, soit une hausse de plus de dix points de pourcentage en un peu plus d'une dizaine d'année. Par ailleurs, les résultats de l'enquête quantitative démontrent que près d'un tiers des ménages (33,7 %) est **multi-équipé** (voir Tableau 3). A noter toutefois que le taux d'équipement automobile reste moins élevé en Guadeloupe que pour le reste de la France métropolitaine : près d'un tiers des ménages (31 %) ne possède pas de véhicule personnel<sup>17</sup> contre moins de deux ménages métropolitains sur dix (15,9 %) <sup>18</sup>.

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement		Global
		600
<b>Q1 : Combien de voitures possédez-vous dans votre foyer quand on prend en compte toutes les personnes de votre foyer ?</b>		
<b>0</b>	26,3%	158
<b>1</b>	40,0%	240
<b>2</b>	25,2%	151
<b>3</b>	6,0%	36
<b>4 ou plus</b>	2,5%	15

Tableau 3 : Résultats de la question 1 de l'enquête quantitative

Au total, le **parc de véhicules individuels en circulation** en Guadeloupe est estimé à environ **219 000** en 2019 (pour 375 700 habitants<sup>9</sup>)<sup>10</sup>. Ce chiffre est en **hausse constante** : le territoire ne comptait que 194 000 voitures en circulation en 2007 (soit une croissance de 13 % en 12 ans) <sup>11</sup>, alors même que la population de l'archipel a eu tendance à stagner, voire à décroître au cours des dernières années<sup>12</sup>.

De même, le **nombre de trajets réalisés en voiture** a eu tendance à s'accroître légèrement au cours des quinze dernières années (en moyenne 2,21 déplacements automobiles par jour et par personne en 2021, contre 2,12 en 2006)<sup>13</sup>. Selon les résultats de l'enquête quantitative, **quatre automobilistes guadeloupéens sur dix (38,2 %) déclarent utiliser la voiture au moins quatre fois par jour** (voir Tableau 4).

Base: 432 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5bis Quelle est votre profession ?						
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / profession libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs
	432	198	234	-	23	97	143	81	88	40	32	75	97	46	86	56
<b>Q4 : En moyenne, combien de fois utilisez-vous la voiture chaque jour ?</b>																
<b>0 fois par jour</b>	0,9%	0,5%	1,3%	-	-	-	0,7%	-	3,4%	-	-	-	-	2,2%	2,3%	1,8%
<b>1 fois par jour</b>	12,7%	12,6%	12,8%	-	13,0%	4,1%	7,0%	16,0%	28,4%	5,0%	18,8%	9,3%	7,2%	10,9%	29,1%	5,4%
<b>2 fois par jour</b>	28,2%	22,2%	33,3%	-	43,5%	26,8%	28,0%	28,4%	26,1%	10,0%	31,3%	25,3%	33,0%	34,8%	29,1%	28,6%
<b>3 fois par jour</b>	17,6%	18,7%	16,7%	-	13,0%	21,6%	14,7%	18,5%	18,2%	10,0%	18,8%	20,0%	19,6%	13,0%	16,3%	21,4%
<b>4 fois ou plus par jour</b>	38,2%	42,9%	34,2%	-	30,4%	45,4%	48,3%	32,1%	21,6%	70,0%	31,3%	42,7%	38,1%	39,1%	20,9%	39,3%
<b>Ne sait pas</b>	2,3%	3,0%	1,7%	-	7	2,1%	1,4%	4,9%	2,3%	2	-	2,7%	2,1%	-	2,3%	3,6%
	10	6	4	-	-	2	2	4	2	2	-	2	2	-	2	2

Tableau 4 : Résultats de la question 4 de l'enquête quantitative

L'intensification des usages automobiles prend également la forme d'un accroissement de la **distance moyenne parcourue quotidiennement** : le trajet automobile moyen des actifs guadeloupéens, qui constituent la population la plus mobile<sup>14</sup>, s'est allongé de 1,3 kilomètre entre 1999 et 2010<sup>15</sup>.

<sup>15</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.

<sup>16</sup> Observatoire des Prix, des Marges et Revenus (OPMR) de Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.

<sup>17</sup> INSEE Guadeloupe, *Les déplacements en Guadeloupe : prédominance de l'automobile et émissions de CO<sub>2</sub> accrues*, 2015.

<sup>18</sup> INSEE, *Tableaux de l'économie française. Edition 2020*, 2020.

A noter toutefois que compte tenu de la faible superficie du territoire guadeloupéen (1 702 km<sup>2</sup> au total), la prégnance automobile s'opère principalement sur des **trajets de courte distance** (soit moins de 80 kilomètres) : un déplacement automobile moyen s'effectue en effet sur une distance de **9,2 kilomètres** (contre 12,2 kilomètres à l'échelle nationale<sup>16</sup>) et **un quart des trajets** réalisés en voiture s'effectue sur **moins de 3 kilomètres**<sup>17</sup>. Selon les résultats de l'enquête quantitative menée dans le cadre de la présente étude, **deux automobilistes guadeloupéens sur dix** (19,2 %) déclarent réaliser **moins 10 kilomètres par jour** (tous trajets confondus) et **six sur dix** (61,3 %) parcourent **moins de 40 kilomètres par jour** (voir Tableau 5).

Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5bis Quelle est votre profession ?							
	Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / profession libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs	
Base: 432 Toutes les interviews Aucun redressement	198	234	-	23	97	143	81	88	40	32	75	97	46	86	56	
Q5 : En moyenne, combien de kilomètres parcourez-vous en voiture chaque jour ?																
<b>Moins de 10 kilomètres</b>	19,2%	14,6%	23,1%	-	17,4%	16,5%	22,4%	11,1%	25,0%	7,5%	21,9%	17,3%	21,6%	21,7%	25,6%	12,5%
<b>Entre 10 et 40 kilomètres</b>	42,1%	42,4%	41,9%	-	43,5%	42,3%	38,5%	43,2%	46,6%	37,5%	38,7%	42,3%	43,5%	45,3%	46,4%	
<b>Entre 40 et 60 kilomètres</b>	14,1%	15,7%	12,8%	-	13,0%	16,3%	15,4%	11,1%	12,5%	20,0%	18,8%	14,7%	12,4%	15,2%	10,5%	14,3%
<b>Entre 60 et 80 kilomètres</b>	6,5%	8,1%	5,1%	-	-	6,2%	6,3%	11,1%	4,5%	10,0%	6,3%	8,0%	5,2%	6,5%	7,0%	3,6%
<b>Plus de 80 kilomètres</b>	9,0%	14,1%	4,7%	-	8,7%	8,2%	10,5%	14,8%	2,3%	22,5%	12,5%	12,0%	7,2%	6,5%	2,3%	8,9%
<b>Ne sait pas</b>	3,9%	5,1%	12,4%	-	17,4%	10,3%	7,0%	8,6%	9,1%	2,5%	3,1%	9,3%	11,3%	6,5%	9,3%	14,3%
	39	10	29	-	4	10	10	7	8	1	1	7	11	3	8	8

Tableau 5 : Résultats de la question 5 de l'enquête quantitative

## 3.2. La place prépondérante de l'automobile en Guadeloupe soulève une série d'« externalités »

### 3.2.1. Le coût associé à la possession d'une automobile est au cœur des problématiques socio-économiques du territoire

Le transport (tous modes de transports terrestres et maritimes confondus) constitue **le poste de dépense le plus important des ménages guadeloupéens**, devant l'alimentation et le logement. En 2017, il représentait quasiment **un cinquième de leur budget** (19,7 %) <sup>19</sup>, soit un niveau plus élevé qu'en France hexagonale (14 % <sup>20</sup>). Les **actifs en emploi**, largement dépendants de leur automobile pour leur accès au marché du travail (voir partie 3.1.1 ci-dessus), consacrent **plus d'un quart** (27%) de leurs dépenses aux transports.

Selon la dernière étude disponible sur le sujet (datée de 2015) <sup>21</sup>, la **prédominance de la voiture individuelle** est en grande partie responsable de la part importante occupée par le transport dans les dépenses des Guadeloupéens, ces dépenses de transports étant en effet principalement dédiées à **l'achat de véhicules et de carburants**. En Guadeloupe, la possession d'un véhicule automobile se traduit par un **surcoût conséquent** par rapport aux autres territoires français (entre + 34 % et + 56 % selon le type de véhicule) <sup>22</sup>. Cette situation s'explique notamment par la **hausse du prix des carburants** (+ 61 % entre 2000 et 2011), **importés en quasi-totalité** (99 % <sup>18</sup>), qui se répercute sur les **coûts d'utilisation des véhicules personnels** (+ 55 % entre 2000 et 2011). A noter toutefois que les **prix des carburants** ont eu tendance à diminuer entre 2012 et 2020 (- 15 % entre 2012 et 2020, contre - 12 % à l'échelle hexagonale) <sup>19</sup>. Parallèlement, l'éloignement du territoire vis-à-vis des zones de production automobile impacte les **prix à l'achat des voitures neuves** (+ 22 % entre 2000 et 2011). Enfin, la **situation de quasi-monopole** de certains groupements d'entreprises dans le secteur automobile en Guadeloupe contribue à l'élévation du **niveau des prix** : à l'instar d'autres territoires des Caraïbes, ces conglomérats disposent en effet d'un « **monopole local** » et maîtrisent une sous-partie de l'espace géographique (avec un réseau de concessionnaires) ou un segment de marché (les agences de location automobile, les distributeurs de produits et services automobiles, etc.) <sup>20,21, 22</sup>.

Dans ce contexte, l'automobile constitue l'une des composantes importantes des **dépenses « pré-engagées »** (dépenses récurrentes et difficilement renégociables à court terme, comme celles qui concernent le logement, l'eau, le gaz, l'électricité, les télécommunications, les assurances, etc.), en hausse

<sup>19</sup> INSEE Guadeloupe, *Le budget dédié aux transports dépasse ceux du logement et de l'alimentation*, 2019.

<sup>20</sup> INSEE, *En 2017, les ménages consacrent 11 % de leur revenu disponible à la voiture*, 2021.

<sup>21</sup> Observatoire des Prix, des Marges et Revenus (OPMR) de Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.

<sup>22</sup> *Ibid.*, p. 9.

(+ 3 points entre 2011 et 2017) et qui représentent, au total, un tiers du budget des ménages guadeloupéens<sup>23</sup>.

L'enquête quantitative permet de documenter cette réalité puisque plus des trois quarts (77,2 %) des Guadeloupéennes et Guadeloupéens interrogés sont d'accord (16,7 %) ou tout à fait d'accord (60,5 %) pour considérer la voiture comme un « poids pour leur budget » (voir Tableau 6).

Ces efforts budgétaires ne sont toutefois pas également répartis au sein de l'espace social<sup>23</sup>. A titre d'exemple, 40 % des dépenses de transport des ménages guadeloupéens les plus modestes sont consacrées à l'achat de carburant<sup>24</sup>. De même, la proportion des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête se déclarant d'accord ou tout à fait d'accord avec le fait que la voiture pèse sur leur budget est plus forte pour les femmes (79,1 %), les 18-24 ans (81,5 %) et les chômeurs (84,3 %). L'automobile constitue donc un facteur de précarisation pour une partie de la population guadeloupéenne, dans un contexte de renchérissement du prix des énergies fossiles.

	Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5bis Quelle est votre profession ?						
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / profession libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs
Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	600	270	330	-	54	121	178	106	141	43	34	79	112	74	137	121
<b>Q18-2 La voiture, c'est une source de dépense qui pèse sur le budget</b>																
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	8,0%	10,0%	6,4%	-	3,7%	5,0%	11,8%	7,5%	7,8%	9,3%	5,9%	5,1%	12,5%	12,2%	6,6%	5,0%
	43	27	21	-	2	6	21	8	11	4	2	4	14	9	9	6
<b>2</b>	3,8%	4,1%	3,6%	-	1,9%	2,5%	4,5%	1,9%	6,4%	7,0%	5,9%	3,8%	3,6%	2,7%	5,1%	1,7%
	23	11	12	-	1	3	8	2	9	3	2	3	4	2	7	2
<b>3</b>	11,0%	11,1%	10,9%	-	13,0%	14,0%	10,1%	12,3%	7,8%	9,3%	11,8%	13,9%	10,7%	12,2%	10,9%	9,1%
	66	30	36	-	7	17	18	13	11	4	11	11	12	9	15	11
<b>4</b>	16,7%	16,3%	17,0%	-	16,7%	20,7%	19,7%	17,0%	9,2%	14,0%	11,8%	20,3%	20,5%	18,9%	8,8%	20,7%
	100	44	56	-	9	25	35	18	13	6	4	16	23	14	12	25
<b>5 Tout à fait d'accord</b>	60,5%	58,5%	62,1%	-	64,8%	57,9%	53,9%	61,3%	68,8%	60,5%	64,7%	57,0%	52,7%	54,1%	68,6%	63,6%
	363	158	205	-	35	70	96	65	97	26	22	45	59	40	94	77

Tableau 6 : Résultats de la question 18-2 de l'enquête quantitative

## Enseignements des focus groups

*« Il faut réfléchir dans le sens où ça doit être accessible à tout le monde, mais quand je dis accessible, en premier lieu, c'est les sous. Il faut que ce soit abordable pour les familles, pour que les gens puissent s'y retrouver. Qu'ils puissent se rendre compte à un moment donné, qu'en laissant la voiture même deux jours, ils y gagnent financièrement. »*

*Citation d'une participante*

Les personnes interrogées dans le cadre de l'enquête qualitative identifient le levier économique comme un facteur déterminant dans la transition de la population guadeloupéenne vers une mobilité décarbonée et durable : du point de vue de la majorité des participantes et participants, la diminution de l'effort financier que représente aujourd'hui l'automobile pour les ménages guadeloupéens constitue un facteur déterminant du report modal.

Dans de nombreux pays, le coût associé à la voiture peut être à l'origine de tensions sociales<sup>25</sup>. C'est d'autant plus le cas dans des territoires comme la Guadeloupe où la possession et l'usage d'une automobile constitue une condition d'accès à l'emploi et aux services essentiels (voir partie 3.1.1 ci-dessus) et où, par conséquent, toute hausse des dépenses liées à l'automobile peut se solder par une diminution du budget pilotable, une réallocation des ressources budgétaires et par une perte de

<sup>23</sup> CHANCEL et SAUJOT, 2012 ; COULANGEON et PETEV, 2012 ; DEMOLI, 2015, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Les coûts de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019, 2019.

<sup>24</sup> INSEE Guadeloupe, *Enquête Budget de famille 2011*, 2015.

<sup>25</sup> FROUD et al., 2002, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Décrire la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019, 2019.

niveau de bien-être<sup>26</sup>. De fait, la revendication d'une baisse du prix des biens de consommation de base, et en particulier du carburant, a constitué l'un des déclencheurs de la **crise sociale de 2009**<sup>27</sup>.

### **L'automobile : un enjeu budgétaire pour les acteurs publics locaux**

La **fiscalité locale ultramarine** est directement **assise sur la consommation de carburants fossiles**. Au total, en 2020, les recettes associées aux **taxes et contributions collectées en Guadeloupe en lien avec les carburants**<sup>28</sup> s'établissaient à **113 millions d'euros**, un chiffre en croissance depuis 2017 (l'année 2020 faisant figure d'exception, en lien avec la crise sanitaire, à l'origine d'un recul de l'activité économique et donc d'une baisse des consommations de carburants)<sup>24</sup>.

En particulier, la **taxe spéciale sur la consommation (TSC) sur les carburants**, qui s'applique en lieu et place de la taxe intérieure sur la consommation des produits énergétiques (TICPE), est calculée forfaitairement sur le volume de carburant mis à la consommation, tandis que **l'octroi de mer** et **l'octroi de mer régional** taxent notamment les produits pétroliers importés<sup>25</sup>.

En ce sens, la sortie de la **dépendance du territoire guadeloupéen à la mobilité automobile** (plus précisément aux carburants fossiles) aurait des **répercussions en termes budgétaires pour les collectivités territoriales**. Ce point constitue un enjeu important de la transition de la mobilité à l'échelle du territoire.

---

<sup>26</sup> Observatoire des Prix, des Marges et Revenus (OPMR) de Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.

<sup>27</sup> Michel DESSE, *Guadeloupe, Martinique, LKP, crise de 2009, crise économique, déclin économique : de crises en crises : la Guadeloupe et la Martinique*, 2010.

<sup>28</sup> Les carburants ne concernent pas uniquement le transport automobile mais également le transport aérien et maritime.

### 3.2.2. La réduction de la place de l'automobile constitue l'un des principaux enjeux de la transition écologique en Guadeloupe

#### L'automobile est au cœur de la transition énergétique et climatique du territoire

En Guadeloupe, le secteur des transports (tous modes de transports terrestres et maritimes confondus) représente un **enjeu énergétique majeur** : la consommation de carburants fossiles qui y est associée compte pour **64 % de la consommation finale d'énergie** du territoire, ce qui en fait le **premier poste de consommation énergétique**<sup>26</sup>. Ce dernier est par ailleurs en **hausse constante** depuis plus de 20 ans (+ 3 % entre 2000 et 2011<sup>27</sup>, + 16 % entre 2012 et 2019<sup>28</sup>). Cette situation soulève d'importants enjeux en termes d'**autonomie énergétique**, alors que 93 % des ressources énergétiques fossiles sont importées<sup>29</sup>.

La dépendance de la mobilité guadeloupéenne aux carburants fossiles est également problématique du point de vue de la **transition climatique du territoire**. Le **transport routier**, qui compte pour près de **70 % des carburants utilisés en Guadeloupe**<sup>30</sup>, est responsable de **64 % des émissions de gaz à effet de serre (GES)** du territoire (contre 31 % au niveau national<sup>31</sup>)<sup>32</sup>. Plus spécifiquement, les **voitures individuelles** sont à l'origine d'environ **la moitié des émissions de GES** liées aux transports (46 %<sup>33</sup>), soit un tiers (32 %) du total des émissions de GES du territoire (contre 16 % au niveau national)<sup>34</sup>.

#### L'électrification du parc automobile guadeloupéen : une solution pour la décarbonation ?

Comme le rappelle le résumé aux décideurs du sixième rapport d'évaluation du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), l'électrification des véhicules constitue une solution indispensable à l'atteinte des objectifs en matière de **décarbonation des transports terrestres** compte tenu du différentiel d'empreinte carbone sur l'ensemble du cycle de vie entre les véhicules électriques et les véhicules thermiques<sup>29</sup>. Cette solution se trouve soutenue par les pouvoirs publics (avec, notamment, l'interdiction de vente des voitures thermiques à l'horizon 2030 au niveau de l'Union européenne) et développée par les constructeurs. De ce point de vue, **l'électrification du parc automobile guadeloupéen** contribuerait à apporter une réponse à la problématique de transition énergétique et climatique à laquelle le territoire fait face<sup>30</sup>.

Toutefois, la mobilité électrique occupe encore une **place marginale au sein des modes de déplacement** en Guadeloupe. En 2017 (dernière donnée disponible), les motorisations hybrides et électriques représentaient **moins de 0,5 % du parc de véhicules en circulation** (0,05 % pour les 100 % électriques)<sup>31</sup>. Si les décomptes annuels d'immatriculations de véhicules électriques laissent penser que cette part a progressé depuis<sup>35</sup>, cette progression n'est pas suffisante pour remettre en question la domination actuelle du moteur thermique. De plus, la forte progression de la part de marché des **Sport Utility Vehicle (SUV)**, véhicules plus lourds, plus énergivores et plus émissifs (29 % des immatriculations en 2020 contre 22 % en 2019)<sup>36</sup>, et **l'intensification des usages automobiles** (voir partie 3.1.2 ci-dessus) risquent d'amoinrir les efforts d'amélioration de la performance environnementale des véhicules (dans le cadre d'un « effet rebond »)<sup>37</sup>.

Par ailleurs, l'électrification des véhicules **ne règle pas tous les problèmes liés à la prépondérance de l'automobile en Guadeloupe** : la pollution atmosphérique et sonore est atténuée sans disparaître (voir partie 3.2.3 ci-dessous), la mortalité routière et les conséquences sanitaires de la sédentarité liée à la mobilité motorisée ne sont pas modifiés (voir partie 3.2.4 ci-dessous), les surfaces mobilisées pour l'usage de la voiture ne diminuent pas, pas plus que la congestion des routes, les inégalités d'accès à la mobilité ne sont pas résolues (voir partie 3.4.2 ci-dessous)<sup>38</sup>... De même, le développement de la voiture électrique risque de générer de **nouvelles dépendances** sur la consommation de ressources (lithium, cobalt, nickel, etc.) et des **pollutions supplémentaires** (impacts environnementaux liés à la production de nouveaux véhicules et au remplacement des anciens)<sup>39</sup>.

<sup>29</sup> IPCC, « Sixth Assessment Report, Climate Change 2022: Mitigation of Climate Change, the Working Group III contribution », Summary for Policymakers, 2022.

<sup>30</sup> ADEME Guadeloupe, *op. cit.* p. 1.

<sup>31</sup> Observatoire Régional des Transports de la Guadeloupe (ORT), *Chiffres & Analyse n°13*, 2020.

Si l'on ajoute à ces éléments que la **production électrique repose encore largement sur des sources carbonées** (77 % de l'électricité produite en Guadeloupe provient d'énergies fossiles<sup>32</sup>) et que la décarbonation de cette production électrique n'est pas assurée à court terme, la concentration des efforts sur la seule progression du marché des véhicules électriques n'apparaît pas de nature à **assurer une transition climatique et énergétique de la mobilité à la hauteur des enjeux**<sup>40</sup>.

Ainsi, au-delà de l'électrification, la réussite de la transition automobile en Guadeloupe repose sur **un effort de sobriété** : réduction de la place de la voiture individuelle au profit des modes de transport décarbonés, adoption de véhicules moins lourds et énergivores, diminution de la demande de transport, optimisation du remplissage des véhicules...

### Enseignements des focus groups

*« [Dans 10 ans, ça sera] la même chose : des voitures... Sauf que les voitures ne seront plus vraiment comme maintenant, ce sera plus des voitures électriques ou hybrides »*

*Citation d'un.e participant.e*

Si les personnes interrogées dans le cadre de l'enquête qualitative citent spontanément **l'électrification du parc automobile** comme une solution prioritaire pour assurer la transition de la mobilité en Guadeloupe, cette solution n'est **pas perçue comme entièrement satisfaisante** : en particulier, elle n'est pas perçue comme permettant de surmonter l'ensemble des difficultés structurelles ressenties par la population et associées à la prédominance de l'automobile en Guadeloupe (embouteillages, qualité des routes, frais d'entretien, coût d'achat d'une voiture, etc.).

### La place de l'automobile en Guadeloupe soulève d'autres enjeux écologiques

Au-delà de la transition climatique et énergétique, la critique écologique de l'automobile peut également s'envisager sous l'angle de **l'artificialisation des sols**, son usage supposant une **forte occupation de l'espace** (certains sociologues parlent de « monopolisation », « d'érosion » ou « d'aliénation » de l'espace<sup>33</sup>). De fait, en Guadeloupe, l'automobile mobilise environ **un cinquième (21 %) des surfaces artificialisées de l'archipel** (4 481 hectares)<sup>34,35</sup>. Cette situation est d'autant plus problématique que les infrastructures routières se révèlent **particulièrement difficiles à modifier**, même dans les cas où leur transformation est souhaitée par les autorités<sup>41</sup>.

Plus généralement, le second volume du sixième rapport d'évaluation du GIEC caractérisant les effets, vulnérabilités et capacités d'adaptation à la crise climatique alerte quant à la **vulnérabilité des îles tropicales** face au changement climatique<sup>42</sup>. C'est particulièrement le cas de la Guadeloupe et notamment de **l'agglomération pointoise** qui pourrait se voir contrainte de relocaliser ses 16 000 habitants d'ici la décennie 2040 : les infrastructures et les habitants de l'agglomération étant installés sur des terres basses et un substrat de vase, le littoral s'enfonce à mesure que la mer monte<sup>43</sup>.

Très développé le long de ce littoral, le **réseau routier est particulièrement à risque**. En considérant uniquement la **zone industrielle de Jarry**, le BRGM estimait en 2018 qu'**un tiers des routes** (21 kilomètres sur 65 au total) seraient **submergés à l'horizon 2050** si aucune mesure d'adaptation n'était mise en place<sup>44</sup>. En ce sens, la dépendance de l'archipel à l'automobile constitue un facteur de non-résilience du territoire face au changement climatique.

<sup>32</sup> OREC Guadeloupe, *op. cit.*, p. 9.

<sup>33</sup> MUMFORD, 1953 ; JACOBS, 1961 ; HORVATH, 1974 ; FREUND ET MARTIN, 1993, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Les coûts de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>34</sup> Agreste, *Les dossiers – L'occupation du sol entre 1982 et 2018*, 2021.

<sup>35</sup> Agreste, *L'utilisation du territoire en 2014*, 2015.

Les précipitations exceptionnelles dans la nuit du 29 au 30 avril 2022 offrent un aperçu de la vulnérabilité de l'archipel et de son réseau routier face aux **phénomènes météorologiques extrêmes**. A cette occasion, de nombreux automobilistes ont été surpris par la montée des eaux, se retrouvant parfois pris au piège ou contraints d'abandonner leurs véhicules pour se mettre en sécurité<sup>45</sup>.

### La connaissance et l'appréhension des problématiques écologiques associées à la voiture ne sont pas unanimement partagées en Guadeloupe

En dépit de l'importance des enjeux écologiques liés à la place de l'automobile en Guadeloupe, la connaissance et l'appréhension de ces enjeux ne sont **pas unanimement partagées**.

Si la majorité (55,9 %) des Guadeloupéennes et Guadeloupéens sont d'accords (22,2 %) ou tout à fait d'accords (33,7 %) avec l'affirmation selon laquelle l'automobile constitue un « **problème environnemental et climatique** », environ **un quart de la population** (23,3 %) n'est pas d'accord (12,5 %) ou pas du tout d'accord (10,8 %) avec cette affirmation (voir Tableau 7).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global
	600
<b>Q18-3 La voiture, c'est un problème environnemental et climatique</b>	
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	12,5% 75
<b>2</b>	10,8% 65
<b>3</b>	20,8% 125
<b>4</b>	22,2% 133
<b>5 Tout à fait d'accord</b>	33,7% 202

Tableau 7 : Résultats de la question 18-3 de l'enquête quantitative

De même, si 65,2 % des Guadeloupéennes et Guadeloupéens sont d'accord (23 %) ou tout à fait d'accord (42,2 %), quasiment **deux personnes interrogées sur dix** (17 %) ne sont pas d'accord (8,5 %) ou pas du tout d'accord (8,5 %) avec le fait que la voiture est un « **mode de transport polluant** » (voir Tableau 8).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global
	600
<b>Q18-8 La voiture, c'est un mode de transport polluant</b>	
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	8,5% 51
<b>2</b>	8,5% 51
<b>3</b>	17,8% 107
<b>4</b>	23,0% 138
<b>5 Tout à fait d'accord</b>	42,2% 253

Tableau 8 : Résultats de la question 18-8 de l'enquête quantitative

## Enseignements des focus groups

« On nous appelle à aller vers l'électrique, mais faut quand même acheter. [...] Donc dans cette logique, on va continuer à acheter, à consommer, à faire des crédits, et à être tributaire devant le concessionnaire d'une voiture d'occasion. [...] Ça ne sera plus une question d'essence, mais d'EDF, d'électricité, de factures. »

Dans le cadre des deux focus groups, les enjeux écologiques associés à l'automobile n'ont **pas été évoqués spontanément**, révélant qu'ils ne sont pas perçus comme un facteur déterminant dans les choix individuels et collectifs en matière de mobilité.

Au-delà, les échanges relatifs à la transition écologique de l'automobile sont apparus **contrastés**. D'un côté, certains participants se déclaraient **prêts à fournir des efforts** pour des raisons environnementales – parfois même en promouvant des politiques publiques fortes, telles que l'interdiction des véhicules polluants dans les agglomérations. Pour autant, l'enquête qualitative dévoile également une forme de **méfiance vis-à-vis des arguments écologiques** qui fondent les appels aux changements de pratiques en matière de mobilité. Ces arguments sont parfois perçus comme **une pression moralisatrice**, voire sont soupçonnés de constituer **un moyen de camoufler la volonté d'accroître le coût des biens consommés** ou accusés d'être une **restriction injustifiée des libertés individuelles**.

### 3.2.3. La place de l'automobile dans la mobilité quotidienne a un impact sur la qualité de vie et le bien-être

#### La congestion des axes routiers induit une importante perte de temps pour la population guadeloupéenne

L'une des explications les plus souvent avancées au sujet de l'attachement à l'automobile réside dans le fait qu'elle fait **gagner du temps à ses utilisateurs**, comparativement aux autres modes de déplacement<sup>36</sup>.

#### Les coûts temporels de l'automobile

A noter que certains sociologues ne réduisent pas le **coût temporel de l'automobile** au temps de déplacement comparé avec celui des autres modes de transport, mais incluent également le **temps passé à obtenir et à entretenir ce moyen de déplacement** (ce qui inclut le temps de travail pour payer l'automobile, le temps passé à l'hôpital, au tribunal, au garage, le temps d'exposition à la publicité automobile, etc.)<sup>37</sup>. Si l'on prend en compte ces **temps associés à l'automobile**, ce mode de déplacement devient comparativement **moins avantageux** sur le plan du gain de temps.

De même, dès les années 1970, de nombreux travaux d'experts tendent à démontrer qu'en moyenne, l'automobile constitue plus **un facteur d'accroissement des distances parcourues** qu'un réel gain de temps pour les individus<sup>38</sup>.

En Guadeloupe, la périurbanisation de l'habitat, la concentration géographiques des activités (voir partie 3.3.1 ci-dessous) et la faiblesse des modes de transport alternatifs à l'automobile (voir partie 3.3.2 ci-dessous) conduisent à une forte congestion des axes routiers. C'est le cas, en particulier, aux heures de pointe (de 6h à 8h et de 16h à 18h), qui correspondent globalement aux trajets domicile-travail et domicile-étude/école : ces deux périodes concentrent plus d'un tiers de l'ensemble des déplacements (respectivement 16 % et 20 % des déplacements)<sup>39</sup>. Les points de congestion concernent particulièrement l'agglomération centrale (axes RN1 et RN5, zone d'activité de Jarry et de Providence) et les grands axes régionaux (La Boucan, Sainte Marie, Morne à l'eau, accès à Basse-Terre ainsi qu'à Sainte-Anne et sur la Riviera)<sup>46</sup>.

<sup>36</sup> DEMOLI et LANNOY, « Les coûts de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019, 2019.

<sup>37</sup> ILLICH, 1973 ; HERAN, 2009 ; CROZET, 2017, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Les coûts de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019, 2019.

<sup>38</sup> PASSALACQUA, « La vitesse au point mort », *Atlas des mobilités. Faits et chiffres sur les mobilités en France et en Europe*, Heintich Böll Stiftung, 2022.

<sup>39</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.

Chaque jour, un automobiliste guadeloupéen se déplace pour une durée d'1 heure et 9 minutes<sup>40</sup>. Si aucune étude n'a été réalisée pour appréhender la part de ce temps de déplacement passé dans les embouteillages, il est possible d'estimer la vitesse moyenne d'un trajet automobile en Guadeloupe. Considérant qu'un trajet moyen en voiture s'effectue en 23 minutes et sur une distance de 9,2 kilomètres<sup>47</sup>, la vitesse automobile moyenne sur les routes de l'archipel se situerait aux alentours de 24 kilomètres par heure, soit un niveau particulièrement faible, qui témoignerait de la forte congestion du réseau routier. A titre de comparaison, en France métropolitaine, la vitesse automobile moyenne est estimée à 77,8 kilomètres par heure hors agglomération, à 54,3 kilomètres par heure en traversée de petite agglomération et à 42,3 kilomètres par heure dans les centres-villes d'agglomération moyenne<sup>48</sup>.

Cette réalité de la congestion automobile en Guadeloupe se ressent dans les résultats de l'enquête quantitative, dans la mesure où la majorité des personnes interrogées (52,3 %) sont d'accord (20,3 %) ou tout à fait d'accord (32 %) avec l'affirmation selon laquelle la voiture représente « du temps perdu dans les embouteillages ». A l'inverse, seul un quart des répondants (26 %) sont en désaccord (11,2 %) ou pas du tout d'accord (14,8 %) avec ce constat (voir Tableau 9).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global
	600
<b>Q18-6 La voiture, c'est du temps perdu dans les embouteillages</b>	
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	14,8% 89
<b>2</b>	11,2% 67
<b>3</b>	21,7% 130
<b>4</b>	20,3% 122
<b>5 Tout à fait d'accord</b>	32,0% 192

Tableau 9 : Résultats de la question 18-6 de l'enquête quantitative

### La mobilité automobile présente des impacts sanitaires

De manière générale, la **pollution atmosphérique** liée à l'utilisation de l'automobile (NOx et particules fines principalement) a des **conséquences directes sur la santé**, étant à l'origine de maladies respiratoires et cardio-vasculaires<sup>41</sup>. Toutefois, en dépit de la prédominance de l'automobile dans les modes de déplacement, la qualité de l'air en Guadeloupe semble **peu impactée** par le trafic automobile. De fait, en 2019 comme en 2020, **aucun dépassement des valeurs réglementaires fixées pour la protection de la santé humaine** n'a été relevé sur l'ensemble du réseau de surveillance pour les polluants indicateurs de pollution automobile (oxydes d'azote, benzène, benzo(a) pyrène)<sup>42</sup>. Si les particules fines (PM<sub>2.5</sub> et PM<sub>10</sub>) affichent des concentrations élevées, avec un dépassement régulier des seuils journaliers définis pour la protection de la santé humaine, cette pollution n'est pas uniquement imputable aux transports. Elle s'explique notamment par une spécificité météorologique locale, liée au passage de masses d'air sèches chargées de poussières désertiques (les « brumes de sables du Sahara »)<sup>43</sup>.

Les impacts sanitaires de l'automobile ne sont toutefois pas réductibles à la pollution atmosphérique. L'**exposition au bruit routier** a des effets sur l'audition, les attitudes et le comportement social, le sommeil, le système endocrinien, le système cardio-vasculaire, le système immunitaire, les apprentissages et la santé mentale. En Guadeloupe, au moins **22 830 personnes**, soit **6 % de la population**, sont exposées au bruit routier généré par les routes nationales et départementales, pour des

<sup>40</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.

<sup>41</sup> Sénat, *Les nuisances environnementales de l'automobile*, Rapport d'information n°113, 2001.

<sup>42</sup> Gwad'Air, *Rapports annuels d'activité*, 2019 et 2020.

<sup>43</sup> *Ibid*, p. 15.

niveaux sonores dépassant les valeurs limites<sup>44,49</sup>. A noter que l'exposition réelle de la population guadeloupéenne au bruit routier est **probablement supérieure**, dans la mesure où cette donnée comptabilise uniquement les personnes hébergées dans des bâtiments d'habitation, d'enseignement, de santé et d'action sociale, susceptibles d'être particulièrement vulnérables aux effets du bruit.

Enfin, la prédominance des déplacements motorisés induit un **accroissement de la sédentarité**, dans un contexte où le manque d'activité physique constitue un important facteur de risque sanitaire<sup>50</sup>. De ce point de vue, de nombreuses études démontrent l'intérêt du report modal vers la modes actifs<sup>51</sup>.

### 3.2.4. La mortalité routière constitue un problème majeur en Guadeloupe

De façon générale, l'analyse des données contemporaines en matière de mortalité routière amène à la conclusion statistique selon laquelle **le taux de mortalité routière diminue à mesure que l'intensité des usages automobiles progresse**<sup>52</sup>. En d'autres termes, statistiquement, plus il y a de véhicules et plus ces véhicules sont utilisés, moins les accidents de la route sont graves. Sur le plan sociologique, cette situation trouve son explication dans **l'acculturation collective et individuelle vis-à-vis des codes de la sécurité routière** et **l'amélioration continue des conditions de sécurité** (par les pouvoirs publics et les constructeurs)<sup>53</sup>.

En dépit de l'intensification des usages automobile depuis la seconde moitié du 20<sup>ème</sup> siècle (voir partie 3.3.1 ci-dessous), la situation guadeloupéenne **se démarque de cette loi statistique générale**. Identifié comme un problème majeur depuis plusieurs décennies, l'accidentalité routière a atteint ces dernières années des **niveaux records** : avec 51 morts en 2020 et 47 en 2019, la Guadeloupe affiche l'indice de gravité le plus élevé de France (14 personnes tuées pour 100 accidents en Guadeloupe en 2020, contre 6 au niveau national)<sup>54,55,56</sup>. Le bilan provisoire pour l'année 2021 confirme la dégradation de la situation : 65 décès, soit 14 personnes de plus sur une année<sup>57</sup>.

#### La politique de sécurité et de prévention routière en Guadeloupe

Entre 2019 et 2021, la préfecture de Guadeloupe s'est attachée à faire de la prévention routière l'une des priorités de son action avec, en particulier, le renforcement des **contrôles routiers** et la multiplication de **messages et d'actions de prévention**<sup>58</sup>. Au total, une **quarantaine d'opérations de prévention** ont été menées sur l'ensemble du territoire depuis décembre 2019 par l'unité de sécurité routière de la préfecture, en lien avec les associations et partenaires locaux.

Ces opérations « de terrain » ont été complétées par l'organisation de plusieurs **campagnes de communication** physiques et en ligne à plus grande échelle, ciblant certaines caractéristiques de l'accidentologie guadeloupéenne (« La route se partage » pour alerter sur la mortalité des non-automobilistes en 2021, « La vitesse ou la vie, choisis » en 2019, etc.).

Enfin, la **connaissance des déterminants de l'accidentalité routière** a fait l'objet d'études spécifiques, appliquées à la situation guadeloupéenne<sup>59</sup>.

Cette politique est cohérente avec les orientations nationales de la politique de la sécurité routière, qui privilégient depuis les années 2000 **l'action sur les comportements des usagers de la route**<sup>60</sup>.

#### Enseignements des focus groups

*« La campagne de sécurité routière qu'ils ont fait [sur les habits à porter pour être visible], moi j'ai trouvé que c'était bien. [...] Ils m'ont fait comprendre que je n'étais pas bien habillé pour être en sécurité.*

*– À l'entrée de l'aéroport ils ont mis des casques de tués sur la route. Je pense que c'est quand même bon visuellement, ça attire l'œil. Sur le coup ça percute mais après on oublie.*

<sup>44</sup> Région Guadeloupe, *Plans de Préventions du Bruit dans l'Environnement (PPBE) – Routes nationales*, 2015.

– Après on ne le voit plus.

– Ça marche un moment mais ça ne change pas forcément les comportements. »

Citation de participant.e.s

Les **campagnes de prévention** sont considérées par les personnes interrogées comme choquantes, marquantes, mais peu efficaces à long terme. D'autres mesures ont été proposées pour améliorer la sécurité routière :

- Améliorer l'**état général du réseau routier** (reboucher les trous, améliorer le marquage et l'éclairage, etc.) et continuer à mettre en place des **dos d'âne**.
- Développer des **politiques d'encouragement aux bons comportements**, notamment par des avantages financiers (réductions d'impôts ou du prix des assurances, etc.) en l'absence d'infractions.
- Renforcer les **campagnes de sensibilisation à la sécurité** en mettant en place des formations continues obligatoires pour les automobilistes, en mettant en place des travaux d'intérêt général auprès d'accidentés de la route, etc.
- Impliquer dans ces campagnes de communication des **artistes locaux influents** auprès des jeunes et axer ces campagnes davantage sur les expériences des accidentés de la route, les rendre plus visibles pour sensibiliser le public aux conséquences personnelles concrètes de ces accidents.

### **3.3. La place de l'automobile en Guadeloupe tient à une série de facteurs structurels et historiques, qui conditionne les choix de mobilité**

#### **3.3.1. Pour des raisons liées à l'histoire guadeloupéenne, l'auto-mobilité est aujourd'hui indissociable de l'accès à la vie économique et sociale**

##### **L'organisation économique et sociale du territoire guadeloupéen a été bouleversée au cours du 20<sup>ème</sup> siècle<sup>45</sup>**

Sur le plan économique, la Guadeloupe a occupé le rôle de **producteur de denrées tropicales** depuis l'implantation française en 1635, dont la **canne à sucre** constituait le pilier. Ce système de production colonial a constitué le fondement de l'**organisation de l'espace** et des **structures économiques et sociales de la société guadeloupéenne** pendant deux siècles<sup>46</sup>.

A partir du **milieu du 20<sup>ème</sup> siècle**, le territoire a été marqué comme le reste des Antilles par une succession de « **crises sucrières** », caractérisées par une érosion rapide et continue de la position dominante occupée au sein de l'économie sucrière mondiale. En Guadeloupe, la production sucrière est ainsi passée d'environ 175 000 à 70 000 tonnes par an entre le début des années 1960 et la fin des années 1990<sup>47</sup>.

Dans le même temps, à la suite de la loi de départementalisation de 1946 faisant de la Guadeloupe un département français « à part entière », l'archipel a bénéficié d'une politique de « **rattrapage économique et social**, avec un programme de développement mis en œuvre par l'État français. Ce programme s'est traduit, en particulier, par une **très forte hausse des dépenses publiques** (au bénéfice des infrastructures de transport, des équipements de santé, d'éducation, des services sociaux, etc.), un accroissement sans précédent des **transferts sociaux** (salaires minimums, sur-salaires des fonctionnaires, extension des prestations sociales et familiales, etc.) et une **croissance importante des revenus** pour une large partie de la population.

<sup>45</sup> Cette partie constitue une proposition d'approche synthétique de l'histoire récente de la Guadeloupe permettant de rendre compte des raisons ayant conduit au développement de l'automobile. Elle saurait rendre compte de la complexité de cette histoire guadeloupéenne de façon exhaustive.

<sup>46</sup> QUEDRAOGO, *Crise de l'économie sucrière et mutations spatiales en Guadeloupe*, 2006.

<sup>47</sup> DEVERRE, *Crise sucrière et réforme foncière en Guadeloupe. Les structures agraires face au changement économique et social*, 1990.

Ces deux réalités historiques conjuguées, en remettant en cause les fondements de l'ancienne société coloniale et en provoquant une convergence des modes de vie et du niveau de développement vers les standards hexagonaux, ont profondément **bouleversé les structures économiques et sociales guadeloupéennes**.

Sur le plan socio-économique, la région a connu une **marginalisation d'un secteur agricole jusqu'alors dominant**, avec une part des emplois agricoles au sein de la population active passant de 50 à 10 % en trente ans, de 1950 et la fin des années 1980<sup>48</sup>. Comme dans les autres territoires antillais, cette transition s'est aussi traduite par une rapide **tertiarisation de l'économie**, un mouvement de **concentration économique** au bénéfice de **l'agglomération centrale**, réceptacle des **grands travaux d'aménagement** (réaménagement du port, construction d'un nouvel aéroport international, etc.) et par un phénomène **d'exode rural**<sup>61</sup>.

Au terme de ces différentes évolutions historiques, le territoire guadeloupéen se caractérise aujourd'hui par une **forte concentration économique de l'activité**. En particulier, **l'agglomération de Cap Excellence** (formée par les communes de Baie-Mahault, des Abymes et de Pointe-à-Pitre) concentre plus de 16 000 entreprises, 18 Zones d'Activités Economiques et près de la moitié des emplois de Guadeloupe<sup>49</sup>. La seule zone industrielle de Jarry (située sur la commune de Baie-Mahault) emploie **un actif guadeloupéen sur cinq**<sup>50</sup>. Le secteur de **Basse-Terre**, chef-lieu du territoire, accueille les emplois administratifs et constitue un pôle d'activité de moindre ampleur. Cette concentration de l'activité concerne également le commerce, en lien avec l'installation des **grandes surfaces** en périphérie des plus grands centres urbains à partir des années 1980<sup>51,62</sup>. Symboles des mutations de la société guadeloupéenne, dont les modes de consommation ont rapidement convergé vers le modèle national, ces centres commerciaux ont contribué à la création de « **zones d'attraction alimentaire** » autour des centres urbains.

Au cours des dernières décennies, comme dans d'autres régions françaises, la Guadeloupe a parallèlement connu un **phénomène d'étalement urbain** se traduisant par une **implantation résidentielle diffuse et périurbaine**, de plus en plus éloignée des grandes agglomérations denses<sup>63</sup>. De fait, le territoire guadeloupéen s'organise aujourd'hui autour de **pôles urbains secondaires** qui se composent généralement d'un centre-bourg de petite taille et d'une zone résidentielle périurbaine étendue. A titre d'exemple, entre 1985 et 2010, la **surface urbanisée** de la commune de Baie-Mahault est passée de 4,87 à 13,70 kilomètres carrés (soit une hausse de 181 % en 25 ans)<sup>64</sup>. Cette périurbanisation de l'habitat s'explique par une augmentation importante du **prix du foncier** – qui a contribué à étendre le champ géographique du marché immobilier<sup>65</sup> –, mais également par la volonté d'une partie des ménages guadeloupéens de bénéficier d'un **cadre de vie** que ne leur offre pas toujours les espaces urbains les plus denses.

La situation guadeloupéenne est, de ce point de vue, **comparable à celle de la France métropolitaine**, qui a également connu un mouvement conjoint de **périurbanisation de l'habitat** et de **concentration de l'emploi et de l'activité économique dans les pôles urbains**<sup>66</sup>.

### **La prépondérance actuelle de la mobilité automobile est fortement liée à ces facteurs structurels et historiques**

La structure guadeloupéenne de la mobilité est **fortement influencée par ces facteurs**. Les espaces résidentiels extérieurs aux grands foyers urbains ne couvrant pas l'intégralité des besoins de leurs résidents en termes d'activités, de commerces et de services, de nombreuses **migrations pendulaires automobiles** (déplacements quotidiens entre le domicile et les pôles d'activité et de services) sont nécessaires pour accéder à la vie active et sociale.

---

<sup>48</sup> *Ibid.*, p. 16.

<sup>49</sup> Site de la Communauté d'Agglomération Cap Excellence, « Le territoire de Cap Excellence ». Consulté le 8 février 2022.

<sup>50</sup> *Ibid.*, p. 16.

<sup>51</sup> DESSE, *Les nouvelles formes de polarisation urbaine en Guadeloupe, Martinique et Réunion*, Cahiers de géographie du Québec, vol. 42, n° 116, 1998.

En moyenne, chaque Guadeloupéen est amené à se déplacer **trois fois par jour**, en lien avec les loisirs et les visites (35 % des déplacements), le travail (19 % des déplacements), les achats (19 % des déplacements), l'accompagnement de personnes (15 % des déplacements) et l'enseignement (11 % des déplacements)<sup>52,53</sup>. Dans les **trois quarts des cas**, ces déplacements se font **au départ ou à destination du domicile**, ce qui confirme leur caractère pendulaire<sup>54</sup>. Par ailleurs, du fait de la convergence spatiale des activités économiques, ces flux de déplacements sont **très concentrés géographiquement** : près d'**un déplacement sur deux** (45 %) concerne l'agglomération de Cap Excellence<sup>55</sup>.

Au regard de cet important besoin de mobilité et en l'absence de modes de transport alternatifs (voir partie 3.3.2 ci-dessous), l'automobile en Guadeloupe peut aujourd'hui être considéré comme une **nécessité** pour la population. Elle constitue un attendu formel de nombreux emplois, permet d'élargir son périmètre d'activités, d'entretenir des relations familiales et sociales, de s'inscrire et d'évoluer sur le territoire. Comme dans d'autres régions françaises, elle permet à la fois l'accès à la vie économique et sociale et à un habitat abordable et éloigné des centres urbains les plus denses. En d'autres termes, elle se situe au cœur des **choix résidentiels et professionnels qui structurent les modes de vie des ménages**<sup>67</sup>.

### L'impact du tourisme sur la structure de la mobilité guadeloupéenne

Le **secteur touristique** influence également sur la structure guadeloupéenne de la mobilité, pour un territoire qui comptabilisait **3 millions de passagers entrant et sortant du territoire par voie aérienne** en 2019 (avant la crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID-19)<sup>68</sup>. Le besoin de mobilité de ces personnes étant **quasi intégralement couvert par l'offre de véhicules de location**, il s'agit d'un facteur de renforcement de la place de la voiture individuelle dans la région<sup>69</sup>. Au total, les véhicules de location représentent près de **4 % du parc automobile**<sup>70</sup>.

### 3.3.2. La dépendance à l'automobile en Guadeloupe doit également être appréhendée à la lumière de l'offre de transport sur le territoire

#### L'automobile est d'autant plus nécessaire que son usage repose sur un maillage d'infrastructures routières

Dans l'ensemble des sociétés développées, la domination de la mobilité automobile sur les autres modes de déplacement a été largement favorisée par la constitution progressive d'un « **système de l'automobilité** » (réseau routier, stations-services, etc.) **complet et efficace**, qui rend la voiture comparativement plus **utile et avantageuse**<sup>56</sup>. Considérant les infrastructures routières comme un **symbole du progrès social et un vecteur de développement économique**, ce système a été porté par les décideurs publics et privés tout au long du 20<sup>ème</sup> siècle, généralement au détriment des autres moyens de transport (cette tendance est désignée par l'expression « tout à l'automobile »)<sup>57</sup>.

### La perception de la voiture comme symbole de progrès et de développement

L'association historique entre progrès et automobile a laissé des traces dans les représentations associées à la voiture au sein de la population guadeloupéenne : dans le cadre de l'enquête qualitative, un peu moins d'une personne interrogée sur deux (46,5 %) est d'accord (20,8 %) ou tout à fait d'accord

<sup>52</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.

<sup>53</sup> Les motifs d'utilisation de la voiture suivent les motifs généraux associés aux déplacements : 35 % des déplacements automobiles sont liés aux loisirs et aux visites, 22 % au travail, 20 % aux achats et à l'école, 17 % à l'accompagnement de personnes et 6 % aux études et à l'école.

<sup>54</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.

<sup>55</sup> *Ibid.*, p. 17.

<sup>56</sup> SAUVY, 1992 ; URRY, 2007, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Expliquer la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>57</sup> HAMER, 1987 ; WARD, 1993 ; WOLF, 1996 ; MUGYENYI et ENGLER, 2011, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Expliquer la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

(25,7 %) avec l'affirmation selon laquelle la voiture constitue un « **symbole de progrès et de développement économique** » (voir Tableau 10).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global
	600
<b>Q18-16 La voiture, c'est un symbole de progrès et de développement économique</b>	
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	17,0% 102
<b>2</b>	10,3% 62
<b>3</b>	26,2% 157
<b>4</b>	20,8% 125
<b>5 Tout à fait d'accord</b>	25,7% 154

Tableau 10 : Résultats de la question 18-16 de l'enquête quantitative

Plus encore, de nombreux spécialistes s'accordent à dire que c'est précisément la mise en place de ces infrastructures automobiles performantes qui a favorisé, voire provoqué, le **phénomène d'étalement urbain** décrit précédemment (voir partie 3.3.1 ci-dessus)<sup>58</sup>. Compte tenu de la concentration des activités économiques et sociales dans les pôles urbains, la périurbanisation de l'habitat suppose en effet le déplacement quotidien de personnes « auto-mobiles ». En d'autres termes, le **développement soutenu du système automobile**, en permettant d'accroître les distances parcourues, a contribué à mettre en place l'ensemble des **facteurs de dépendance à la voiture** auxquels les sociétés développées sont aujourd'hui confrontées<sup>71,72</sup>.

De fait, en Guadeloupe, les **pouvoirs publics** ont contribué à organiser la suprématie de l'automobile au sein des modes de déplacement, au nom du **développement économique du territoire**<sup>59</sup>.

Dès le 18<sup>ème</sup> siècle, les acteurs publics ont joué un rôle prépondérant dans l'organisation des infrastructures routières : sous **l'Ancien Régime**, le règlement du Roi du 17 avril 1725 distingue les différents chemins (royaux, de communication ou particuliers) afin d'organiser leur entretien et leur gestion. Au début du **19<sup>ème</sup> siècle**, l'ordonnance coloniale du 13 mars 1819 relance la construction du réseau en déterminant un premier schéma routier. Dans la colonie principalement agricole que constitue alors la Guadeloupe, ce réseau est considéré comme **l'une des clés de voute du développement économique**, permettant le transport des denrées produites sur le territoire. Toutefois, en dépit des efforts déployés, les autorités locales ne parviennent pas à développer un réseau de qualité au regard des nombreuses difficultés techniques (par exemple l'usage de matériaux inadaptés), climatiques (les chaussées ne résistant pas aux intempéries tropicales) et financières. Il faut attendre le **début du 20<sup>ème</sup> siècle** et l'arrivée de matériels et de techniques modernes (concasseurs, rouleaux, tracteurs, béton armé, bitume, etc.) pour que la structuration et l'amélioration du réseau routier ne s'accélérent réellement<sup>73</sup>.

Le véritable tournant ne se matérialise toutefois qu'à partir des **années 1950** dans le cadre du **programme de départementalisation de la Guadeloupe porté par l'État français** : la forte hausse de la part des dépenses publiques dans le PIB (qui passe de 23 % en 1950 à 62 % en 1970) permet un **développement sans précédent des infrastructures économiques et de transports**<sup>74</sup>. Sur cette base et dans un contexte de convergence des niveaux et des modes de vie vers les standards hexagonaux (voir partie 3.3.1 ci-dessus), l'usage de l'automobile se généralise en Guadeloupe au cours des **années 1970 et 1980**, pour relier les principaux lieux de vie et d'activités<sup>75</sup>.

Dès lors, la dépendance à la voiture se structure autour d'une **logique auto-entretenu** : en investissant dans les infrastructures routières, les pouvoirs publics favorisent l'usage de la voiture, tandis que l'augmentation du parc automobile (voir partie 3.1.2 ci-dessus) pousse les autorités à investir davantage

<sup>58</sup> REMY, in LANNOY et RAMADIER, 2007 ; DONZELOT, 2009 ; MARCHAL et STEBE, 2009 ; LE BRETON, 2016, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Déplacements quotidiens et usages de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>59</sup> RANELY VERGE-DEPRE, *Transports et territoires insulaires, approche géographique*, Mémoire d'Habilitation à Diriger des Recherches, Université Savoie Mont Blanc, 2017.

dans le développement de ce réseau. Entre 1985 et 2010, la surface dédiée au réseau routier guadeloupéen a été **multiplié par deux**<sup>60</sup>, témoignant de **l'inscription des pouvoirs publics guadeloupéens dans la logique du « tout à l'automobile »** au cours des dernières décennies du 20<sup>ème</sup> siècle et jusqu'au début du 21<sup>ème</sup> siècle. Il s'agit d'une forme de « **dépendance au sentier** » que connaissent la plupart des sociétés développées<sup>61</sup>.

Cette réalité historique se traduit aujourd'hui par le **leg d'un réseau routier complet et maillant le territoire** : 416 kilomètres de routes nationales relient les grandes agglomérations, tandis que 619 kilomètres de routes départementales permettent d'accéder aux zones périurbaines majoritairement résidentielles<sup>62,76</sup>.



Figure 1 : Réseau routier de Guadeloupe (source : Routes de Guadeloupe)

L'enquête quantitative menée auprès de la population guadeloupéenne permet toutefois de conclure qu'en dépit de cet investissement continu en faveur des infrastructures routières, une large majorité de Guadeloupéens et Guadeloupéennes (57,2 %) considère aujourd'hui que ce réseau est **en très mauvais état** (36,6 %) ou **mauvais état** (20,6 %). De même, une partie importante de la population (40 %) juge le réseau **très peu pratique** (20,2 %) ou **peu pratique** (19,8 %) (voir Tableau 11).

Base: 500 Toutes les interviews Aucun redressement		Global	Base: 500 Toutes les interviews Aucun redressement		Global
		500			500
<b>Q8 : Comment jugez-vous le réseau routier en Guadeloupe : est-il en bon état ?</b>			<b>Q9 : Sur une échelle de 1 à 5, est-il en pratique (au niveau des itinéraires, des zones desservies, de la signalisation, etc.) ?</b>		
<b>1</b>	36,6%	183	<b>1</b>	20,2%	101
<b>2</b>	20,6%	103	<b>2</b>	19,8%	99
<b>3</b>	31,6%	158	<b>3</b>	40,2%	201
<b>4</b>	7,4%	37	<b>4</b>	14,2%	71
<b>5</b>	3,0%	15	<b>5</b>	4,2%	21
<b>Ne sait pas</b>	0,8%	4	<b>Ne sait pas</b>	1,4%	7

Tableau 11 : Résultats des questions 8 et 9 de l'enquête quantitative

<sup>60</sup> ADEME Guadeloupe, *op. cit.* p. 1.

<sup>61</sup> ADEME, *Changer les comportements. L'apport des sciences humaines et sociales pour comprendre et agir*, ADEME Editions, 2016.

<sup>62</sup> *Ibid.*, p. 19.

## Les transports collectifs ne constituent pas une alternative performante à l'automobile, en dépit d'efforts récents des pouvoirs publics

Le réseau local de transports collectifs est très peu attractif

Comme indiqué précédemment (voir partie 3.1.1 ci-dessus), les transports en commun constituent un **mode de déplacement marginal** à l'échelle de la Guadeloupe : ces derniers représentent moins d'un déplacement sur dix (8 %) <sup>63</sup>. Plus encore, le réseau local, uniquement composé de bus, est aujourd'hui de **moins en moins emprunté par les Guadeloupéens** <sup>64</sup>. Entre 2006 et 2021, l'utilisation moyenne de ce mode de transport est passé d'un **déplacement tous les trois jours** à un **déplacement tous les cinq jours** (passage de 0,32 à 0,22 déplacement par jour et par personne) <sup>65</sup>.

Cette désaffection des usagers guadeloupéens s'explique en premier lieu par une **qualité de service insatisfaisante**. En particulier, le **manque de fiabilité et de ponctualité** sont les principales critiques formulées à l'encontre des transports en commun guadeloupéens. L'enquête quantitative menée dans le cadre de la présente mission révèle que plus de quatre Guadeloupéennes et Guadeloupéens sur dix (41,7 %) considèrent que le service « **n'est pas fiable** » (voir Tableau 12).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :		
		Un homme	Une femme	Sexe neutre
	600	270	330	-
<b>Q13 : Parlons maintenant des alternatives à la voiture : comment jugez-vous les transports en commun en Guadeloupe ?</b>				
<b>Je ne connais pas le fonctionnement des lignes de transports en commun</b>	12,8% 77	11,9% 32	13,6% 45	- -
<b>Les prix sont trop élevés</b>	1,7% 10	1,5% 4	1,8% 6	- -
<b>Les temps d'attente sont trop longs</b>	26,5% 159	27,0% 73	26,1% 86	- -
<b>Les temps de trajet sont trop longs</b>	8,5% 51	7,8% 21	9,1% 30	- -
<b>Le service n'est pas fiable (retards, annulations, grèves, changement d'itinéraires, etc.)</b>	41,7% 250	44,1% 119	39,7% 131	- -
<b>Les itinéraires ne correspondent pas à mes besoins</b>	9,5% 57	10,7% 29	8,5% 28	- -
<b>Les horaires sont inadaptés / la fréquence de passage est trop irrégulière</b>	37,2% 223	35,9% 97	38,2% 126	- -
<b>Les horaires sont inconnus ou difficilement lisibles</b>	8,0% 48	8,1% 22	7,9% 26	- -
<b>Les itinéraires sont peu lisibles</b>	4,0% 24	2,6% 7	5,2% 17	- -
<b>Les véhicules utilisés sont trop anciens</b>	2,0% 12	0,7% 2	3,0% 10	- -
<b>Les correspondances sont trop nombreuses</b>	2,2% 13	1,1% 3	3,0% 10	- -
<b>Prendre les transports en commun, ça n'est pas valorisant</b>	0,7% 4	0,7% 2	0,6% 2	- -
<b>Vous n'avez pas d'avis sur la question</b>	14,2% 85	14,1% 38	14,2% 47	- -

Tableau 12 : Résultats de la question 13 de l'enquête quantitative

Au-delà, l'offre apparaît globalement inadaptée et désorganisée : certains territoires ne sont pas reliés (à titre d'exemple, il n'existe pas de ligne permettant de rejoindre Sainte-Anne depuis le nord de Grande-Terre), plusieurs lignes sont opérées en doublon et certaines correspondances ne sont pas correctement

<sup>63</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.

<sup>64</sup> INSEE Guadeloupe, *op. cit.*, p. 5.

<sup>65</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.

assurées<sup>66,77</sup>. Les résultats de l'enquête quantitative vont dans ce sens : plus d'une personne interrogée sur trois (37,2 %) pointe des « **horaires inadaptés** » ou une « **fréquence de passage trop irrégulière** », une personne sur quatre (26,5 %) estime que les « **temps d'attente sont trop longs** » et près d'une personne sur dix (9,5 %) considère que les itinéraires proposés ne « **correspondent pas aux besoins** » (voir Tableau 12). Cette situation a provoqué **l'émergence d'offres de dessertes officielles et informelles**, qui représenteraient 30 % de l'offre de transports collectifs<sup>78</sup>.

Dans une moindre mesure, l'enquête quantitative met en lumière un **manque de connaissance** (12,8 % des personnes interrogées lors de l'enquête quantitative « **ne connaissent pas le fonctionnement des lignes de transports en commun** » (voir Tableau 12)) et de **lisibilité du réseau** (selon 12 % des personnes interrogées (voir Tableau 12)) pour une petite part de la population, tant pour les **horaires** (8 % des enquêtés déclarent que les « horaires sont inconnus ou difficilement lisibles » (voir Tableau 12)) que les **itinéraires** (4 % des personnes interrogées estiment que les « itinéraires sont peu lisibles » (voir Tableau 12)).

**L'absence de tarification homogène** sur le réseau peut également constituer un frein pour les usagers<sup>67</sup>, mais ce point n'a pas été confirmé par l'enquête quantitative.

## Les mutations organisationnelles récentes des transports publics guadeloupéens

Les insuffisances du réseau de transports publics en Guadeloupe s'inscrivent dans un contexte de **mutations organisationnelles du secteur des transports interurbains de voyageurs**. En particulier, la loi Sapin du 29 janvier 1993 a profondément **bouleversé l'organisation historique de ce secteur** en rendant obligatoire les mises en concurrence pour la passation des contrats de délégation de service public, conférant à leur titulaire un droit exclusif d'exploitation.

Sur l'archipel, l'application de cette loi au début des années 2000 a conduit à l'éviction progressive des « **artisans transporteurs** » – entrepreneurs individuels qui pratiquaient une activité de « taxi collectif » sans disposer formellement du statut de transporteur public de personnes –, et a généré un mouvement de **concentration des transporteurs interurbains terrestres**<sup>68,69</sup>, sans permettre une amélioration significative de la qualité de service.

Au-delà du réseau de bus, la gestion de **l'ancien réseau ferré associé aux usines sucrières guadeloupéennes** est symptomatique de la logique de priorisation du réseau routier par rapport aux autres modes de transport en Guadeloupe. Mis en place dans la seconde moitié du 19<sup>ème</sup> siècle pour connecter les infrastructures sucrières, ce réseau n'a pas été développé, investi et réhabilité par des pouvoirs publics<sup>79</sup>. A titre d'exemple, les dizaines de kilomètres de **voies ferrées associées à l'ancienne usine sucrière de Beauport** dans le nord de Grande-Terre, abandonnées à la fin du 20<sup>ème</sup> siècle, sont aujourd'hui intégrées au musée du Pays de la Canne.

A noter toutefois que le réseau ferroviaire guadeloupéen n'était, comparativement aux régions métropolitaines, pas très étendu. Par ailleurs, les projets de développement de ce réseau qui avaient vu le jour au début du 20<sup>ème</sup> siècle ont aussi été suspendus **pour des raisons indépendantes de la concurrence de l'automobile** (compétition entre les sucriers, qui ne souhaitaient pas l'interconnexion de leurs usines, opposition du Conseil général pour des raisons liées à la rentabilité du réseau, difficultés de développement liés à la géographie de l'archipel, etc.)<sup>80</sup>.

## Enseignements des focus groups

<sup>66</sup> ADEME Guadeloupe, *op. cit.* p. 1.

<sup>67</sup> ADEME Guadeloupe, *op. cit.* p. 1.

<sup>68</sup> LISE et TAMAYA, « Les départements d'outre-mer aujourd'hui : la voie de la responsabilité : rapport au Premier Ministre », *Rapport public*, 1999

<sup>69</sup> FRANÇOIS-LUBIN et GOLD-DALG, « Outre-mer 1997 », *Annuaire des Collectivités Locales 1998*, 1998

« Ça a beaucoup régressé parce qu'avant, toutes les cinq minutes on pouvait avoir un transport collectif pour se déplacer, aujourd'hui je peux attendre une heure avant d'en trouver un. »

Citation d'une participante

Les participantes et participants à l'enquête qualitative vont dans le sens des résultats de l'enquête quantitative : de leur point de vue, les transports en commun guadeloupéens se caractérisent aujourd'hui par une **qualité de service de plus en plus décevante** (en termes de confort, de ponctualité, d'itinéraires, d'amplitude horaire, de fréquence de passage, etc.).

Dès lors, les leviers de changement explicités par ces personnes concernent principalement **l'organisation et la cohérence d'un réseau départemental unique de transport en commun multimodal** : développement de l'intermodalité autour du bus (pour combiner bus terrestres et bus de mer, mini-bus, vélos et taxis-vélos, etc.), création de voies spéciales dédiées pour réduire les temps de trajet et éviter les embouteillages, amélioration de la ponctualité, de la fréquence et des correspondances entre les bus, amélioration des trajets intercommunaux (par exemple *via* la remise en route des mini-bus et des taxis collectifs), extension des plages horaires de fonctionnement aux soirs et week-ends, harmonisation des tarifs (en faisant contribuer les entreprises)... La proposition de systématiser le **ramassage scolaire** a également été formulée pour diminuer les déplacements pendulaires. Cette dernière proposition peut également s'appliquer aux **travailleurs** à destination de certaines zones d'emploi comme Jarry à Baie-Mahault, Dothémare et Milénis aux Abymes.

Au cours des dernières années, l'offre de transports collectifs a été réinvestie par les pouvoirs publics guadeloupéens

En réaction à l'état de l'offre de transport public sur le territoire, et dans un contexte d'évolution générale de la philosophie des politiques publiques de la mobilité, les acteurs publics en charge de la mobilité et des transports (État, Région, Département, communes et intercommunalités, Observatoire Régional des Transports) se sont attachés, depuis le début des années 2010, à **redynamiser les transports collectifs**, dans le but d'accroître la **part modale de ce mode de déplacement**.

Dans le détail, **trois volets d'action** ont été enclenchés.

En premier lieu, les pouvoirs publics ont élaboré un ensemble de **plans et de stratégies** visant à orchestrer l'évolution du réseau de transports en commun. En 2006, à l'initiative du Département, le **plan de transport interurbain** amorçait une première réorganisation des lignes reliant les principales agglomérations urbaines<sup>70</sup>. Le **Schéma Régional des Infrastructures et des Transports (SRIT)**, adopté par la Région en 2010, dressait également les principaux axes d'amélioration de l'offre de transport avec un **diagnostic prospectif** et un **plan régional de coordination des transports**<sup>71</sup>. Depuis 2017, la révision d'un certain nombre de **documents de planification** (Plans de Déplacements Urbains – devenu depuis la loi NOTRe Plans de Mobilité –, Plans Climat Air Energie Territorial, Schéma de Cohérence Territorial, Programmes Locaux de l'Habitat et Plans Locaux d'Urbanisme) signale la **volonté des pouvoirs publics** guadeloupéens d'améliorer **l'offre de transports en commun** sur l'archipel.

Par ailleurs, la **gouvernance de la mobilité a été révisée**, afin de pallier le manque de coordination à l'échelle de l'archipel. La loi NOTRe marque de ce point de vue un tournant, avec la création de **six Autorités Organisatrices de la Mobilités (AOM)**, avec pour chef de file la Région. Cette dernière devient responsable des **transports interurbain, scolaire et à la demande**, tandis que **cinq Etablissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) se partagent l'organisation des transports urbains**<sup>72</sup>. A l'initiative du Conseil Régional, une nouvelle étape devrait être franchie, avec la création d'une **Autorité Organisatrice de la Mobilité (AOM) unique**, qui pourrait voir le jour à partir de 2023 afin d'harmoniser et d'unifier le réseau avec l'ensemble des acteurs concernés<sup>73,81</sup>.

<sup>70</sup> CERTU, *Information multimodale en Guadeloupe : Etat des lieux*, Avril 2010

<sup>71</sup> Région Guadeloupe, *Plan Régional de Coordination des Transports*, synthèse septembre 2015.

<sup>72</sup> DEAL, *Les Actes. Matinée technique de l'Observatoire Régional des Transports (ORT)*, juin 2018.

<sup>73</sup> Région Guadeloupe, Communication du 1<sup>er</sup> avril 2021 publiée sur le site de la Région.

Enfin, les acteurs publics ont initié un certain nombre de travaux et d'études afin **d'accélérer la transition énergétique et écologique de la mobilité** en Guadeloupe<sup>74,82,83</sup>, parmi lesquels l'Enquête Ménage Déplacements Certifiée CEREMA (EMC<sub>2</sub>) régionale, lancée en 2019<sup>84</sup>. Le **projet de Transport Collectif en Site Propre (TCSP)** sur le territoire de Cap Excellence et la **réorganisation du transport interurbain** par la Région (lancée à partir du dernier trimestre 2022 avec la mise en place de dix nouvelles lignes de bus desservant l'ensemble de l'archipel guadeloupéen<sup>85</sup>) constituent également des chantiers prioritaires.

## Enseignements des focus groups

*« Ça fait combien d'années qu'on entend parler du tramway en Guadeloupe ? [...] Pour installer le tramway aujourd'hui en Guadeloupe il va falloir mettre beaucoup d'infrastructures, vous pensez que dans 10 ans ça peut se mettre en place ? Et ça va coûter combien pour mettre un tramway en place pour que monsieur tout le monde puisse se déplacer et laisser sa petite voiture chez lui ? Ça va prendre combien de temps ? Ça va prendre 40 ans. »*

*« Moi je n'ai pas l'impression que c'est une priorité pour nos élus. »*

*Citations de participant.e.s*

L'enquête qualitative dévoile une forme de **scepticisme** et une certaine **désillusion** des Guadeloupéennes et Guadeloupéens interrogées face à la possibilité d'un **changement décisif en matière de mobilité quotidienne**.

De fait, la plupart des personnes ayant participé aux focus groups doutent de la capacité des acteurs publics à mettre en œuvre des changements rapides et significatifs. Elles éprouvent des difficultés à se projeter sur une véritable transition de la mobilité, en lien avec une **sensation d'inertie attachée à l'organisation des transports guadeloupéens** et une **méfiance vis-à-vis des responsables politiques**.

---

<sup>74</sup> Observatoire des Prix, des Marges et des Revenus (OPMR) de la Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.

## Les modes actifs pâtissent du manque d'infrastructures dédiées et sécurisées

Comme indiqué précédemment, le **vélo** et la **marche** sont des modes de déplacement minoritaires en Guadeloupe. Selon les résultats de l'enquête quantitative, seul 10 % et 33 % des personnes qui n'ont pas recours à la voiture pour se déplacer préfèrent respectivement le vélo et la marche aux autres moyens de locomotion (voir Tableau 13).

Base: 100 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5bis Quelle est votre profession ?						
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / profession libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs
	100	42	58	-	23	21	23	15	18	3	1	3	11	20	17	45
<b>Q11 : Quel moyen de transport utilisez-vous le plus souvent ?</b>																
La marche à pied	33,0%	35,7%	31,0%	-	17,4%	38,1%	26,1%	40,0%	50,0%	33,3%	100,0%	66,7%	45,5%	30,0%	52,9%	20,0%
Le vélo	10,0%	16,7%	5,2%	-	-	19,0%	8,7%	13,3%	11,1%	33,3%	-	-	9,1%	20,0%	11,8%	4,4%
Le deux-roues motorisé ou équivalent	7,0%	14,3%	1,7%	-	8,7%	9,5%	8,7%	6,7%	-	-	-	-	-	15,0%	-	8,9%
Les transports en commun	57,0%	40,5%	69,0%	-	65,2%	61,9%	65,2%	46,7%	38,9%	66,7%	-	100,0%	72,7%	60,0%	35,3%	57,8%
Le covoiturage	3,0%	4,8%	1,7%	-	4,3%	4,8%	-	6,7%	-	-	-	-	3	3	8	20
Ne sait pas	3	2	1	-	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	1	2

Tableau 13 : Résultats de la question 11 de l'enquête quantitative (en fonction du sexe, de l'âge et de la profession)

En particulier, la place du vélo apparaît particulièrement faible, ce mode de transport ne comptant que pour 1 % des déplacements<sup>75</sup>. De fait, quatre Guadeloupéennes et Guadeloupéens sur dix (39,7 %) « ne possèdent pas de vélo » (voir Tableau 14).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :		
		Un homme	Une femme	Sexe neutre
	600	270	330	-
<b>Q14 : Et le vélo ?</b>				
Je ne possède pas de vélo	39,7%	34,1%	44,2%	-
Je ne sais pas faire de vélo	8,7%	4,8%	11,8%	-
J'ai peur de me faire voler mon vélo si je l'utilise au quotidien	1,0%	0,7%	1,2%	-
Le vélo est avant tout une activité sportive de loisir	17,3%	24,1%	11,8%	-
Le climat ne me permet pas d'utiliser le vélo pour les déplacements quotidiens (il fait trop chaud, les intempéries sont trop fréquentes, etc.)	0,8%	1,1%	0,6%	-
L'état des pistes cyclables ne me permet pas d'utiliser le vélo pour les déplacements quotidiens (pistes non sécurisées, faible niveau d'éclairage, absence de pistes, discontinuités des itinéraires, partage de l'espace avec les autres véhicules, etc.)	33,3%	31,1%	35,2%	-
Le relief ne me permet pas d'utiliser le vélo pour les déplacements quotidiens (trop de montées)	5,2%	6,3%	4,2%	-
Les temps de trajet sont trop longs pour utiliser le vélo pour les déplacements quotidiens	10,0%	10,4%	9,7%	-
Faire du vélo au quotidien, ça n'est pas valorisant	0,8%	0,7%	0,9%	-
Je ne dispose pas de lieu pour me doucher ou me changer après un déplacement en vélo	0,8%	1,1%	0,6%	-

Tableau 14 : Résultats de la question 14 de l'enquête quantitative

Les freins qui empêchent ces modes actifs de constituer une véritable alternative à la voiture sont d'abord structurels. Comme les transports collectifs, la marche et le vélo souffrent de la politique du « tout

<sup>75</sup> Ibid., p. 22.

automobile » poursuivie en Guadeloupe tout au long du 20<sup>ème</sup> siècle (voir partie 3.3.2 ci-dessus) : les infrastructures sont non seulement **inadaptées**, mais leur développement nécessite aujourd'hui des **changements profonds de perspective touchant à l'aménagement du territoire** (zones d'activités économiques de plus en plus concentrées et disjointes des zones résidentielles) **et à l'aménagement routier** (trottoirs adaptés aux piétons, pistes cyclables, espaces piétons, etc.).

Les résultats de l'enquête quantitative confirment ce constat dans le cas du vélo puisqu'un tiers des personnes interrogées (33,3 %) estiment que « **l'état des pistes cyclables** » (pistes cyclables non sécurisées, rarement éclairées, discontinues ou inexistantes) ne leur permettent pas d'utiliser le vélo pour les déplacements quotidiens (voir Tableau 14).

A noter que **ni la topographie ni le climat ne figurent parmi les principaux obstacles** au développement du vélo en Guadeloupe selon les personnes interrogées dans le cadre de l'enquête quantitative. Seul 5,2 % et 0,8 % d'entre elles estiment que « **le relief** » et « **le climat** » ne permettent pas d'utiliser « le vélo pour les déplacements quotidiens ». De même, la **nécessité d'avoir accès à une douche** après un déplacement à vélo, considération évoquée lors de l'enquête qualitative et des entretiens croisés, n'est pas confirmée par l'enquête quantitative puisque seulement 0,8 % des personnes interrogées pointent le fait de « **ne pas disposer d'un lieu pour se doucher ou se changer après un déplacement à vélo** » (voir Tableau 14).

Toutefois, dans une moindre mesure, une partie des freins à la pratique quotidienne du vélo relèvent des **représentations et des pratiques culturelles**. En particulier, une certaine proportion (17,3 %) des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête qualitative, principalement des hommes (24,1 % des hommes), considère le vélo, sport très populaire en Guadeloupe, comme un **loisir** (voir Tableau 14). De même, 8,7 % des répondants déclarent « **ne pas savoir faire de vélo** ».

## Enseignements des focus groups

*« Moi j'ai un vélo chez moi, je n'y touche pas, c'est dangereux, j'ai même peur des fois d'aller faire un tour. »*

*« Je connais beaucoup de personnes qui ont déjà eu des accidents à vélo, surtout par rapport aux routes, aux véhicules qui passent... »*

*– C'est bien le vélo, mais y'a trop de routes démontées.*

*– Moi je dis, le vélo, c'est plus aller peut-être dans les bois, se promener...*

*– Une activité de loisir.*

*– On n'utilise pas le vélo, ni pour aller travailler, ni pour aller faire les courses... »*

*Citations de participant.e.s*

Les personnes interrogées dans le cadre de l'enquête qualitative ont unanimement exprimé des **réserves sur les modes actifs**, principalement liées au **caractère inadapté des infrastructures** associées à ces modes de déplacement.

Les leviers exprimés par les personnes interrogées pour développer ce mode de transport portent ainsi logiquement sur **les infrastructures et l'aménagement urbain**. Ceux-ci seraient davantage enclins à utiliser ces modes de transport si le réseau était correctement aménagé (pistes cyclables et trottoirs sécurisés, éclairés et ombragés, continuité des itinéraires, abris sécurisés, marquage au sol, etc.) et si la place des grandes zones commerciales était réduite au profit de commerces de proximité. Conjointement à cette évolution structurelle, quelques personnes ont exprimé le souhait de pouvoir disposer d'un système de **vélo en libre accès** sur le modèle du vélib' francilien, afin de développer le parc cycliste et de le rendre accessible sans avoir à s'équiper préalablement.

En complément, afin de sécuriser les cyclistes, les participants aux focus groups ont suggéré d'organiser des **campagnes de communication** pour sensibiliser et informer la population sur les pratiques de sécurité liées aux modes actifs (port de bandes réfléchissantes, de casques, installation de phares, règles de circulation, etc.).

Enfin, certaines personnes souhaiteraient voir se développer des entreprises de **livraison à vélos et de vélos-taxis**, notamment dans les zones urbaines et les bourgs, contribuant ainsi à réduire l'encombrement du trafic routier.

### Le covoiturage est une pratique très peu répandue en Guadeloupe

De façon générale, les automobilistes guadeloupéens ont davantage tendance à « **donner un stop** », c'est-à-dire transporter une personne qu'ils connaissent au préalable (famille, amis, voisins), ou à « **faire un wagon** », c'est-à-dire s'organiser préalablement entre connaissances pour effectuer un covoiturage ponctuel<sup>76</sup>. Ces pratiques se distinguent du covoiturage qui recouvre des situations plus vastes, qui peuvent être régulières ou concerner des personnes qui ne se connaissent pas. L'enquête quantitative confirme cet état de fait : lorsque les personnes se déplacent accompagnées en voiture, c'est principalement par des **membres de la famille (87,7 %)**, et bien plus rarement par des **amis (8,5 %) ou collègues (7,7 %) ou voisins (3,8 %)** (voir Tableau 15).

Base: 130 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :		
		Un homme	Une femme	Sexe neutre
	130	47	83	-
<b>Q7 : Quels sont les personnes que vous accompagnez ?</b>				
<b>Des membres de votre famille</b>	87,7% 114	74,5% 35	95,2% 79	-
<b>Des voisins</b>	3,8% 5	4,3% 2	3,6% 3	-
<b>Des amis</b>	8,5% 11	14,9% 7	4,8% 4	-
<b>Des collègues de travail</b>	7,7% 10	17,0% 8	2,4% 2	-
<b>Autre réponse que je n'aurais pas citée. Précisez : ...</b>	1,5% 2	-	2,4% 2	-
<b>Ne sait pas</b>	0,8% 1	2,1% 1	-	-

Tableau 15 : Résultats de la question 7 de l'enquête quantitative

Le déplacement dans la voiture d'un tiers est la solution privilégiée par 34 % des personnes qui n'utilisent pas la voiture. Cette pratique concerne majoritairement **les plus jeunes (18-25 ans)** et **les plus âgés (65 ans et plus)**, qui représentent plus de la moitié des personnes dans ce cas (53 %) (voir Tableau 13). Le **niveau de diplôme** et la **profession** influencent également l'intensité du recours au covoiturage : parmi les personnes qui n'utilisent pas la voiture, les plus diplômées sont celles qui recourent le moins au covoiturage (voir Tableau 16) tandis que les retraités (47,1 %), les sans emploi (44,4 %), les employés (27,3 %) et les ouvriers (15 %) constituent le groupe des personnes qui y recourent le plus (voir Tableau 13).

<sup>76</sup> Cette analyse est proposée par N'GARONE, experte socio-anthropologue associée à la présente étude.

Base: 100 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S7 : Avez-vous un diplôme ?		S8 : Quel est votre niveau de diplôme ?				
		Oui	Non	Diplôme de l'enseignement primaire ou secondaire (Certificat d'études, Brevet des Collèges)	BEP / CAP	Baccalauréat	Diplôme de l'enseignement supérieur de 1er cycle (DEUG, DUT, BTS)	Diplôme de l'enseignement supérieur de 2ème cycle (Licence, Maîtrise, Master) ou au-delà
	100	67	33	15	19	23	9	1
Q11 : Quel moyen de transport utilisez-vous le plus souvent ?								
<b>La marche à pied</b>	33,0%	34,3%	30,3%	20,0%	36,8%	43,5%	22,2%	100,0%
	33	23	10	3	7	10	2	1
<b>Le vélo</b>	10,0%	10,4%	9,1%	6,7%	21,1%	4,3%	11,1%	-
	10	7	3	1	4	1	1	-
<b>Le deux-roues motorisé ou équivalent</b>	7,0%	6,0%	9,1%	6,7%	10,5%	-	11,1%	-
	7	4	3	1	2	-	1	-
<b>Les transports en commun</b>	57,0%	61,2%	48,5%	53,3%	78,9%	60,9%	44,4%	-
	57	41	16	8	15	14	4	-
<b>Le covoiturage</b>	34,0%	31,3%	39,4%	26,7%	36,8%	30,4%	33,3%	-
	34	21	13	4	7	7	3	-
<b>Ne sait pas</b>	3,0%	4,5%	-	13,3%	5,3%	-	-	-
	3	3	-	2	1	-	-	-

Tableau 16 : Résultats de la question 11 de l'enquête quantitative (en fonction du niveau de diplôme)

## Enseignements des focus groups

« Les gens sont méfiants. – Les gens sont plus réticents à faire confiance à l'autre, à l'étranger quoi. »

« Moi je dis que c'est culturel, on sait bien, l'Antillais est toujours en retard donc si tu fais du covoiturage, tu viens chercher untel à telle heure, t'as déjà cinq minutes de retard, tu prends quinze, ensuite vingt, ensuite trente-cinq... Ça ne fonctionne pas ».

Citations de participant.e.s

Lors des entretiens de groupes, les personnes interrogées ont estimé que les freins au développement du covoiturage ne seraient pas d'ordre structurels, mais davantage liés aux **représentations et pratiques culturelles**.

Le premier frein évoqué tient à la **méfiance envers les inconnus**, qui expliquerait le cantonnement du covoiturage à l'entourage proche. Le second est le **manque de ponctualité**, un phénomène couramment rencontré dans tous les milieux sociaux et qui s'étend à de nombreuses activités et aux rendez-vous de façon générale. Ancré socialement depuis la période esclavagiste, cette spécificité s'inscrit dans des relations de travail complexes, des formes de résistance à l'autorité et un rapport au temps particulier<sup>77</sup>.

Les leviers envisagés par ces personnes pour apporter une réponse à ces freins consiste en premier lieu à **sécuriser cette pratique** via une application dédiée, permettant de tracer et d'évaluer les usagers, les réseaux sociaux étant très utilisés en Guadeloupe. Cette application pourrait servir de vecteur pour établir et faire respecter des normes et des règles communes aux usagers, mais aussi pour créer un « effet de club »<sup>78</sup>, une communauté d'usagers capable de produire de nouvelles normes sociales influençant l'ensemble de la population. S'agissant du retard présumé des usagers, il s'agit également d'un comportement qui peut être régulé, dans la mesure où le retard habituel, usuel, ne l'est que dans les cas où il est toléré. Dans les situations qui exigent de la ponctualité (voyage en avion, sorties d'écoles, etc.), les retards ne sont pas plus fréquents en Guadeloupe que dans d'autres populations. Ces freins pourraient donc disparaître en permettant aux utilisateurs de **réguler collectivement cette pratique de covoiturage**.

<sup>77</sup> Cette analyse est proposée par N'GARONE, experte socio-anthropologue associée à la présente étude.

<sup>78</sup> DUPUY, *La dépendance automobile. Symptômes, analyses, diagnostic, traitements*, Anthropos, Paris, 1999. Chapitre 3.

## L'insuffisante attractivité des alternatives à l'automobile constitue le principal frein au report modal

Au regard de ce qui précède, les insuffisances des modes de déplacements alternatifs à la voiture individuelle expliquent en très grande partie la prédominance de la voiture individuelle en Guadeloupe, alors que le choix d'utiliser un mode de déplacement plutôt qu'un autre s'opère toujours dans un **jeu de miroir avec les alternatives**<sup>79</sup>.

En lien avec les facteurs structurels précédemment évoqués qui facilitent ou rendent nécessaires son usage (voir partie 3.3 ci-dessus), la voiture est généralement vécue comme un équipement **commode à utiliser**, qui s'intègre aux **routines quotidiennes** et **facilite les déplacements**. De ce fait, elle est appréhendée comme un mode de déplacement individuel **habituel, pratique et confortable** : plus rapide que les modes actifs, elle permet de se libérer des contraintes des transports collectifs (horaires, espace exigü partagé avec d'autres personnes, etc.)<sup>80</sup>.

De fait, selon les résultats de l'enquête quantitative, **quatre automobilistes guadeloupéens sur dix** (41 %) expliquent privilégier la voiture pour leurs déplacements même lorsqu'ils disposent d'une alternative puisqu'elle leur semble « **plus pratique que les autres modes de transports** » (voir Tableau 17) et les **trois quarts** (72,2 %) des personnes interrogées sont d'accord (24 %) ou tout à fait d'accord (48,2 %) avec l'affirmation selon laquelle la voiture constitue « **le mode de transport le plus rapide et le plus efficace** » (voir Tableau 18).

### Enseignements des focus groups

*« [La voiture] c'est une histoire de confort aussi. – Se déplacer à n'importe quel moment. – Y'a moins de temps de trajet... – C'est plus accessible. – Avec les bus, par exemple pour aller de Le Moule à Pointe-à-Pitre, t'es pas à l'aise ou bien il fait chaud, y'a pas de clim... – On étouffe. – Et en plus c'est bondé. »*

*Citation d'un.e participant.e*

Cette sensation de confort relatif associé à la voiture a été largement **exprimé à l'occasion de l'enquête qualitative** : les participantes et participants ont opposé les voitures contemporaines, climatisées, confortables et pratiques, aux transports en commun, qui présentent un niveau de confort et de praticité plus faible.

Plus encore, les **deux tiers** (62,7 %) des automobilistes guadeloupéens interrogés dans le cadre de l'enquête considèrent ne disposer **d'aucune autre solution de mobilité que la voiture** (voir Tableau 17) : l'absence d'alternatives constitue ainsi le **premier facteur d'explication** avancé pour justifier l'usage de l'automobile.

<sup>79</sup> DEMOLI et LANNOY, *op. cit.*, p. 4.

<sup>80</sup> JENSEN, 1999 ; KAUFMANN *ET AL.*, 2001 ; ABIDI, INDOBRE et JUAN, 2009, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Déplacements quotidiens et usages de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

Base: 432 Toutes les interviews Aucun redressement	Global
	432
<b>Q12 : Lorsque vous l'utilisez, pour quelles raisons privilégiez-vous la voiture plutôt que les autres moyens de transport ?</b>	
<b>Je ne dispose d'aucune autre solution pour accéder aux lieux que je</b>	62,7% 271
<b>Je trouve que la voiture est plus pratique que les autres modes de transport</b>	41,0% 177
<b>Je me sens plus en sécurité en voiture qu'avec les autres modes de transport</b>	8,6% 37
<b>J'aime utiliser la voiture</b>	9,7% 42
<b>Ne sait pas</b>	0,5% 2

Tableau 17 : Résultats de la question 12 de l'enquête quantitative

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5bis Quelle est votre profession ?						
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / profession libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs
	600	270	330	-	54	121	178	106	141	43	34	79	112	74	137	121
<b>Q18-12 La voiture, c'est le mode de transport le plus rapide et efficace</b>																
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	6,5%	8,5%	4,8%	-	3,7%	6,6%	8,4%	8,5%	3,5%	11,6%	5,9%	8,9%	4,5%	9,5%	5,1%	5,0%
<b>2</b>	39	23	16	-	2	8	15	9	5	5	2	7	5	7	7	6
	5,7%	5,2%	6,1%	-	5,6%	7,4%	5,1%	4,7%	5,7%	4,7%	8,8%	8,9%	3,6%	1,4%	5,8%	7,4%
<b>3</b>	34	14	20	-	3	9	9	5	8	2	3	7	4	1	8	9
	15,7%	15,9%	15,5%	-	25,9%	18,2%	15,2%	14,2%	11,3%	14,0%	11,8%	20,3%	17,9%	17,6%	10,9%	16,5%
<b>4</b>	94	43	51	-	14	22	27	15	16	6	4	16	20	13	15	20
	24,0%	23,0%	24,8%	-	20,4%	21,5%	27,0%	22,6%	24,8%	14,0%	35,3%	15,2%	26,8%	20,3%	25,5%	28,1%
<b>5 Tout à fait d'accord</b>	141	62	82	-	11	26	48	24	35	6	12	20	30	15	35	34
	40,2%	47,4%	40,8%	-	44,4%	46,3%	44,4%	50,0%	54,6%	55,8%	38,2%	46,8%	47,3%	51,4%	52,6%	43,0%
	289	128	161	-	24	56	79	53	77	24	13	37	53	38	72	52

Tableau 18 : Résultats de la question 18-12 de l'enquête quantitative

Pourtant, une très large part de la population guadeloupéenne (81,5 %) est d'accord (23,8 %) ou tout à fait d'accord (23,8 %) avec l'affirmation selon laquelle la voiture constitue « un moyen de transport parmi d'autres » (voir Tableau 19), un relativisme qui suggère la possibilité d'un engagement vers un report modal.

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global
	600
<b>Q18-1 La voiture, c'est un moyen de transport parmi d'autres</b>	
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	4,0% 24
<b>2</b>	5,0% 30
<b>3</b>	9,5% 57
<b>4</b>	23,8% 143
<b>5 Tout à fait d'accord</b>	57,7% 346

Tableau 19 : Résultats de la question 18-1 de l'enquête quantitative

## Enseignements des focus groups

« La seule façon pour que dans 10 ans, les gens puissent se déplacer correctement, c'est d'améliorer les bus. C'est ça le transport de demain, il faut que ça soit nickel. S'il y a plus de bus, ça va empêcher que les gens achètent des voitures. »

« Moi je dis une chose : à partir du moment où [...] le système des transports collectif fonctionne, systématiquement, les gens vont y aller. »

*Citations de participant.e.s*

Les résultats de l'enquête qualitative confirment que les freins au changement en matière de report modal sont d'abord **d'ordre structurel** et tiennent à **l'absence d'alternatives performantes à la voiture**. De façon générale, les personnes interrogées expriment toutes un **sentiment de dépendance à la voiture**. Pour autant, ces dernières se déclarent généralement **disposées à changer leurs habitudes** en matière de mobilité et ont établi **de nombreuses propositions en ce sens** (voir les encadrés précédents).

### **3.4. L'importance de la voiture en Guadeloupe relève aussi d'un environnement culturel et social**

#### **3.4.1. L'attachement à la voiture repose sur la force des représentations sociales qui lui sont associées**

##### **La motorisation des sociétés est une construction sociale**

Comme le soulignent de nombreux sociologues, les représentations symboliques et les imaginaires collectifs attachés à l'automobile sont, dans une très large mesure, **construites, entretenues et orientées** (en premier lieu par ses promoteurs, constructeurs et industries automobiles en tête), dans le cadre d'un processus constant décrit sur le plan sociologique comme une forme de « **colonisation de l'imaginaire** »<sup>81</sup>.

Depuis le milieu du 20<sup>ème</sup> siècle, ce processus de construction des représentations collectives attachées à l'automobile s'est opéré sous la forme d'un ensemble **d'opérations politiques** (dépenses publiques, etc.), **juridiques** (réglementations de la conduite, etc.), **esthétiques** (expositions, salons, concours, etc.), **médiatiques** (maîtrise de l'information, publicité, cinéma, etc.), **économiques** (inscription dans les circuits économiques de la production, des services et de la consommation), **scientifiques et techniques** (de la construction des routes à l'organisation des secours), ou encore **pédagogiques** (apprentissage des comportements adaptés, devenant des réflexes, c'est-à-dire des savoirs incorporés), permettant de diffuser des argumentaires et des imaginaires soutenant la légitimité de l'automobilisme face aux critiques qui lui sont adressées<sup>82</sup> et facilitant la mise en avant d'images et de récits magnifiant ou banalisant l'automobile.

Ce processus est en grande partie « **naturalisé** », au sens où l'ensemble de ces opérations n'est **pas perçu et identifié** comme ayant contribué à rendre **attirant et évident le recours à l'automobile**<sup>83</sup>.

En d'autres termes, la motorisation des sociétés apparaît comme une **construction culturelle, sociale, industrielle, politique**<sup>84</sup>. L'attractivité de l'automobile et l'attachement des individus à ce mode de transport ne se sont pas imposés d'eux-mêmes : ils ont été nourris au travers de différents processus économiques et sociaux de **promotion d'un « régime automobile »**, aujourd'hui très profondément

<sup>81</sup> DEMOLI et LANNOY, *op. cit.*, p. 18.

<sup>82</sup> BECKMANN, 2001 ; DUVERGER, 2014, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Expliquer la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>83</sup> BOULLIER, 2001, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Expliquer la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>84</sup> DEMOLI et LANNOY, *op. cit.*, p. 18.

ancré dans le fonctionnement social<sup>85</sup>. Dit autrement, la place de la voiture repose aussi sur la force des **représentations sociales** qui lui sont associées.

### L'image de l'automobile demeure largement positive, en Guadeloupe comme ailleurs

Depuis le début du 21<sup>ème</sup> siècle, plusieurs enquêtes sociologiques menées dans différents contextes géographiques démontrent qu'en dépit des controverses contemporaines relatives aux « externalités » de l'automobile, la perception de la voiture demeure **globalement positive** dans l'opinion<sup>86</sup>. En Guadeloupe, près de **85 % des Guadeloupéennes et Guadeloupéens** déclarent avoir une **image positive** (49,3 %) ou **plutôt positive** (35,3 %) de l'automobile (voir Tableau 20).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5bis Quelle est votre profession ?						
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / profession libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs
	600	270	330	-	54	121	178	106	141	43	34	79	112	74	137	121
<b>Q15 : D'une manière générale, quelle image avez-vous de l'automobile ?</b>																
<b>Une image positive</b>	49,3%	52,2%	47,0%	-	50,0%	51,2%	48,9%	47,2%	49,6%	58,1%	35,3%	44,3%	50,9%	48,6%	49,6%	52,1%
	296	141	155	-	27	62	87	50	70	25	12	35	57	36	68	63
<b>Une image plutôt positive</b>	35,3%	32,2%	37,9%	-	40,7%	40,5%	35,4%	26,4%	35,5%	23,3%	38,2%	43,0%	33,0%	36,5%	33,6%	37,2%
	212	87	125	-	22	49	63	28	50	10	13	34	37	27	46	45
<b>Une image plutôt négative</b>	8,2%	6,7%	9,4%	-	1,9%	4,1%	8,4%	15,1%	8,5%	4,7%	14,7%	6,3%	9,8%	9,5%	9,5%	5,0%
	49	18	31	-	1	5	15	16	12	2	5	5	11	7	13	6
<b>Une image négative</b>	7,2%	8,9%	5,8%	-	7,4%	4,1%	7,3%	11,3%	6,4%	14,0%	11,8%	6,3%	6,3%	5,4%	7,3%	5,8%
	43	24	19	-	4	5	13	12	9	6	4	5	7	4	10	7

Tableau 20 : Résultats de la question 15 de l'enquête quantitative

### L'automobile comme symbole d'autonomie et de liberté individuelle

Du fait de ses caractéristiques, mais également de la place centrale qu'elle occupe dans l'aménagement du territoire, dans l'organisation de l'offre de transport et dans l'accès à la vie sociale et active (voir partie 3.3 ci-dessus), la voiture apparaît très majoritairement, aux yeux de ses utilisateurs, comme un **symbole d'autonomie et de liberté**.

Sur le plan émotionnel, l'automobile place les individus dans la position de se projeter dans une **expérience personnelle d'autonomie** : celle de la « conduite » d'un outil technique avec lequel ils « font corps » et qu'ils maîtrisent<sup>86</sup>. Ce faisant, elle génère des **émotions vécues individuellement**, qu'elles soient positives (par exemple la sensation de vitesse, le plaisir d'écouter une musique en roulant, etc.) ou négatives (par exemple l'agacement, la colère ou le stress liés aux agressions routières quotidiennes)<sup>87</sup>.

Les résultats de l'enquête quantitative confirment que ce constat s'applique à la population guadeloupéenne, puisque la **majorité des personnes interrogées** (50,3 %) est d'accord (21,5 %) ou tout à fait d'accord (28,8 %) avec l'affirmation selon laquelle la voiture constitue « un **espace de vie individuel et personnel** » (voir Tableau 21). Toutefois, les émotions positives semblent occuper une place relativement peu importante dans le choix des automobilistes guadeloupéens de choisir la voiture pour ses modes de déplacements : une faible partie d'entre eux (moins d'une personne sur dix) déclarent **privilégier la voiture parce qu'ils « aiment l'utiliser »** (voir Tableau 17).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5bis Quelle est votre profession ?						
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / profession libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs
	600	270	330	-	54	121	178	106	141	43	34	79	112	74	137	121
<b>Q18-5 La voiture, c'est un espace de vie individuel et personnel</b>																
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	18,0%	20,7%	15,8%	-	5,6%	16,5%	22,5%	18,9%	17,7%	20,9%	41,2%	21,5%	17,0%	13,5%	16,1%	14,0%
	108	56	52	-	3	20	40	20	25	9	14	17	19	10	22	17
<b>2</b>	10,8%	10,0%	11,5%	-	7,4%	8,3%	12,4%	14,2%	9,9%	9,3%	8,8%	13,9%	10,7%	6,8%	10,9%	12,4%
	65	27	38	-	4	10	22	15	14	4	3	11	12	5	15	15
<b>3</b>	20,8%	18,9%	22,4%	-	35,2%	20,7%	20,2%	16,0%	19,9%	20,9%	23,5%	26,6%	14,3%	16,2%	21,9%	24,0%
	125	51	74	-	19	25	36	17	28	9	8	21	16	12	20	29
<b>4</b>	21,5%	21,9%	21,2%	-	22,2%	23,1%	16,9%	19,8%	27,0%	18,6%	14,7%	13,9%	20,5%	29,7%	26,3%	19,8%
	129	59	70	-	12	28	30	21	38	8	5	11	23	22	36	24
<b>5 Tout à fait d'accord</b>	28,8%	28,5%	29,1%	-	29,6%	31,4%	28,1%	31,1%	25,5%	30,2%	11,8%	24,1%	37,5%	33,8%	24,8%	29,8%
	173	77	96	-	16	38	50	33	36	13	4	19	42	25	34	36

Tableau 21 : Résultats de la question 18-5 de l'enquête quantitative

Au-delà de l'expérience personnelle d'autonomie qu'elle génère, le caractère **sécurisé** de l'automobile, qui offre à ses utilisateurs une protection dans un habitacle fermé, la relie au **besoin d'invulnérabilité** de

<sup>85</sup> GEELS *et al.*, 2012, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Expliquer la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>86</sup> HAWKINS, 1986 ; CAM, 1991 ; WARNIER, 1999 ; DANT, 2004 ; JULIEN ET ROSSELIN, 2005 ; RANDELL, 2017 ; MICHAEL, 2000, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Marques, classes et cultures », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>87</sup> SELLER, 2004 ; ORTAR, 2016, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Marques, classes et cultures », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

son espace individuel, un besoin auquel les alternatives à la voiture répondent moins<sup>88</sup>. Cette représentation de la voiture semble néanmoins **peu présente dans les raisons de l'attachement de la population guadeloupéenne à la mobilité automobile**, puisque moins d'une personne sur dix (8,6 %) déclare privilégier la voiture pour des raisons liées au sentiment de sécurité qu'elle procure (voir Tableau 17). A noter toutefois un différentiel entre les hommes et les femmes sur ce point (6,6 % contre 10,3 %) sachant que, de façon générale, les déplacements des femmes sont plus souvent générateurs d'un sentiment d'insécurité et d'un risque de harcèlement sexuel<sup>89</sup>.

Plus généralement, comme en atteste l'analyse de la publicité<sup>90,91</sup>, la prédominance de l'automobile dans les modes de déplacements contemporains peut être interprété comme une manifestation de **l'attachement de ses utilisateurs à la liberté de mouvement**<sup>87</sup>. De fait, les caractéristiques techniques de la voiture (véhicule personnel et léger au sein duquel les usagers sont protégés), associées à la pénétration quasi-universelle du réseau routier, en font l'incarnation de l'idée, indissociable de la modernité occidentale<sup>88</sup>, selon laquelle **chaque individu dispose d'un droit à circuler librement dans l'espace public**<sup>89</sup>. Au regard des résultats de l'enquête quantitative, ce dernier imaginaire de liberté semble largement **dominer les représentations sociales associées à la voiture en Guadeloupe : 85 % des personnes interrogées** sont d'accord (16,7 %) ou tout à fait d'accord (68,2 %) avec l'affirmation selon laquelle la voiture représente « **la liberté d'aller où l'on veut, quand on veut** » (voir Tableau 22).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5bis Quelle est votre profession ?						
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / profession libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs
	600	270	330	-	54	121	178	106	141	43	34	79	112	74	137	121
<b>Q18-4 La voiture, c'est la liberté d'aller où l'on veut quand on veut</b>																
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	3,5%	4,4%	2,7%	-	1,9%	4,1%	4,5%	3,8%	2,1%	2,3%	5,9%	3,8%	3,6%	2,7%	2,2%	5,0%
2	21	12	9	-	5	17	22	14	3	1	2	3	2	3	2	6
3	17	8	9	-	7	2	7	4	4	-	-	3	4	2	4	4
4	8,8%	11,1%	7,0%	-	7,4%	8,3%	9,0%	9,4%	9,2%	11,6%	14,7%	6,3%	8,9%	12,2%	9,5%	5,0%
5 Tout à fait d'accord	52	30	23	-	4	10	16	10	13	5	5	5	10	9	13	6
	16,7%	18,1%	15,5%	-	24,1%	15,7%	19,1%	17,0%	11,3%	11,6%	29,4%	20,3%	29,4%	16,2%	12,4%	21,5%
	100	49	51	-	13	19	34	18	16	5	10	16	14	12	17	26
	68,2%	63,3%	72,1%	-	66,7%	70,2%	63,5%	66,0%	74,5%	74,4%	50,0%	65,8%	71,4%	66,2%	73,0%	65,3%
	409	171	238	-	36	85	113	70	105	32	17	52	80	49	100	79

Tableau 22 : Résultats de la question 18-4 de l'enquête quantitative

En lien avec cette imaginaire de liberté et d'autonomie, mais de façon moins marquée, une majorité de Guadeloupéennes et Guadeloupéens (51,1 %) sont d'accord (19,3 %) ou tout à fait d'accord (31,8 %) avec le fait que la voiture constitue « **un moyen de s'évader du quotidien** » (voir Tableau 23).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5bis Quelle est votre profession ?						
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / profession libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs
	600	270	330	-	54	121	178	106	141	43	34	79	112	74	137	121
<b>Q18-9 La voiture, c'est un moyen de s'évader du quotidien</b>																
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	18,3%	20,4%	16,7%	-	3,7%	17,4%	23,0%	20,8%	17,0%	16,3%	29,4%	24,1%	14,3%	16,2%	16,1%	19,8%
2	110	55	55	-	2	21	41	22	24	7	10	19	16	12	22	24
3	63	28	35	-	4	9	25	11	14	4	5	8	12	9	15	10
4	10,5%	10,4%	10,6%	-	7,4%	7,4%	14,0%	10,4%	9,9%	9,3%	14,7%	10,1%	10,7%	12,2%	10,9%	8,3%
5 Tout à fait d'accord	20,0%	20,0%	20,0%	-	29,6%	20,7%	17,4%	19,8%	19,1%	27,9%	20,6%	22,8%	17,9%	18,9%	19,7%	18,2%
	120	54	66	-	16	25	31	21	27	12	7	18	20	14	27	22
	19,3%	18,5%	20,0%	-	13,0%	17,4%	21,3%	22,6%	18,4%	14,0%	23,5%	16,5%	19,6%	24,3%	19,7%	18,2%
	116	50	66	-	7	21	38	24	26	6	8	13	22	18	27	22
	31,8%	30,7%	32,7%	-	46,3%	37,2%	24,2%	26,4%	35,5%	32,6%	11,8%	26,6%	37,5%	28,4%	33,6%	35,5%
	191	83	108	-	25	45	43	28	50	14	4	21	42	21	46	43

Tableau 23 : Résultats de la question 18-9 de l'enquête quantitative

## Enseignements des focus groups

« On tend vers l'individualisme en fait. Notre société est comme ça, quand il [un autre participant] parle de confort, je comprends ce qu'il veut dire. C'est plus confort, la voiture individuelle ».

<sup>88</sup> MITCHELL, 2005 ; GRAHAM, 2010, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Marques, classes et cultures », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>89</sup> FUZIER, « La mobilité, une charge mentale pour les femmes », *Atlas des mobilités. Faits et chiffres sur les mobilités en France et Europe*, Heinrich Böll Stiftung, 2022.

<sup>90</sup> Shane GUNSTER, « You belong outside? Advertising, nature, and the SUV », *Ethics and the Environment*, 2004.

<sup>91</sup> CARDENAS ET GORMAN, 2007 ; PATERSON, 2007, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Marques, classes et cultures », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

Les personnes interrogées dans le cadre de l'enquête qualitative ont rapidement établi un parallèle entre l'**individualisme** et l'automobile. Plus spécifiquement, de leur point de vue, le fait de se déplacer en automobile revient à **bénéficier d'un confort, d'une liberté et d'une autonomie personnelle**, ce qui explique la prédominance de ce mode de transport sur le territoire.

### L'automobile comme vecteur de distinction sociale

L'autre grande logique sociologique qui sous-tend l'attachement à la voiture réside dans l'**établissement d'un lien entre la possession ou l'usage d'un véhicule et une affiliation statutaire ou identitaire**. En d'autres termes, les voitures constituent le relai de **marqueurs de distinction sociale**<sup>92</sup>.

L'automobile comme symbole de réussite sociale

Tout d'abord, l'automobile est perçue comme un **symbole de réussite sociale**. Historiquement, cette dimension « distinctive » de l'automobile provient du fait que ces véhicules ont été conçus comme des **biens statutaires**, principalement destinés aux **riches propriétaires** (avant 1914) puis aux bourgeois (entre les années 1920 et 1930)<sup>93</sup>. Il s'agissait alors de **se distinguer de groupes économiquement inférieurs** par l'achat d'un bien que ces derniers ne pouvaient acquérir. Dans les territoires colonisés, qui fournissent les matières premières nécessaires à sa fabrication (bitume, pétrole, caoutchouc, huiles, etc.), la voiture joue même le rôle d'affirmation de la puissance et de la domination européenne<sup>94</sup>.

La voiture s'étant largement **démocratisée** au cours du 20<sup>ème</sup> siècle, le fait d'en posséder une est aujourd'hui de moins en moins, en soi, un **marqueur de prestige**<sup>95</sup>. Ainsi, une **majorité** (53,5 %) des enquêtés n'est pas d'accord (14,5 %) ou pas du tout d'accord (39 %) avec l'affirmation selon laquelle la voiture constitue un « **symbole de réussite, de pouvoir ou de prestige** », même si **plus d'un quart des répondants** (27,5 %) se déclarent d'accord (12,2 %) ou tout à fait d'accord avec cette proposition (voir Tableau 24).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global
	600
<b>Q18-7 La voiture, c'est un symbole de réussite, de pouvoir ou de prestige</b>	
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	39,0% 234
<b>2</b>	14,5% 87
<b>3</b>	19,0% 114
<b>4</b>	12,2% 73
<b>5 Tout à fait d'accord</b>	15,3% 92

Tableau 24 : Résultats de la question 18-7 de l'enquête quantitative

A noter néanmoins que, de façon générale, le lien entre possession d'une automobile et réussite sociale persiste, sous une forme renouvelée : la distinction s'opère désormais entre différentes **marques, modèles ou gammes de véhicules**, dont certains continuent d'être associés à l'**idée d'un statut ou d'un pouvoir symbolique supérieur**<sup>96</sup>. C'est le cas, par exemple, des SUV. Longtemps présentés par la publicité

<sup>92</sup> DEMOLI et LANNOY, « Marques, classes et cultures », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>93</sup> DAVIS, 1988, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Expliquer la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>94</sup> PASSALACQUA, « L'Europe, berceau de la mobilité moderne », *Atlas des mobilités. Faits et chiffres sur les mobilités en France et en Europe*, Heinrich Böll Stiftung, 2022.

<sup>95</sup> GARTMAN, 1994 ; ORTAR *et al.*, 2018, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Expliquer la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>96</sup> KATZ, 1999 ; HERPIN, 2018, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Marques, classes et cultures », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

automobile comme une gamme de luxe<sup>97,98</sup>, la volonté de donner de la visibilité à sa réussite professionnelle et personnelle constitue encore l'une des motivations principales attachées à leur possession<sup>99,90</sup>.

## Enseignements des focus groups

« Avant quand on avait une BMW, on était un "Monsieur ou Madame quelqu'un". Maintenant "Monsieur ou Madame tout le monde" a une BMW ».

*Citation d'un.e participant.e*

L'enquête qualitative confirme la **banalisation de la possession et de l'usage d'une voiture en Guadeloupe** : de façon unanime, les participantes et participants ont indiqué que, compte tenu de sa large diffusion au sein de la société, l'automobile ne constitue plus un marqueur de distinction sociale aussi fort que par le passé.

## L'automobile comme vecteur d'affiliation identitaire personnelle

Pour une partie des automobilistes, la voiture constitue par ailleurs un support permettant **d'affirmer une affiliation identitaire personnelle** (par exemple, une appartenance nationale ou régionale, un engagement politique, etc.). Cette dimension identitaire de l'automobile a notamment été décrite dans le cadre d'études sociologiques du phénomène des *bumper stickers* (autocollants, affiches, drapeaux, plaques, etc.), qui permettent aux conducteurs d'exprimer leur individualité<sup>91</sup>.

Au-delà de ces signes distinctifs visibles, la dimension identitaire de l'automobile éclaire la façon dont certains automobilistes s'attachent à **entretenir leur véhicule** ou à **personnaliser leurs équipements** (comme dans le cas, par exemple, des adeptes du *tuning*<sup>92</sup>)<sup>93</sup>.

Si l'étude quantitative démontre que **la proportion de Guadeloupéennes et Guadeloupéens qui investissent leur voiture comme un vecteur d'affiliation identitaire est relativement faible** – un peu plus d'un conducteur sur dix (12,3 %) a « customisé » son véhicule (voir Tableau 25) –, cette part serait toutefois presque **deux fois plus élevée qu'en France hexagonale (7 %)**<sup>94</sup>, témoignant probablement d'une légère spécificité guadeloupéenne sur ce point.

Base: 408 Toutes les interviews Aucun redressement	Global
	408
<b>Q17 : Avez-vous personnalisé ou « customisé » votre voiture (stickers, jantes personnalisées, couleur des phares, couvre-volant, tapis, peinture extérieure) ?</b>	
<b>Oui</b>	12,3% 50
<b>Non</b>	87,7% 358

Tableau 25 : Résultats de la question 17 de l'enquête quantitative

Parallèlement, **un tiers (32,8 %)** des répondants à l'enquête quantitative sont d'accord (14,3 %) ou tout à fait d'accord (18,5 %) avec l'affirmation selon laquelle la voiture est « **une manière d'affirmer sa**

<sup>97</sup> WWF France, *L'obsession de la publicité pour les SUV*, 2021.

<sup>98</sup> A noter toutefois que les publicités pour les modèles SUV ont évolué, au cours des dernières années, vers une stratégie de « normalisation » dans le but de toucher un plus large public et de faire du SUV le nouveau modèle familial.

<sup>99</sup> « Nicolas MEILHAN : Basculer vers de petites voitures », *L'Usine Nouvelle*, N° 3647, février 2020.

personnalité et son identité en la personnalisant selon ses propres goûts », ce qui confirme à la fois le poids relatif de cette représentation de l'automobile dans la société guadeloupéenne, mais également son caractère minoritaire (voir Tableau 26).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global
	600
<b>Q18-13 La voiture, c'est une manière d'affirmer sa personnalité et son identité en la personnalisant selon ses propres goûts</b>	
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	35,0% 210
<b>2</b>	12,0% 72
<b>3</b>	20,2% 121
<b>4</b>	14,3% 86
<b>5 Tout à fait d'accord</b>	18,5% 111

Tableau 26 : Résultats de la question 18-13 de l'enquête quantitative

L'automobile comme marqueur des classes d'âge

La **division symbolique entre les classes d'âge** s'intègre également dans cette dimension identitaire de l'automobile et se manifeste par des **pratiques distinctes**.

Le « rodéo » constitue ici un exemple emblématique. Rituels collectifs où des **jeunes** se rassemblent pour s'affronter à la course ou défier les forces de l'ordre, ils permettent l'expression d'une autre forme de sociabilité que celle imposée par l'ordre établi<sup>100,101</sup>. En Guadeloupe, ces pratiques se déclinent notamment sous la forme de **courses sauvages** (les « tirages »)<sup>102</sup>.

A l'inverse, les **groupes plus âgés**, qui occupent les positions de pouvoir dans la société (parents, professeurs, autorités publiques, médecins, supérieurs hiérarchiques dans le monde du travail, etc.), tendent à stigmatiser et réglementer des pratiques automobiles risquées (par exemple, la vitesse excessive ou le non-respect des règles routières), présentées comme dénués du sens de la responsabilité (par lequel, précisément, ils se définissent symboliquement)<sup>103</sup>.

L'enquête quantitative menée dans le cadre de la présente étude confirme que ce constat sociologique général s'applique également au cas de la Guadeloupe. La proportion des personnes âgées de 40 à 65 ans et plus déclarant « **toujours respecter les règles de sécurité routière** » est en effet significativement plus élevée que chez les 18-39 ans (69 % contre 46 %) (voir Tableau 27).

	Global	S4 : Quel âge avez-vous ?				
		18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus
Base: 403 Toutes les interviews Aucun redressement	403	17	90	138	76	82
<b>Q10 : Par rapport à la moyenne des conducteurs, diriez-vous que vous respectez les règles de sécurité routière ?</b>						
<b>Vous ne les respectez pas</b>	0,2% 1	-	-	-	-	1,2% 1
<b>Vous ne les respectez pas souvent</b>	1,0% 4	-	1,1% 1	-	3,9% 3	-
<b>Vous les respectez assez souvent</b>	10,7% 43	17,6% 3	14,4% 13	12,3% 17	7,9% 6	4,9% 4
<b>Vous les respectez la plupart du temps</b>	25,3% 102	35,3% 6	38,9% 35	20,3% 28	26,3% 20	15,9% 13
<b>Vous les respectez toujours</b>	62,5% 252	47,1% 8	45,6% 41	67,4% 93	61,8% 47	76,8% 63
<b>Ne sait pas</b>	0,2% 1	-	-	-	-	1,2% 1

Tableau 27 : Résultats de la question 10 de l'enquête quantitative

De même, la proportion de répondants tout à fait d'accord avec l'affirmation selon laquelle la voiture est « un **moyen de s'évader du quotidien** » (voir Tableau 23) tend à diminuer avec l'âge (46,3 % pour les 18-24 ans contre 26,4 % pour les 55-64 ans), tout comme celle des personnes tout à fait d'accord avec le fait que la voiture représenterait une « **manière de ressentir des sensations, de l'adrénaline ou du bien-être** » (25,9 % pour les 18-24 ans contre 7,5 % pour les 40-54 ans) (voir Tableau 28).

<sup>100</sup> SATO, 1991 ; BEST, 2006 ; COLLIN-LANGE ET BENEDIKTSSON, 2011, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Marques, classes et cultures », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>101</sup> PERETTI-WATEL, *La société du risque*, 2010, cité dans DUVIAU, *La jeunesse et la route, socio-anthropologie de la conduite automobile*, 2020

<sup>102</sup> « Les tirages, une pratique dangereuse qui perdure », *La 1<sup>ère</sup> Guadeloupe*, 19 février 2019. Consulté le 3 mars 2022.

<sup>103</sup> REDSHAW, 2008, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Marques, classes et cultures », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S4 : Quel âge avez-vous ?				
		18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus
	600	54	121	178	106	141
Q18-14 La voiture, c'est une manière de ressentir des sensations, de l'adrénaline ou du bien-être						
1 Pas du tout d'accord	41,3% 248	20,4% 11	31,4% 38	49,4% 88	47,2% 50	43,3% 61
2	12,2% 73	14,8% 8	9,9% 12	7,9% 14	15,1% 16	16,3% 23
3	21,5% 129	18,5% 10	26,4% 32	19,1% 34	21,7% 23	21,3% 30
4	11,2% 67	20,4% 11	18,2% 22	7,9% 14	8,5% 9	7,8% 11
5 Tout à fait d'accord	13,8% 83	25,9% 14	14,0% 17	15,7% 28	7,5% 8	11,3% 16

Tableau 28 : Résultats de la question 18-4 de l'enquête quantitative

## L'automobile et les stéréotypes de genre

Enfin, dans un contexte où l'automobile a constitué jusqu'à la fin des années 1960 une activité majoritairement masculine<sup>104</sup>, la voiture a historiquement constitué un **vecteur de distinction selon le genre**.

Pour les hommes, cette distinction, en partie façonnée par la publicité<sup>105</sup>, prend généralement appui sur des **stéréotypes profonds** qui établissent un **lien entre le pouvoir de séduction et la possession d'un véhicule**<sup>106</sup>. Ces stéréotypes sont les héritiers d'une association ancienne entre mode de transport et séduction masculine : dans l'Antiquité, la figure du cheval était associée à la sexualité, en lien notamment avec la capacité des hommes à les dompter<sup>95</sup>. Dans la continuité de cette réalité historique lointaine, la voiture s'est vue associée dans les imaginaires modernes à une personnification de l'**animal sauvage**, qu'un homme doit être capable de dompter. Cette idée se retrouve, par exemple, dans les emblèmes des marques automobiles : le lion de Peugeot, le jaguar de la marque éponyme, le cheval de Ferrari, Porsche et Mustang, le taureau de Lamborghini, etc. Au-delà, un homme possédant une automobile puissante est lui-même **associé aux caractéristiques supposées des animaux sauvages** (véloce, rapide, puissant, etc.). Plus simplement, l'imaginaire automobile a longtemps donné la **primauté à l'homme dans l'acquisition et la conduite du véhicule familial**<sup>107</sup>.

En miroir, ces **stéréotypes de genre** comprennent également la représentation sexiste des **femmes** comme incapables d'interagir avec la voiture, qu'il s'agisse de l'entretenir ou de la conduire<sup>96</sup>. De même, le cliché genré selon laquelle une femme doit avant tout apparaître désirable, belle et apprêtée se retrouve dans l'imaginaire automobile associé aux femmes : leur véhicule est souvent présenté comme un **attribut esthétique** avant d'être un mode de transport<sup>97</sup>.

A noter toutefois que ces stéréotypes constituent le **reflet de perceptions sociales relatives à la place respective des femmes et des hommes**. Très répandus dans les années 1970, ils ont aujourd'hui tendance à refluer dans la majeure partie des sociétés occidentales, dans un contexte de rejet des images renvoyant les femmes et les hommes à des représentations simplistes et sexistes<sup>98</sup>. L'enquête quantitative permet de conclure à une évolution similaire de ces stéréotypes de genre associés à l'automobile au sein de la société guadeloupéenne. Ainsi, plus de huit Guadeloupéennes et Guadeloupéens sur dix (83,8 %) ne sont pas du tout d'accord (75,3 %) avec l'affirmation selon laquelle la voiture serait « **avant tout une affaire d'hommes** » (voir Tableau 29). A noter néanmoins qu'un peu plus d'un homme interrogé sur dix (11,1 %) se déclare d'accord (3 %) ou tout à fait d'accord (8,1 %) avec cette affirmation (contre 6,3 % des femmes), témoignant tout de même de la persistance de cet imaginaire chez une minorité masculine.

<sup>104</sup> ORSELLI, *Usages et usagers de la route, mobilité et accidents 1860-2008*, 2009.

<sup>105</sup> WWF France, *op. cit.*, p. 32.

<sup>106</sup> Ismaël CALLOUET, *Les stéréotypes dans la publicité automobile : du sexisme à l'individualisme*, Mémoire, CELSA, 2019.

<sup>107</sup> FUZIER, « La mobilité, une charge mentale pour les femmes », *Atlas des mobilités. Faits et chiffres sur les mobilités en France et Europe*, Heinrich Böll Stiftung, 2022.

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :		
		Un homme	Une femme	Sexe neutre
	600	270	330	-
<b>Q18-15 La voiture, c'est avant tout une affaire d'hommes</b>				
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	75,3% 452	72,2% 195	77,9% 257	- -
<b>2</b>	8,5% 51	8,9% 24	8,2% 27	- -
<b>3</b>	7,7% 46	7,8% 21	7,6% 25	- -
<b>4</b>	2,3% 14	3,0% 8	1,8% 6	- -
<b>5 Tout à fait d'accord</b>	6,2% 37	8,1% 22	4,5% 15	- -

Tableau 29 : Résultats de la question 18-15 de l'enquête quantitative

Dans le même ordre d'idées, une **très large majorité des répondants** (67,5 %) n'est pas d'accord (14,8 %) ou pas du tout d'accord (52,7 %) pour dire que la voiture est un « **outil de séduction** » (voir Tableau 30). Ces résultats varient peu entre les femmes (67,8 %) et les hommes (67,1 %), même si ces derniers sont proportionnellement plus d'accord (10,7 %) ou tout à fait d'accord (9,3 %) avec cette représentation de l'automobile que les femmes (respectivement 5,5 % et 8,8 %).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :		
		Un homme	Une femme	Sexe neutre
	600	270	330	-
<b>Q18-11 La voiture, c'est un outil de séduction</b>				
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	52,7% 316	51,5% 139	53,6% 177	- -
<b>2</b>	14,8% 89	15,6% 42	14,2% 47	- -
<b>3</b>	15,7% 94	13,0% 35	17,9% 59	- -
<b>4</b>	7,8% 47	10,7% 29	5,5% 18	- -
<b>5 Tout à fait d'accord</b>	9,0% 54	9,3% 25	8,8% 29	- -

Tableau 30 : Résultats de la question 18-11 de l'enquête quantitative

### L'analyse du poids relatif des imaginaires et représentations sociales éclaire les ressorts dominants de l'attachement des Guadeloupéennes et Guadeloupéens à la voiture

L'enquête quantitative menée dans le cadre de la présente étude permet d'appréhender le **poids relatif** des imaginaires et représentations sociales communément associés à l'automobile au sein de la population guadeloupéenne. Le graphique ci-dessous donne un aperçu visuel de ces résultats (voir Figure 2).

Au regard de ces derniers, l'attachement à la voiture relève majoritairement d'une **manifestation de l'attachement au mode de vie confortable qu'elle facilite**, fondé l'**accès à l'autonomie** et sur la **liberté de mouvement** (la voiture comme symbole de « la liberté d'aller où l'on veut, quand on veut », perçue comme « le mode de transport le plus rapide et le plus efficace »). A l'inverse, l'attachement aux **dimensions distinctives de l'automobile** (l'automobile comme vecteur de différenciation sociale) apparaît **minoritaire**.

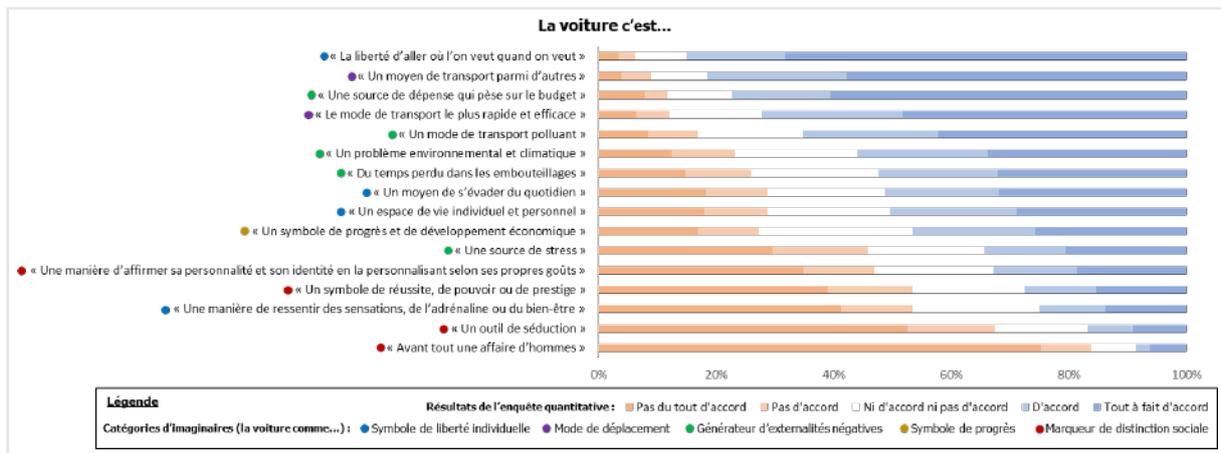


Figure 2 : Synthèse du poids relatif des imaginaires et représentations sociales communément associés à l'automobile en Guadeloupe

### 3.4.2. Le rapport à l'automobile et les logiques d'attachement à la voiture sont sous-tendus par des polarisations sociales

#### Les perceptions positives et négatives de l'automobile coexistent dans les représentations sociales

Si l'automobile fait l'objet de projections symboliques puissantes, les représentations et les imaginaires qui contribuent à la construction et à l'entretien de son aura **ne sont pas unanimes et univoques**. Depuis le début des années 2000, l'automobile est en effet très **largement décriée et critiquée** : pour la **pollution atmosphérique, visuelle et sonore** qu'elle génère, pour sa **contribution au réchauffement climatique**, pour son **impact urbanistique** pour le **mode de spatialisation de la vie sociale** qu'elle a favorisé, pour le **coût** qu'elle représente<sup>108</sup>, etc.. Une autre critique récurrente souligne le lien intrinsèque entre l'objet automobile, le développement du **capitalisme** et la **société de consommation**, le véhicule individuel étant à la fois un symbole et un vecteur de l'individualisme libéral (voir en page 43)<sup>109</sup>.

De façon générale, les effets néfastes de la voiture sont **reconnus par une majorité d'automobilistes** : ils coexistent dans les imaginaires et côtoient les aspects positifs<sup>110</sup>. Les individus, comme les autorités publiques, sont ainsi souvent amenés à développer des stratégies de **conciliation, plutôt que de renoncement à la voiture**<sup>111</sup>. C'est également le cas en Guadeloupe, puisque tout en ayant une **image positive de l'automobile** et en lui associant **certaines représentations valorisantes** liées à l'idée d'autonomie et de liberté de mouvement (voir en page 43), une majorité de la population guadeloupéenne voit également la voiture comme une source de **dépenses qui pèse sur leur budget** (voir Tableau 6), du **temps perdu dans les embouteillages** (voir Tableau 9) et l'associe à un **problème environnemental et climatique** (voir Tableau 7) et à une **source de pollution** (voir Tableau 8).

Le rapport des automobilistes guadeloupéens au **stress occasionné par la voiture** symbolise cette **ambivalence** puisque si un **peu moins de la moitié** (45,9 %) d'entre eux ne sont pas d'accord (16,2 %) ou pas du tout d'accord (29,7 %) pour dire que l'automobile constitue « une source de stress », un **tiers d'entre eux** (34,3 %) sont, à l'inverse, d'accord (13,8 %) ou tout à fait d'accord (20,5 %) avec cette affirmation. Dans le détail, ce rapport stressant à la voiture est moins marqué chez les hommes, plus marqué chez les cadres et professions libérales et a tendance à s'accroître avec l'âge (voir Tableau 31).

<sup>108</sup> ANSAY, 1997 ; HAMELIN et RAZEMON, 2012, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Déplacements quotidiens et usages de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>109</sup> DEMOLI et LANNOY, *op. cit.*, p. 18.

<sup>110</sup> SACHS, 1983 ; HISCOCK ET AL., 2002 ; LEJOUX ET ORTAR, 2014 ; KAUFMANN ET AL., 2015, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Déplacements quotidiens et usages de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>111</sup> KAUFMANN, 2008, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Expliquer la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S2bis Lieu d'habitation									S3 : Habitez-vous...		S6bis Lieu de travail ou d'études								
		Nord Grande Terre	Centre Grande Terre	Riviera du Levant	Agglomération Centrale	Nord Basse-Terre	Côte Sous le Vent	Côte Au Vent	Sud Basse-Terre	Iles du Sud	Dans la commune elle-même/ le bourg	Périphérie	Nord Grande Terre	Centre Grande Terre	Riviera du Levant	Agglomération Centrale	Nord Basse-Terre	Côte Sous le Vent	Côte Au Vent	Sud Basse-Terre	Iles du Sud
	600	26	66	105	146	52	44	84	57	20	305	295	17	35	65	101	36	23	49	30	13
<b>Q18-10 La voiture, c'est une source de stress</b>																					
<b>1 Pas du tout d'accord</b>	29,7%	38,5%	25,8%	30,5%	27,4%	30,8%	36,4%	29,8%	25,0%	32,8%	26,4%	35,3%	28,6%	26,2%	26,7%	33,3%	39,1%	34,7%	30,0%	15,4%	
	178	10	17	32	40	16	16	25	17	5	100	78	6	10	17	27	12	9	17	9	
<b>2</b>	16,2%	3,8%	15,2%	17,1%	18,5%	9,6%	15,9%	14,3%	24,6%	15,0%	13,8%	18,6%	14,3%	21,5%	19,8%	8,3%	21,7%	16,3%	16,7%	15,4%	
	97	1	10	18	27	5	7	12	14	3	42	55	5	14	20	3	5	8	5	2	
<b>3</b>	19,8%	19,2%	21,2%	14,3%	21,9%	23,1%	15,9%	22,6%	21,1%	15,0%	20,3%	19,3%	17,6%	25,7%	18,5%	21,8%	27,8%	13,0%	20,4%	23,3%	
	119	5	14	15	32	12	19	7	12	3	62	57	3	9	12	22	10	3	10	7	
<b>4</b>	13,8%	3,8%	9,1%	20,0%	11,6%	17,3%	11,4%	16,7%	12,3%	15,0%	12,1%	15,6%	14,3%	21,5%	10,9%	16,7%	4,3%	10,2%	10,0%	15,4%	
	83	1	6	21	17	9	5	14	7	3	37	46	5	14	11	6	1	5	3	2	
<b>5 Tout à fait d'accord</b>	20,5%	34,6%	28,8%	18,1%	20,5%	19,2%	20,5%	16,7%	12,3%	30,0%	21,0%	20,0%	47,1%	17,1%	12,3%	20,8%	13,9%	21,7%	18,4%	20,0%	
	123	9	19	19	30	10	9	14	7	6	64	59	8	6	8	21	5	5	9	6	

Tableau 31 : Résultats de la question 18-10 de l'enquête quantitative

## Enseignements des focus groups

« On est déjà saturés.

– On ne peut pas attendre 10 ans.

– Le matin pour aller travailler, c'est trois quarts d'heure de route mais on est obligé de partir une heure avant.

– Des fois il faut faire beaucoup de détours pour ne pas prendre les embouteillages.

– On a des embouteillages aux Abymes, sur Pointe-à-Pitre, mais on a commencé dans les campagnes à avoir des embouteillages.

– Dans 10 ans on va peut-être partir une heure et demie à l'avance. »

Citation d'un.e participant.e

L'enquête qualitative apporte des enseignements complémentaires sur la perception de l'automobile en Guadeloupe.

En particulier, il ressort des échanges que le **système automobile actuel est perçu comme étant à bout de souffle** ; un désir de changement s'exprime de façon quasi-unanime. Ce sentiment d'exaspération traduit une forme de « **fatigue automobile** », engendrée principalement par **l'état du réseau routier** (saturation, dégradation des routes, etc.), mais également par le **coût** que représente la possession et l'usage d'une voiture pour les ménages.

Ce sentiment est d'autant plus fort que les personnes interrogées estiment que la **situation tend à se dégrader**. La hausse continue du nombre de véhicules sur les routes conduit à une forme de découragement sur la possibilité d'envisager une issue à ce problème.

De ce point de vue, si la voiture conserve une place importante dans le quotidien, elle apparaît **de plus en plus désacralisée** : les limites du « tout à l'automobile » en termes de bien-être quotidien laissent entrevoir la possibilité d'une certaine remise en cause de ce système.

Dans le détail, certaines études sociologiques menées dans d'autres contextes territoriaux démontrent que les avantages de l'automobile sont généralement évalués sous le prisme de **l'intérêt personnel** et ses nuisances sous celui de **l'intérêt collectif**, ces deux registres se révélant à la fois hiérarchisés (le premier prévalant sur le second dans une société fondée sur l'individuation des modes de vie<sup>112</sup>) et dissociés, du fait principalement d'un sentiment d'impuissance individuelle face à des contraintes perçues comme extérieures<sup>113</sup>. Si ce dernier constat s'applique, en Guadeloupe, aux **enjeux environnementaux** associés à l'automobile, certaines représentations négatives associées à l'automobile très majoritairement partagées par la population guadeloupéenne relèvent tout de même de **considérations personnelles** (coût de l'automobile et temps perdu dans les embouteillages en particulier).

<sup>112</sup> KAUFMANN ET BASSAND, 1996 ; VRAIN, 2003, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Expliquer la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>113</sup> ROCCI, 2011 ; LA BRANCHE, 2012, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Expliquer la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

## Enseignements des focus groups

« Je pense qu'aujourd'hui, en 2022, si le transport public se développe, il y a beaucoup de personnes qui laisseront leur voiture effectivement. Mais quand ils pèsent le pour et le contre, il faut qu'il y ait un impact financier derrière. »

« Me dire "tiens je gagne 150 euros par mois en prenant le bus, je vais laisser la voiture", même si ça va peut-être être contraignant, c'est ok. Au lieu de donner 300 euros à la voiture, je vais donner 150 euros au bus, je vais investir 150 euros sur autre chose, c'est du pouvoir d'achat en plus. »

Citations de participant.e.s

L'enquête qualitative démontre que la motivation au changement de comportement en matière de mobilité des personnes interrogées apparaît d'autant plus forte que les bénéfices espérés (confort, gain financier, etc.) sont **perçus à titre individuels** (gain de temps, économies, etc.) et se matérialisent à **court-terme**.

## Le rapport à l'automobile diverge en fonction des catégories socio-économiques

Les études sociologiques, notamment celles menées dans le contexte français, démontrent que l'usage et la possession d'une ou plusieurs automobiles est **fonction des revenus**<sup>114</sup> et que l'absence d'automobile signale généralement une **situation de vulnérabilité**<sup>115</sup>. Ce sont logiquement les **ménages guadeloupéens les moins aisés** qui se caractérisent par une intensité d'usage automobile plus faible, dans un contexte économique nettement plus difficile qu'en France métropolitaine (le taux de chômage en Guadeloupe s'élève à 17 %<sup>116</sup>, tandis que 34,5 % de la population se situe en-dessous du seuil de pauvreté<sup>99</sup>).

L'enquête quantitative (voir Tableau 32) démontre ainsi que les **groupes sociaux les moins équipés** sont les **inactifs** (41,3 % d'entre eux déclarent posséder personnellement une voiture contre 68 % pour la population générale), les **personnes sans emploi** (57,7 %), les **ouvriers** (58,1 %), les **personnes seules** (60,3 %) et les **personnes faiblement diplômés** (57,1 % pour les détenteurs d'un diplôme de l'enseignement primaire ou secondaire, 67,8 % pour les détenteurs d'un BEP ou CAP), qui figurent généralement parmi les classes sociales les plus favorisées. Ces ménages non véhiculés sont contraints d'organiser leur vie autour d'un **périmètre restreint**, leurs déplacements occasionnels étant davantage réalisés en transports en commun ou dans le véhicule d'une tierce personne. Compte tenu de l'organisation spatiale et économique du territoire (voir partie 3.3.1 ci-dessus), cette situation constitue généralement un **handicap important dans l'accès à l'autonomie et à la vie active**<sup>100,101</sup>.

Chez ces catégories de la population, l'**investissement personnel et symbolique** vis-à-vis de la voiture est proportionnellement supérieur au reste de la population : la tendance à **personnaliser son véhicule** est plus marquée, tout comme le fait de déclarer **privilégier la voiture par plaisir de l'utiliser**. De même, l'automobile est plus souvent perçue comme **une source d'adrénaline et de sensations fortes**, comme un **moyen de s'évader du quotidien**, un **outil de séduction** et un **symbole de progrès**. A l'inverse, la perception des **enjeux environnementaux** attachés à la voiture est moins forte.

Base: 600 Toutes les interviews redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5bis Quelle est votre profession ?							
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / profession libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs	
	600	270	330	-	54	121	178	106	141	43	34	79	112	74	137	121	
<b>Q1bis Vous personnellement, possédez-vous un véhicule ?</b>																	
		68,0%	71,9%	64,8%	-	35,2%	75,2%	77,5%	72,6%	58,9%	93,0%	94,1%	88,6%	83,9%	58,1%	57,7%	41,3%
<b>Oui</b>	408	194	214	-	19	91	138	77	83	40	32	70	94	43	79	50	
		32,0%	28,1%	35,2%	-	64,8%	24,8%	22,5%	27,4%	41,1%	7,0%	5,9%	11,4%	16,1%	41,9%	42,3%	58,7%
<b>Non</b>	192	76	116	-	35	30	40	29	58	3	2	9	18	31	58	71	

Tableau 32 : Résultats de la question 1 bis de l'enquête quantitative

De l'autre côté du spectre social, le groupe des **cadres et professions libérales** se distingue par un usage intensif de la voiture. Il s'agit de la catégorie sociale la plus équipée (94 %) ; elle comprend également une

<sup>114</sup> Service de la donnée et des études statistiques (SDES), cité dans CHASSIGNET, « Ça roule pour les riches », *Alternatives Economiques*, février 2022.

<sup>115</sup> GUILLUY, 2010, cité par DEMOLI et LANNOY, « Expliquer la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>116</sup> INSEE Guadeloupe, *En 2020, l'emploi se maintient en Guadeloupe grâce au chômage partiel*, 2021.

forte proportion de personnes déclarant utiliser leur véhicule pour **tous leurs déplacements** (88,2 % d'entre eux déclarent utiliser la voiture pour tous leurs déplacements, contre 69,2 % pour la population générale). Ce groupe se déplace plus souvent en **autosolisme** (71,9 % déclarent se déplacer en voiture la plupart du temps seul, contre 66,2 % pour la population générale) et roule davantage en **SUV, crossover et pick-up** (59,5 % d'entre eux contre 30,1 % pour la population générale) (voir Tableau 33, Tableau 4 et Tableau 34).

Le groupe des **agriculteurs, artisans, commerçants, chefs d'entreprises**, deuxième catégorie sociale la plus équipée (93 %), constitue également celle qui utilise le plus les **utilitaires** (32,5 % d'entre eux déclarent avoir utilisé ce type de véhicule le plus souvent au cours de l'année écoulée contre 9,7 % pour la population générale), qui effectue le plus souvent de **multiples trajets quotidiens** (plus de 70 % d'entre eux déclarent réaliser au minimum quatre trajets par jour contre 38,2 % pour la population générale) et qui parcourt **le plus de kilomètres** (22,5 % d'entre eux déclarent réaliser plus de 80 kilomètres par jour contre 9 % pour la population générale). Ces spécificités s'expliquent par les caractéristiques de leurs professions (voir Tableau 33, Tableau 4 et Tableau 5).

De façon générale, plus le **niveau de diplôme** des personnes interrogées augmente, plus le recours à la voiture devient systématique : 42,9 % des diplômés de l'enseignement primaire ou secondaire (certificats d'études, brevet des collèges) déclarent utiliser leur voiture pour tous leurs déplacements contre 88,7 % pour les diplômés de l'enseignement supérieur du second cycle (licence, maîtrise, master) ou au-delà (à comparer au chiffre de 69,2 % pour la population générale) (voir Tableau 35).

Ces groupes sociaux très véhiculés font paradoxalement preuve d'un **moindre investissement personnel** et d'un **plus faible attachement** à la voiture. La perception des **contraintes économiques et écologiques** associées à ce mode de transport s'exprime plus fortement. L'idée qui associe ce mode de transport au **progrès et au développement économique** est moins soutenue et son **image négative** est plus marquée qu'au sein des autres groupes.

Base: 432 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5bis Quelle est votre profession ?						
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / professionnel libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs
	432	198	234	-	23	97	143	81	88	40	32	75	97	46	86	56
<b>Q3 : Quel type de voiture avez-vous le plus souvent utilisé ces 12 derniers mois ?</b>																
Une citadine (un peu comme une Renault Clio ou une Citroën C3)	36,8%	29,3%	43,2%	-	73,9%	42,3%	35,7%	30,9%	28,4%	17,5%	18,8%	44,0%	50,5%	39,1%	24,4%	44,6%
Une berline (un peu comme une Renault Mégane ou une Peugeot 208)	22,2%	19,7%	24,4%	-	4,3%	17,5%	20,3%	19,8%	37,5%	17,5%	15,6%	18,7%	13,4%	19,6%	39,5%	25,0%
Un SUV/pick-up/crossover (un peu comme un Dacia Duster ou un Nissan Qashqai)	30,1%	33,3%	27,4%	-	21,7%	28,9%	31,5%	35,8%	26,1%	32,5%	59,4%	30,7%	29,9%	30,4%	24,4%	19,6%
Un monospace (un peu comme une Picasso ou un Scénic)	0,7%	1,5%	-	-	-	0,7%	1,2%	1,1%	-	-	-	-	-	-	2,3%	1,8%
Un utilitaire (un peu comme un Kangoo)	9,7%	15,7%	4,7%	-	10,3%	11,9%	12,3%	5,7%	32,5%	6,3%	6,7%	6,2%	8,7%	8,1%	8,9%	
Un autre type de voiture que je n'ai pas cité ? Précisez : ...	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ne sait pas	0,5%	0,5%	0,4%	-	1,0%	-	-	1,1%	-	-	-	-	2,2%	1,2%	-	-

Tableau 33 : Résultats de la question 3 de l'enquête quantitative

Base: 432 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5bis Quelle est votre profession ?						
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / professionnel libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs
	432	198	234	-	23	97	143	81	88	40	32	75	97	46	86	56
<b>Q6 : La plupart du temps, comment vous déplacez-vous en voiture ?</b>																
Vous êtes seul dans la voiture	66,2%	73,7%	59,6%	-	65,2%	64,9%	62,9%	74,1%	65,9%	67,5%	71,9%	66,7%	64,9%	67,4%	66,3%	62,5%
Il y a une personne avec vous	15,9%	15,2%	15,8%	-	13,0%	15,5%	16,8%	9,9%	19,3%	20,0%	9,4%	16,0%	18,6%	13,0%	18,6%	7,1%
Il y a plusieurs personnes avec vous	14,8%	8,6%	19,7%	-	8,7%	18,6%	18,9%	11,1%	8,0%	12,5%	15,6%	16,0%	15,5%	13,0%	9,3%	21,4%
Vous êtes dans la voiture, mais ce n'est pas vous qui conduisez	3,7%	2,5%	4,7%	-	13,0%	1,0%	1,4%	4,9%	6,8%	-	3,1%	1,3%	1,0%	6,5%	5,8%	8,9%
Ne sait pas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tableau 34 : Résultats de la question 6 de l'enquête quantitative

<b>Q2 : En moyenne, sur une semaine type, à quelle fréquence utilisez-vous la voiture ?</b>								
<b>Vous n'utilisez pas la voiture</b>	16,7%	13,2%	35,5%	35,7%	15,7%	15,5%	9,1%	1,0%
<b>Un déplacement sur quatre</b>	3,8%	3,6%	5,4%	14,3%	5,0%	2,0%	1,0%	2,1%
<b>Un déplacement sur deux</b>	6,2%	5,1%	11,8%	7,1%	5,0%	7,4%	3,0%	3,1%
<b>Trois déplacements sur quatre</b>	4,2%	4,3%	3,2%	-	4,1%	5,4%	4,0%	5,2%
<b>Pour tous vos déplacements</b>	69,2%	73,8%	44,1%	42,9%	70,2%	69,6%	82,8%	88,7%

### Le rapport à la mobilité automobile connaît des clivages générationnels

Les **jeunes** (18-24 ans), n'ayant pas encore accès à la conduite, et les **retraités** (65 ans et plus), l'ayant durablement abandonnée, se caractérisent par un moindre usage de la voiture. Cette différence vis-à-vis des autres classes d'âge se traduit en termes de modes de déplacements<sup>117</sup> : de façon générale, la part occupée par la voiture dans la mobilité quotidienne tend à **augmenter avec l'âge**, atteignant un pic pour la population âgée de 40 à 50 ans (jusqu'à 87 % des déplacements de cette classe d'âge est réalisée en voiture et 77,5 % de ces personnes déclarent posséder au moins une voiture personnelle). S'agissant des **jeunes**, ces derniers sont surreprésentés dans les **transports en commun** (un tiers des déplacements des 15-20 ans s'effectue par ce biais<sup>118</sup>). Pour ce qui concerne les retraités, la place de la **marche** dans les déplacements occupe une place croissante avec l'âge (jusqu'à 30 % des déplacements pour la population âgée de 80 à 85 ans<sup>119</sup>). Elle se traduit également en termes de taux d'équipement : 64,8 % des 18-24 ans et 41,1 % des 65 ans et plus déclarent ne pas posséder de voiture personnelle, contre 32 % pour la population générale, voir Tableau 32).

S'agissant de l'attachement à l'automobile, les jeunes forment le groupe d'âge qui déclare **l'image la plus positive de la voiture** (90,7 % ont une image positive ou plutôt positive de ce mode de déplacement, contre 84,6 % pour la population générale). Ils sont proportionnellement plus nombreux à y voir un **vecteur de liberté et d'autonomie** (90,8 % d'entre eux sont d'accord ou tout à fait d'accord pour la considérer comme le symbole de la liberté d'aller où l'on veut quand on veut, contre 84,9 % pour la population générale) et un **objet de prestige** (37 % contre 27,5 %). Plus généralement, l'ensemble des critères permettant de conclure à **un investissement personnel plus marqué dans l'objet** (la voiture comme symbole de réussite, de prestige, moyen d'affirmer sa personnalité, source de sensations et d'adrénaline, symbole de progrès et de développement, outil de séduction) sont plus présents que chez les autres groupes. Toutefois, ce groupe affiche parallèlement **une conscience légèrement plus marquée des enjeux écologiques** liés à l'utilisation de la voiture (59,2 % d'entre eux sont d'accord ou tout à fait d'accord pour la considérer comme un problème environnemental et climatique, contre 55,9 % pour la population générale) et déclare subir **une pression plus forte sur le budget liée à la voiture** que les autres groupes (81,5 % sont d'accord ou tout à fait d'accord pour dire qu'il s'agit d'une source de dépense qui pèse sur le budget contre 77,2 % pour la population générale).

Comme le reste de la population guadeloupéenne, les **retraités** ont **un rapport positif à la voiture** (85,1 % d'entre eux ont une image positive ou plutôt positive de ce mode de transport) et la considèrent comme un vecteur de liberté et d'autonomie (85,8 %). En revanche, ils sont proportionnellement plus sensibles que les autres groupes d'âge aux externalités négatives de ce moyen de transport (pollution, source de dépense, de stress). De même, ils sont plus nombreux à considérer la voiture est un moyen de déplacement comme un autre (87,2 % sont d'accord ou tout à fait d'accord avec cette idée contre 81,5 % pour la population générale) et investissent peu l'objet.

Par rapport aux jeunes et aux retraités, les actifs (25-64 ans) se distinguent par **un usage plus intensif de la voiture**. Ils constituent **le groupe le mieux équipé en véhicule** et celui **qui utilise la voiture le plus systématiquement au quotidien**. Pour autant, ce groupe d'âge **investit peu l'objet voiture**. A l'instar de l'ensemble de la population guadeloupéenne, il la considère comme un vecteur de liberté et un espace de vie individuel et personnel. Il l'associe toutefois moins que les autres groupes à un marqueur de prestige ou à un outil de séduction. C'est aussi le groupe qui lie le moins la voiture à l'évasion et aux sensations fortes.

### Des divergences territoriales existent également, mais s'avèrent moins significatives

Selon les résultats de l'enquête quantitative, les divergences territoriales en matière de mobilité automobile sont **moins marquées que les divergences liées à la classe d'âge et aux catégories socio-économiques**.

<sup>117</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.

<sup>118</sup> *Ibid.*, p. 7.

<sup>119</sup> *Ibid.*, p. 7.

De façon générale, l'intensité d'usage de la voiture (en termes de nombre de trajets quotidiens, de nombre de kilomètres parcourus par jour et de taux d'équipement) est plus forte chez les personnes qui résident et/ou travaillent en **Grande-Terre** par rapport à celles qui résident et/ou travaillent en **Basse-Terre**, le réseau routier y étant globalement plus étendu (voir Tableau 36).

Base: 600 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S2bis Lieu d'habitation								S3 : Habitez-vous...		S6bis Lieu de travail ou d'études									
		Nord Grande Terre	Centre Grande Terre	Riviera du Levant	Agglomération Centrale	Nord Basse-Terre	Côte Sous le Vent	Côte Au Vent	Sud Basse-Terre	Îles du Sud	Dans la commune elle-même/ le bourg	Périphérie	Nord Grande Terre	Centre Grande Terre	Riviera du Levant	Agglomération Centrale	Nord Basse-Terre	Côte Sous le Vent	Côte Au Vent	Sud Basse-Terre	Îles du Sud
	600	26	66	105	146	52	44	84	57	20	305	295	17	35	65	101	36	23	49	30	13
<b>Q2 : En moyenne, sur une semaine type, à quelle fréquence utilisez-vous la voiture ?</b>																					
<b>Vous n'utilisez pas la voiture</b>	16,7%	15,4%	16,7%	10,5%	15,8%	9,6%	27,3%	20,2%	17,5%	35,0%	22,3%	10,8%	5,9%	14,3%	7,7%	14,9%	8,3%	26,1%	14,3%	10,0%	38,5%
<b>Un déplacement sur quatre</b>	3,8%	-	1,5%	5,7%	5,5%	3,8%	2,3%	-	3,5%	15,0%	4,9%	2,7%	-	2,9%	3,1%	5,9%	2,8%	4,3%	-	6,7%	7,7%
<b>Un déplacement sur deux</b>	6,2%	-	3,0%	4,8%	4,8%	11,5%	4,5%	9,5%	8,8%	10,0%	6,9%	5,4%	-	2,9%	1,5%	4,0%	13,9%	-	8,2%	6,7%	-
<b>Trois déplacements sur quatre</b>	4,2%	11,5%	4,5%	5,7%	3,4%	1,9%	2,3%	1,2%	8,8%	2	21	16	-	4	1	3,0%	2,8%	4,3%	2,0%	13,3%	-
<b>Pour tous vos déplacements</b>	69,2%	73,1%	74,2%	73,3%	70,5%	73,1%	63,6%	69,0%	61,4%	40,0%	62,3%	76,3%	94,1%	74,3%	80,0%	72,3%	72,2%	65,2%	75,5%	63,3%	53,8%
	415	19	49	77	103	38	28	58	35	8	190	225	16	26	52	73	26	15	37	19	7

Tableau 36 : Résultats de la question 2 de l'enquête quantitative

Dans le détail, la population résidant ou travaillant en **nord Grande-Terre** et en **nord Basse-Terre**, zones peu densément peuplées, rurales et isolées, et dans la **zone centrale** (région de Pointe-à-Pitre), qui regroupe la plupart des activités et des habitats, parcourent le plus de kilomètres au quotidien (voir Tableau 37) et font habituellement plus de trajets journaliers (voir Tableau 38). Ce sont également les populations les mieux équipées et qui ont le plus recours à la voiture au quotidien. Si une partie de cette population a accès aux transports en commun (en particulier celle qui évolue dans l'agglomération centrale), elles ne les utilisent pour autant pas systématiquement. Etant plus sujette aux embouteillages, à la pollution et aux externalités négatives de la voiture, elle déclare **une image de la voiture relativement plus négative** que dans les autres zones du territoire. A noter toutefois que pour le nord Grande-Terre, l'image de la voiture rejoint celle de la seconde périphérie : elle est plutôt investie personnellement et est davantage considérée comme un symbole de prestige et un outil de séduction.

La population résidant ou travaillant dans la **première périphérie** (Riviera du Levant et Côte au Vent), qui se situe dans la zone d'attraction de l'agglomération centrale, utilise la voiture pour des distances qui correspondent aux migrations pendulaires, tout en déclarant moins l'utiliser au quotidien. L'image de la voiture est plutôt positive et l'investissement personnel n'est pas particulièrement fort.

Enfin, la population résidant ou travaillant dans les territoires plus isolés de la **seconde périphérie** (sud Basse-Terre, Côte Sous le Vent), zones plus isolées, peu desservies et touchées par le chômage constitue le groupe le moins motorisé et qui utilise le moins la voiture au quotidien. Dans les **îles du sud** (Marie-Galante, Les Saintes et la Désirade), qui compte une moindre population active (seul 37 % de la population, contre environ 50 % pour les autres zones de résidence<sup>120</sup>), les deux-roues et la marche sont davantage utilisés<sup>121</sup> et le recours quotidien à la voiture est beaucoup moins nécessaire que dans le reste du territoire (voir Tableau 36). Cette seconde périphérie constitue la zone du territoire où les personnes investissent le plus l'objet automobile : ils se retrouvent davantage dans les marqueurs d'attachement à ce mode de transport (la voiture comme symbole de réussite, moyen d'affirmer sa personnalité, outil de séduction, etc.).

Base: 432 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S2bis Lieu d'habitation								S3 : Habitez-vous...		S6bis Lieu de travail ou d'études									
		Nord Grande Terre	Centre Grande Terre	Riviera du Levant	Agglomération Centrale	Nord Basse-Terre	Côte Sous le Vent	Côte Au Vent	Sud Basse-Terre	Îles du Sud	Dans la commune elle-même/ le bourg	Périphérie	Nord Grande Terre	Centre Grande Terre	Riviera du Levant	Agglomération Centrale	Nord Basse-Terre	Côte Sous le Vent	Côte Au Vent	Sud Basse-Terre	Îles du Sud
	432	19	52	82	104	41	27	57	39	11	203	229	14	30	59	78	31	16	40	26	8
<b>Q5 : En moyenne, combien de kilomètres parcourez-vous en voiture chaque jour ?</b>																					
<b>Moins de 10 kilomètres</b>	19,2%	10,5%	21,2%	7,3%	24,0%	14,6%	22,2%	21,1%	25,6%	45,5%	19,2%	19,2%	-	16,7%	6,8%	25,6%	16,1%	25,0%	17,5%	30,8%	37,5%
<b>Entre 10 et 40 kilomètres</b>	42,1%	26,3%	40,4%	52,4%	40,4%	56,1%	29,6%	33,3%	41,0%	45,5%	40,9%	43,2%	28,6%	36,7%	47,5%	39,7%	61,3%	18,8%	32,5%	38,5%	50,0%
<b>Entre 40 et 60 kilomètres</b>	14,1%	21,1%	13,5%	12,2%	14,4%	2,4%	25,9%	19,3%	12,8%	9,1%	14,8%	13,5%	28,6%	20,0%	13,6%	12,8%	-	31,3%	22,5%	7,7%	12,5%
<b>Entre 60 et 80 kilomètres</b>	6,5%	10,5%	7,7%	11,0%	4,8%	-	7,4%	8,8%	2,6%	1	6,4%	6,6%	7,1%	10,0%	13,6%	3,8%	-	6,3%	7,5%	3,8%	-
<b>Plus de 80 kilomètres</b>	9,0%	21,1%	9,6%	9,8%	4,8%	7,4%	7,4%	8,8%	10,3%	-	7,4%	10,5%	28,6%	13,3%	13,6%	5,1%	12,9%	12,5%	12,5%	11,5%	-
<b>Ne sait pas</b>	9,0%	10,5%	7,7%	7,3%	11,5%	12,2%	7,4%	8,8%	7,7%	-	11,3%	7,0%	7,1%	3,3%	5,1%	12,8%	9,7%	6,3%	7,5%	7,7%	-
	39	2	4	6	12	5	2	5	3	-	23	16	1	1	3	10	3	1	3	2	-

Tableau 37 : Résultats de la question 5 de l'enquête quantitative

<sup>120</sup> Ibid., p. 7.

<sup>121</sup> Ibid., p. 7.

Base: 432 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S2bis Lieu d'habitation										S3 : Habitez-vous...		S6bis Lieu de travail ou d'études							
		Nord Grande Terre	Centre Grande Terre	Riviera du Levant	Agglomération Centrale	Nord Basse-Terre	Côte Sous le Vent	Côte Au Vent	Sud Basse-Terre	Iles du Sud	Dans la commune elle-même/ le bourg	Périphérie	Nord Grande Terre	Centre Grande Terre	Riviera du Levant	Agglomération Centrale	Nord Basse-Terre	Côte Sous le Vent	Côte Au Vent	Sud Basse-Terre	Iles du Sud
	432	19	52	82	104	41	27	57	39	11	203	229	14	30	59	78	31	16	40	26	8
<b>Q4 : En moyenne, combien de fois utilisez-vous la voiture chaque jour ?</b>																					
0 fois par jour	0,9%	-	-	2,4%	1,0%	2,4%	-	-	-	-	-	1,7%	-	-	1,7%	-	-	-	-	-	-
1 fois par jour	12,7%	10,5%	11,5%	11,0%	13,5%	12,2%	7,4%	12,3%	17,9%	27,3%	13,3%	12,2%	-	3,3%	6,8%	11,5%	16,1%	12,5%	12,5%	7,7%	-
2 fois par jour	28,2%	10,5%	23,1%	35,4%	29,8%	22,0%	48,1%	29,8%	23,1%	-	29,1%	27,5%	14,3%	33,3%	39,0%	29,5%	19,4%	50,0%	22,5%	26,9%	-
3 fois par jour	17,6%	15,8%	25,0%	18,3%	18,3%	19,5%	7,4%	12,3%	15,4%	27,3%	16,7%	18,3%	21,4%	23,3%	16,9%	17,9%	16,1%	6,3%	12,5%	19,2%	37,5%
4 fois ou plus par jour	38,2%	57,9%	34,6%	31,7%	35,6%	43,9%	37,0%	43,9%	38,5%	45,5%	38,9%	37,6%	57,1%	36,7%	35,6%	38,5%	48,4%	31,3%	52,9%	38,5%	62,5%
Ne sait pas	2,3%	5,3%	5,8%	1,2%	2	-	-	-	1,8%	5,1%	2	2,0%	2,6%	7,1%	3,3%	2,6%	-	-	-	7,7%	-

Tableau 38 : Résultats de la question 4 de l'enquête quantitative

### Les divergences en matière de genre ne semblent pas significatives

Alors que la mobilité automobile a constitué une **activité majoritairement masculine** dans l'ensemble des sociétés développées jusqu'à la fin des années 1960<sup>122</sup>, les pratiques de mobilité se sont aujourd'hui **rapprochées** : en Guadeloupe, les femmes utilisent même légèrement plus la voiture que les hommes<sup>123</sup>. Par analogie avec les études réalisées sur d'autres périmètres géographiques et temporels, ce constat signale probablement **l'essor de la participation des Guadeloupéennes au monde salarié** et, plus généralement, le développement de leur **émancipation**<sup>102</sup>. La tendance plus marquée des femmes à voir dans la voiture **l'autonomie et la liberté de déplacement** est parlante de ce point de vue.

Cette convergence des usages doit néanmoins être **nuancée** au regard des résultats de l'enquête : seules 65 % des femmes interrogées possédaient personnellement un véhicule contre 72 % des hommes, ce qui témoigne d'une dépendance légèrement plus forte aux véhicules du foyer (voir Tableau 32). Elle doit également être mise en regard d'autres travaux, qui mettent en lumière la **permanence d'usages sexués de la voiture** : l'automobilisme féminin serait davantage enserré que celui des hommes dans les **contraintes de la mobilité quotidienne** (professionnelle, parentale et consommatoire), et ce d'autant plus lorsque le domicile est éloigné des zones d'activité<sup>124</sup>. Aucune étude ne permet toutefois de confirmer cette hypothèse dans le cas de la Guadeloupe.

### De façon synthétique, les clivages dans le rapport à l'automobile en Guadeloupe s'articulent autour du degré d'inclusion économique et sociale

Si les **catégories sociales les plus favorisées** (cadres, professions libérales, personnes les plus diplômées, etc.) se caractérisent par un **moindre attachement à l'automobile**, elle se distinguent aussi par une **utilisation de la voiture plus intense que le reste de la population**. A l'inverse, les **groupes sociaux les plus exclus du système automobile** (jeunes, chômeurs, ouvriers, personnes les moins diplômées, résidents et travailleurs des régions rurales et isolées, etc.) affichent un **investissement personnel et symbolique plus important vis-à-vis de ce mode de transport**.

Ces résultats, qui présentent des similitudes avec la situation hexagonale<sup>125</sup>, confirment que l'acquisition et l'usage d'une automobile s'inscrivent en Guadeloupe dans un **processus d'accès à l'autonomie, à la stabilité et à la vie active** : une utilisation intense de la voiture constitue un **marqueur d'inclusion**, même si cela peut aussi accroître la perception des limites du système automobile. Au contraire, ne pas être véhiculé est ressenti comme une forme **d'exclusion ou de marginalisation**, qui conduit plus facilement à idéaliser la voiture et le mode de vie auquel elle donne accès.

### 3.4.3. Le problème de la mortalité routière en Guadeloupe relève également de déterminants sociologiques et psychologiques

<sup>122</sup> ORSELLI, *Usages et usagers de la route, mobilité et accidents 1860-2008*, 2009.

<sup>123</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.

<sup>124</sup> ENAUX *et al.*, 2011, cité dans DEMOLI et LANNON, « Décrire la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019, 2019.

<sup>125</sup> *Ibid.*, p. 46.

## La mortalité routière provient majoritairement des conducteurs infractionnistes, dont le profil sociologique est connu

La mortalité routière provient majoritairement des infractions des conducteurs

Selon la délégation à la sécurité routière du ministère de l'Intérieur, la quasi-totalité des accidents mortels (neuf accidents mortels sur dix) trouvent leur origine dans **une ou plusieurs infractions routières**<sup>126</sup>. Alors que **près d'un conducteur guadeloupéen sur quatre (37,2 %) reconnaît ne pas toujours respecter les règles de sécurité routière** par rapport à la moyenne des conducteurs (voir Tableau 39), l'analyse de ces infractions apporte un **éclairage pertinent sur les causes de l'accidentologie** en Guadeloupe.

Base: 403 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5bis Quelle est votre profession ?						
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / profession libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs
	403	191	212	-	17	90	138	76	82	39	32	70	94	43	78	47
<b>Q10 : Par rapport à la moyenne des conducteurs, diriez-vous que vous respectez les règles de sécurité routière ?</b>																
<b>Vous ne les respectez pas</b>	0,2%	0,5%	-	-	-	-	-	-	1,2%	-	-	-	-	-	1,3%	-
<b>Vous ne les respectez pas souvent</b>	1,0%	2,1%	-	-	-	1,1%	-	3,9%	3	2,6%	3,1%	-	-	2,3%	-	2,1%
<b>Vous les respectez assez souvent</b>	10,7%	13,1%	8,5%	-	17,6%	14,4%	12,3%	7,9%	4,9%	10,3%	12,5%	10,0%	11,7%	16,3%	5,1%	12,8%
<b>Vous les respectez la plupart du temps</b>	25,3%	27,2%	23,6%	-	35,3%	38,9%	20,3%	26,3%	15,9%	20,5%	34,4%	41,4%	25,5%	14,0%	15,4%	25,5%
<b>Vous les respectez toujours</b>	62,5%	56,5%	67,9%	-	47,1%	45,6%	67,4%	61,8%	76,8%	66,7%	50,0%	48,6%	62,8%	65,1%	78,2%	59,6%
<b>Ne sait pas</b>	0,2%	0,5%	-	-	8	41	93	47	63	16	26	34	59	28	61	28
	1	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-

Tableau 39 : Résultats de la question 10 de l'enquête quantitative (en fonction du sexe, de l'âge et de la profession)

La première des infractions à l'origine de la mortalité routière est le **non-port des équipements de sécurité**. A titre d'exemple, parmi les victimes de l'année 2020, 35 % des automobilistes n'avaient pas attaché leur ceinture de sécurité et 18 % des conducteurs de deux-roues ne portaient pas leur casque.

L'**alcool**, impliqué dans 29 % des accidents mortels en 2020 (37 % en 2019), constitue également une cause majeure de la mortalité routière en Guadeloupe<sup>127,128</sup>. Ce chiffre est **bien plus élevé que dans l'Hexagone**, où la conduite en état d'ébriété était à l'origine de 18 % des accidents mortels en 2019<sup>129</sup>. De même, la part des **stupéfiants** dans les déterminants de l'accidentologie est anormalement élevée comparativement à l'Hexagone : **17 % des accidents mortels en Guadeloupe**<sup>103</sup> impliquent un conducteur sous emprise, contre 10 % dans l'Hexagone<sup>104</sup>.

De façon plus classique, la **vitesse** est à l'origine d'un peu plus d'un tiers (35 %) des accidents mortels en Guadeloupe en 2019 (contre 30 % dans l'Hexagone)<sup>105,106</sup>. Dans le cadre d'une étude sociologique commandée par la préfecture de Guadeloupe, sept conducteurs infractionnistes (ceux ayant déjà eu une suspension de permis ou une invalidation du permis et les personnes titulaires d'un permis probatoire ayant l'obligation de faire un stage de récupération de points) sur dix (69 %) assument dépasser les limites de vitesse réglementaires « de temps en temps » (20 % déclarent les dépasser « fréquemment »)<sup>107</sup>.

L'**inattention** (11 % des accidents mortels en Guadeloupe<sup>108</sup>) et notamment **l'usage du téléphone au volant** sont des facteurs de risque non négligeables, mais non spécifiques à la situation guadeloupéenne (à l'origine de 10 % des accidents mortels dans l'Hexagone<sup>109</sup>).

Il est possible d'établir le profil sociologique des conducteurs infractionnistes

La documentation en matière d'insécurité routière témoigne d'un **enracinement social** du phénomène, qui ne concerne pas tous les groupes sociaux de la même manière<sup>110</sup>.

En termes de **profils**, la population des conducteurs infractionnistes guadeloupéens est constituée très majoritairement d'**hommes** (82 %), souvent **jeunes** (43 % des conducteurs infractionnistes ont entre 18 et

<sup>126</sup> Ministère de l'intérieur, Délégation à la Sécurité Routière, *Le guide du bon conducteur*, décembre 2018.

<sup>127</sup> DEAL Guadeloupe, *Accidentalité routière en Guadeloupe. Bilan 2019, 2020*.

<sup>128</sup> DEAL Guadeloupe, *Bilan sécurité routière 2020, 2021*.

<sup>129</sup> Observatoire National Interministériel de la Sécurité Routière (ONISR), *La sécurité routière en France. Bilan de l'accidentalité 2019, 2020*.

34 ans), résidant en **milieu rural** (69 %) <sup>130,131</sup>. L'analyse des catégories socio-professionnelles (CSP) dévoile par ailleurs une prévalence des **CSP+** (et notamment des chefs d'entreprises), plus sujets à la surcharge de travail, aux dettes de sommeil ou au stress. Les conducteurs infractionnistes sont le plus souvent **célibataires**, dans un contexte où le conjoint joue souvent le rôle de « garde-fou ».

A noter qu'en Guadeloupe comme ailleurs <sup>132</sup>, le profil des tués sur la route est sensiblement les mêmes que celui des conducteurs les plus infractionnistes : la distribution du « malheur routier » s'établit ainsi largement au détriment des **hommes** (83 % des tués en 2019 et 78 % en 2020). La moitié des victimes ont **plus de 45 ans** (49 % et 47 %) <sup>133,111</sup> et entre un quart et un tiers ont **moins de 25 ans** (30 % en 2019 et 25 % en 2020). Les conducteurs infractionnistes sont donc à la fois à **l'origine de la mortalité routière** et en partie **victimes de cette dernière** <sup>112</sup>.

Les résultats de l'enquête quantitative apportent des éléments complémentaires sur le plan de la **caractérisation sociologique** des conducteurs à « risques ». Ces éléments doivent néanmoins être **interprétés avec précaution** compte tenu des biais potentiels liés à leur caractère déclaratif.

En premier lieu, l'enquête confirme que les **conducteurs** sont plus nombreux à déclarer ne pas toujours respecter les règles de sécurité routière que les conductrices (43,5 % contre 31,5 %).

Comme évoqué précédemment (voir partie 3.4.1 ci-dessus), la proportion des personnes âgées de 40 à 65 ans et plus déclarant « **toujours respecter les règles de sécurité routière** » est significativement plus élevée que chez les 18-39 ans (69 % contre 46 %), confirmant la tendance d'une partie de la jeunesse à faire des comportements infractionnistes un **levier de construction identitaire** (voir Tableau 27). Chez les **jeunes** et les **personnes résidant ou travaillant en milieu rural**, le besoin de s'évader du quotidien s'exprime de façon plus importante que chez les autres groupes sociaux. Si ces conducteurs infractionnistes transgressent les règles c'est aussi parce qu'ils perçoivent que la plupart des gens le font, parce que ces règles leur semblent mal conçues ou peu utiles ou parce que les risques associés à la transgression sont jugés faibles.

Si la **composition du foyer** et la **situation maritale** n'ont pas d'impact significatif (voir Tableau 40), le **niveau de diplôme** et la **profession** sont fortement corrélés à l'irrespect des règles de sécurité routière : plus le niveau de diplôme est élevé, plus les conducteurs déclarent avoir été en infraction (voir Tableau 41) et les **cadres et professions libérales** se déclarent plus facilement infractionnistes que les autres catégories socio-professionnelles (voir Tableau 39). Ces personnes justifient leurs infractions en considérant que les risques associés sont faibles. Comme les jeunes et les personnes résidant ou travaillant en milieu rural, ils ont tendance à estimer que leur jugement personnel de la situation prévaut sur la règle, tout en étant moins sujets à des conduites à risque que ces deux catégories de la population dans la mesure où ils ne recherchent ni évasion, ni sensations fortes dans l'utilisation de la voiture.

Base: 403 Toutes les interviews redressement	Global	S9 : Dans votre foyer, il y a :				
		Une seule personne	Un seul parent ou grand-parent avec enfant(s) ou petits enfant(s)	Un couple sans enfant	Un couple avec enfant(s) ou petits enfant(s)	Une autre configuration que celles que je vous ai citées ?
	403	103	67	72	153	8
<b>Q10 : Par rapport à la moyenne des conducteurs, diriez-vous que vous respectez les règles de sécurité routière ?</b>						
<b>Vous ne les respectez pas</b>	0,2%	1,0%	-	-	-	-
	1	1	-	-	-	-
<b>Vous ne les respectez pas souvent</b>	1,0%	1,9%	-	1,4%	0,7%	-
	4	2	-	1	1	-
<b>Vous les respectez assez souvent</b>	10,7%	10,7%	9,0%	9,7%	12,4%	-
	43	11	6	7	19	-
<b>Vous les respectez la plupart du temps</b>	25,3%	25,2%	28,4%	26,4%	22,9%	37,5%
	102	26	19	19	35	3
<b>Vous les respectez toujours</b>	62,5%	61,2%	62,7%	62,5%	63,4%	62,5%
	252	63	42	45	97	5
<b>Ne sait pas</b>	0,2%	-	-	-	0,7%	-
	1	-	-	-	1	-

<sup>130</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.

<sup>131</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 36.

<sup>132</sup> GROSSETETE, 2012 ; MORANGE, 2002 ; DEMOLI et LANNOY, « Les coûts de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>133</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 36.

Tableau 40 : Résultats de la question 10 de l'enquête quantitative

Base: 403 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S7 : Avez-vous un diplôme ?		S8 : Quel est votre niveau de diplôme ?				
		Oui	Non	Diplôme de l'enseignement primaire ou secondaire (Certificat d'études, Brevet des Collèges)	BEP/ CAP	Baccalauréat	Diplôme de l'enseignement supérieur de 1er cycle (DEUG, DUT, BTS)	Diplôme de l'enseignement supérieur de 2ème cycle (Licence, Maîtrise, Master) ou au-delà
	403	369	34	22	82	99	80	86
<b>Q10 : Par rapport à la moyenne des conducteurs, diriez-vous que vous respectez les règles de sécurité routière ?</b>								
<b>Vous ne les respectez pas</b>	0,2%	0,3%	-	-	-	-	1,3%	-
	1	1	-	-	-	-	1	-
<b>Vous ne les respectez pas souvent</b>	1,0%	1,1%	-	4,5%	-	1,0%	2,5%	-
	4	4	-	1	-	1	2	-
<b>Vous les respectez assez souvent</b>	10,7%	10,8%	8,8%	4,5%	11,0%	11,1%	15,0%	8,1%
	43	40	3	1	9	11	12	7
<b>Vous les respectez la plupart du temps</b>	25,3%	26,3%	14,7%	9,1%	13,4%	24,2%	30,0%	41,9%
	102	97	5	2	11	24	24	36
<b>Vous les respectez toujours</b>	62,5%	61,5%	73,5%	81,8%	75,6%	63,6%	51,2%	50,0%
	252	227	25	18	62	63	41	43
<b>Ne sait pas</b>	0,2%	-	2,9%	-	-	-	-	-
	1	-	1	-	-	-	-	-

Tableau 41 : Résultats de la question 10 de l'enquête quantitative

### Les comportements infractionnistes s'inscrivent dans le cadre de facteurs socio-anthropologiques spécifiques

La volonté d'optimiser le temps constitue la justification principale des infractions

Les résultats de l'enquête quantitative révèlent – pour l'ensemble des conducteurs ayant reconnu ne pas toujours respecter les règles de sécurité routière (et non simplement sur le périmètre des conducteurs infractionnistes) – que le **gain de temps** lorsque la situation l'exige est la principale raison avancée pour justifier le non-respect des règles de sécurité routière (59,3 % des personnes interrogées), et ce pour toutes les catégories sociologiques (voir Tableau 42). Cette justification s'applique tout particulièrement à la **vitesse**, mais également à l'**usage du téléphone au volant**.

Base: 150 Toutes les interviews Aucun redressement	Global	S1 : « Vous êtes » :			S4 : Quel âge avez-vous ?					S5b: Quelle est votre profession ?						
		Un homme	Une femme	Sexe neutre	18-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans et plus	Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise	Cadre / profession libérale	Profession intermédiaire	Employé	Ouvrier	Retraité / préretraité	(Autres sans emploi) / chômeurs n'ayant jamais travaillé / Autres inactifs
	150	82	68	-	9	49	45	29	18	13	16	36	35	14	17	19
<b>Q19. Quelles sont les raisons pour lesquelles vous ne respectez pas les règles de sécurité routière lorsque cela vous arrive ?</b>																
<b>Ce n'est pas valorisant de respecter les règles</b>	0,7%	1,2%	-	-	-	-	2,2%	-	-	7,7%	-	-	-	-	-	-
	1	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-
<b>Cela vous permet de gagner du temps lorsque la situation l'exige</b>	59,3%	54,9%	64,7%	-	55,6%	61,2%	51,1%	65,5%	66,7%	69,2%	68,8%	58,3%	57,1%	35,7%	70,6%	57,9%
	89	45	44	-	5	30	23	19	12	9	11	21	20	5	12	11
<b>Les règles que vous ne respectez pas vous semblent peu utiles ou mal conçues</b>	25,3%	25,6%	25,0%	-	11,1%	22,4%	28,9%	31,0%	22,2%	15,4%	18,8%	30,6%	31,4%	21,4%	23,5%	21,1%
	38	21	17	-	1	11	13	9	4	2	3	11	11	3	4	4
<b>Les règles que vous ne respectez pas vous semblent trop contraignantes</b>	4,7%	6,1%	2,9%	-	11,1%	4,1%	2,2%	10,3%	-	-	-	2,8%	8,6%	-	-	15,8%
	7	5	2	-	1	2	1	3	-	-	-	1	3	-	-	3
<b>Les risques associés au fait de ne pas respecter les règles sont faibles</b>	12,7%	13,4%	11,8%	-	55,6%	8,2%	13,3%	6,9%	11,1%	-	25,0%	16,7%	8,6%	7,1%	5,9%	21,1%
	19	11	8	-	5	4	6	2	2	-	4	6	3	1	1	4
<b>La plupart des gens ne respectent pas les règles que vous ne respectez pas</b>	7,3%	9,8%	4,4%	-	-	12,2%	4,4%	6,9%	5,6%	7,7%	-	8,3%	8,6%	14,3%	5,9%	5,3%
	11	8	3	-	-	6	2	2	1	1	-	3	3	2	1	1
<b>Les règles de sécurité routière sont une atteinte à votre liberté</b>	0,7%	1,2%	-	-	-	-	-	5,6%	-	-	-	-	-	-	5,9%	-
	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-
<b>Ne pas respecter une règle est une manière d'exprimer votre opposition au pouvoir politique et administratif</b>	0,7%	1,2%	-	-	-	2,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,9%
	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
<b>Cela vous permet de ressentir des sensations</b>	2,7%	2,4%	2,9%	-	-	4,1%	-	3,4%	5,6%	-	-	2,8%	2,9%	-	5,9%	5,3%
	4	2	2	-	-	2	-	1	1	-	-	1	1	-	1	1
<b>Cela répond à un besoin de s'évader et de sortir du quotidien</b>	7,3%	4,9%	10,3%	-	11,1%	12,2%	4,4%	3,4%	5,6%	7,7%	-	-	11,4%	21,4%	5,9%	10,5%
	11	4	7	-	1	6	2	1	1	1	-	-	4	3	1	2

Tableau 42 : Résultats de la question 19 de l'enquête quantitative

Cet enseignement issu de l'enquête quantitative complète les résultats de l'étude des déterminants de la prise de risque des conducteurs infractionnistes. Plus de la moitié (51 %) de ces derniers déclarent envoyer des SMS, des e-mails ou surfer sur internet en conduisant<sup>134</sup>, en lien avec des **obligations professionnelles** ou pour **optimiser le temps**, et les deux tiers (66 %) d'entre eux estiment que leurs infractions sont liées

<sup>134</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.

à un état de stress, un manque de temps et à une surcharge de travail<sup>135,136</sup>. Ces tensions doivent être reliées au phénomène de « tunnelisation », qui associe une focalisation de l'attention à une perte de vue d'ensemble de la situation, lié à une charge de travail élevée, une situation stressante, un état de fatigue, etc.

Le défi à l'autorité constitue un autre déterminant des infractions routières

En dépit de leur apparence purement technique, les infrastructures routières constituent des **espaces de régulation de la vie collective**, une **manifestation du pouvoir politique et administratif** et un **moyen de légitimation** de ce dernier (par la codification du comportement des usagers, la surveillance des espaces de circulation, etc.)<sup>137</sup>. En ce sens, le non-respect de l'ordre automobile est susceptible de signaler une **contestation politique**, une **lutte de pouvoir** et un **refus de l'assujettissement** au fonctionnement du système automobile<sup>113</sup>.

De fait, les travaux menés auprès de la population guadeloupéenne suggèrent un **rapport plus contestataire à la réglementation** que dans les autres régions françaises, rendant l'application du code de la route plus laborieux<sup>114</sup>. Les résultats de l'enquête quantitative vont dans ce sens, en démontrant que parmi les personnes ayant déclaré avoir déjà enfreint les règles de sécurité routière, un quart (25,2 %) d'entre elles explique l'avoir fait car les règles en question leur semblaient « **peu utiles ou mal conçues** » (voir Tableau 42).

Cette spécificité se traduit, par exemple, par le **refus du port des équipements de sécurité**, les **excès de vitesse** ou, de manière encore plus explicite, les **rodéos sauvages**, vécus comme autant de formes graduelles de contestation de l'autorité publique.

Le poids de l'alcool dans les déterminants de la mortalité routière doit être mis en perspective avec l'histoire et l'économie de la Guadeloupe, mais aussi et surtout avec l'offre de transport

En Guadeloupe, le **poids culturel et économique du rhum** constitue un facteur d'explication de l'importance de la conduite en état d'ébriété au sein des causes de la mortalité routière : statistiquement, les Guadeloupéens consomment plus fréquemment des alcools forts que la moyenne des Français (la consommation hebdomadaire pour ce type d'alcool concerne 15,2 % de la population adulte contre 9,7 % pour la moyenne hexagonale)<sup>115</sup>. La dimension culturelle et économique du rhum constitue par ailleurs un frein à la politique de prévention routière : à titre d'exemple, la publicité en faveur de l'alcool est moins restrictive que sur le territoire hexagonal, étant par exemple autorisée sur les panneaux publicitaires en bord de route<sup>116</sup>. De même, l'accès facilité à l'alcool est un élément à prendre compte, dans un contexte où l'usage des doses-bar (unité d'alcool légale, définissant la quantité d'alcool contenue dans un verre ou une bouteille) n'est pas fréquent, en particulier dans les « lolos », bars guadeloupéens typiques et populaires<sup>117</sup>. Cette situation éclaire les déclarations des conducteurs infractionnistes guadeloupéens qui reconnaissent à une large majorité (59 %) être susceptibles de **prendre le volant tout en ayant conscience d'avoir dépassé le taux légal d'alcoolémie**<sup>118</sup>.

A noter toutefois que la prévalence de la consommation moyenne d'alcool en Guadeloupe est **inférieure à la moyenne hexagonale** : 6,9 % des adultes guadeloupéens en consomment quotidiennement (contre 10 % en France hexagonale) et 10,5 % d'entre eux déclarent une alcoolisation importante ponctuelle par mois (6 verres ou plus en une seule occasion), contre 16,2 % dans l'Hexagone. Ce constat suggère que **l'absence d'alternatives à la voiture pour se déplacer après un évènement festif**, notamment la nuit, constitue un élément déterminant pour appréhender le poids de l'alcool dans les facteurs de la mortalité routière<sup>119</sup>.

## Enseignements des focus groups

« On n'a pas réfléchi aux gens qui ont envie d'aller en soirée, par exemple ? Comment ils font ? »

<sup>135</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 36.

<sup>136</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.

<sup>137</sup> DEMOLI et LANNOY, *op. cit.*, p. 13.

« Pour les personnes qui sortent la nuit, s'ils pouvaient faire du covoiturage, celui qui boit ne conduit pas [...]. Il y a peut-être quelque chose à mettre en place aussi comme en Métropole, où il y a des bus de nuit »

Citation d'un.e participant.e

L'un des problèmes centraux identifiés par les personnes interrogées en matière de sécurité routière réside dans **l'absence d'alternative à la voiture**, notamment la nuit. Pour réduire l'accidentalité sur la route, celles-ci préconisent donc le développement d'autres modes de déplacement, comme les transports collectifs nocturnes, les taxis ou les VTC, qui peuvent contribuer à réduire les phénomènes de conduite sous l'emprise de la fatigue, d'alcool ou de stupéfiants.

La volonté de ressentir des sensations ou de s'échapper des difficultés du quotidien constitue un autre imaginaire attaché à l'infraction routière, qui semble toutefois minoritaire en Guadeloupe

Au début de l'automobile, les promoteurs de l'automobile ont construit un imaginaire spécifique autour de **l'exploit sportif**, articulé autour de pilotes héroïques et de voitures légendaires<sup>138</sup>. En dépit de la **tendance historique à l'encadrement des normes de conduite** (obligation de porter la ceinture de sécurité, généralisation des limitations de vitesse sur autoroute, puis en agglomération, hausse du prix du pétrole, contrôle technique obligatoire, etc.), les vertus « sportives » de l'automobile persistent dans l'inconscient collectif et influent sur l'imaginaire, s'agissant notamment de la conduite<sup>139</sup>. Précisément, en Guadeloupe, une large majorité (57 %) des conducteurs infractionnistes déclarent prendre des risques pour « **ressentir des sensations, de l'adrénaline ou du bien-être** »<sup>140</sup>. A noter que cette représentation n'est toutefois pas confirmée par l'enquête quantitative pour la population générale : une très faible minorité d'automobilistes ayant déclaré ne pas toujours respecter les règles de sécurité routière avancent cette explication pour justifier leurs écarts (voir Tableau 42).

Dans le même ordre d'idées, la vitesse peut également être assimilée à un **comportement de fuite**, un moyen d'éloigner les problématiques sociales, de s'évader, de fuir la réalité et de s'affranchir des règles pour des raisons personnelles<sup>141,120</sup>. Ce comportement entretient des liens avec la conduite sous l'emprise de l'alcool ou de stupéfiants qui, par leurs effets relaxants ou désinhibants, permettent à certains conducteurs de **gérer leur relation au stress**. Cela étant, parmi les conducteurs interrogés lors de l'enquête quantitative ayant reconnu ne pas toujours respecter les règles de sécurité routière, **moins de 10 % (7,3 %)** déclarent qu'enfreindre le Code de la Route est un moyen de « **s'évader et de sortir du quotidien** » (voir Tableau 42).

La banalisation d'un certain nombre de facteurs de risque constitue un déterminant relativement marginal de l'accidentologie

Cette banalisation concerne notamment **l'association de la conduite avec d'autres activités réalisées conjointement** (téléphoner, écrire un message, etc.), les **effets de l'alcool** (59 % des conducteurs infractionnistes guadeloupéens se déclarent susceptibles de prendre le volant, malgré la conscience d'avoir dépassé le taux légal d'alcoolémie et 40 % estiment avoir confiance en leurs capacités et en celles de leur véhicule) ou du **cannabis** (28 % des conducteurs infractionnistes consommateurs de cannabis ne connaissent pas le temps d'élimination du cannabis dans le corps), mais également les effets du **stress**, de la **surcharge de travail**, du **manque de temps** et plus généralement de la **fatigue**<sup>121</sup>.

Au regard des résultats de l'enquête quantitative, ce dernier déterminant semble cependant relativement marginal au sein de la population générale : d'après les résultats de l'enquête quantitative, plus d'un automobiliste ayant reconnu ne pas toujours respecter les règles de sécurité routière sur dix (12,7 %) considère que « **les risques associés au fait de ne pas respecter les règles sont faibles** ». A noter toutefois que plus de la moitié (55,6 %) des 18-24 ans se justifie de la sorte.

<sup>138</sup> MONNEYRON et THOMAS, *L'automobile, un imaginaire contemporain*, Imago Editions, 2006.

<sup>139</sup> DAVIS, 1988, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Introduction », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>140</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.

<sup>141</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.

L'enquête met par ailleurs en lumière que le **caractère collectif de cette banalisation** concerne une faible partie des conducteurs : un peu moins d'un conducteur sur dix ayant reconnu ne pas toujours respecter les règles de sécurité routière (7,3 %) déclarent l'avoir fait par mimétisme (voir Tableau 42).

## 4. Recommandations

---

### 4.1. La transition de la mobilité guadeloupéenne suppose l'activation conjointe d'un ensemble de leviers

La quatrième partie de l'étude présente un certain nombre de **recommandations** visant à **orienter les représentations sociales associées à l'automobile et à ses alternatives**, dans le but de faciliter la transition du territoire et de la population de Guadeloupe vers une mobilité décarbonée et durable. Plus spécifiquement, il s'agit de fournir aux acteurs publics guadeloupéens des leviers leur permettant **d'influer sur les comportements de mobilité des individus et des ménages**.

Compte tenu des objectifs et des orientations de cette étude (voir la partie introductive **Erreur ! Source du renvoi introuvable.**), ces recommandations se concentrent sur les **instruments d'information et de communication** et sur le **pouvoir d'influence et d'incitation** dont disposent les pouvoirs publics. Le parti pris sous-jacent réside dans le fait qu'un changement des comportements en matière de mobilité et de sécurité routière suppose une **évolution des représentations sociales**, ces dernières constituant un ensemble de règles et de normes qui orientent les comportements des individus et leurs modes de vie<sup>142</sup>.

La limite de cette approche réside dans le fait que les pratiques de mobilité ne dépendent pas uniquement des représentations sociales. Elles sont en effet enserrées dans des **contraintes collectives techniques et matérielles**, qui découlent notamment de choix historiques en faveur d'une technologie, d'une infrastructure, d'un mode d'organisation et d'aménagement du territoire, etc.<sup>143</sup>. En l'occurrence, le choix du « tout à l'automobile » en Guadeloupe, associé à une dynamique d'aménagement du territoire reposant sur un accroissement du besoin de mobilité des ménages, fait aujourd'hui de la voiture individuelle un besoin, voire une nécessité pour une grande partie de la population guadeloupéenne (voir partie 3.3 ci-dessus). En d'autres termes, une évolution radicale des représentations sociales associées à l'automobile en Guadeloupe n'aurait aucun effet sur le report modal si les individus demeurent contraints dans leurs choix par **la réalité de l'offre de mobilité sur le territoire**.

Dans le même ordre d'idées, l'absence structurelle d'alternatives à la voiture pour se déplacer après un événement festif, notamment la nuit, constitue un élément d'explication important à la place de l'alcool dans les déterminants de la mortalité routière en Guadeloupe, au moins autant que les représentations sociales associées à l'alcool au volant sur le territoire. Plus généralement, la mise en œuvre d'une **politique d'amélioration structurelle du niveau de sécurité des infrastructures routière** (marquages au sol, éclairages, dos d'ânes, etc.) est susceptible d'améliorer la situation guadeloupéenne en termes de mortalité routière.

En conséquence, les recommandations développées dans la présente partie ne seront efficaces qu'à la condition d'être combinées avec d'autres mesures agissant sur **les facteurs structurels qui fondent la dépendance guadeloupéenne à l'automobile et contribuent à l'insécurité routière sur les routes du territoire**. La priorité des acteurs publics en Guadeloupe doit ainsi résider dans **l'investissement massif pour le déploiement d'alternatives sécurisées à l'utilisation du véhicule individuel** (réseaux cyclables, modernisation des transports collectifs, intermodalité, développement du covoiturage, développement d'alternatives nocturnes à la voiture, etc.) et dans la mise en œuvre **d'une politique globale de planification et d'aménagement du territoire facilitant les proximités, permettant une répartition équilibrée des activités sur le territoire et réduisant les besoins de mobilité contrainte**.

Si la déclinaison opérationnelle de ces deux recommandations ne sont pas détaillées ici, leur mise en application constitue un **prérequis pour conduire une transition à la hauteur des enjeux et faire évoluer significativement les représentations sociales associées à l'automobile**. Certains enseignements du rapport (notamment ceux tirés des résultats des enquêtes quantitatives et qualitatives) constituent néanmoins des **pistes de réflexion** à disposition des acteurs guadeloupéens de la mobilité (voir notamment les encarts de la partie 3.3.2 ci-dessus).

De même, les leviers de changement qui reposent sur **la régulation économique** (subventions, taxes, etc.) ou sur **les normes règlementaires** (obligations, restrictions, interdictions, etc.), bien qu'essentiels à la

---

<sup>142</sup> ADEME, *Changer les comportements. L'apport des sciences humaines et sociales pour comprendre et agir*, ADEME Editions, 2016.

<sup>143</sup> *Ibid.*, p. 45.

transition<sup>144</sup>, ne sont pas développés ici. Il est néanmoins recommandé que ces derniers fassent l'objet de travaux ultérieurs spécifiques permettant de les activer. En effet, les enquêtes menées dans le cadre de la présente étude ont identifié la **diminution du budget alloué à l'automobile** comme **un facteur de transition déterminant** du point de vue des ménages (voir partie 3.2.1 ci-dessus), ce qui justifie la mise en place de politiques jouant sur les déterminants économiques de la transition automobile. La loi et la réglementation constituent par ailleurs des outils privilégiés pour **agir sur les modes de déplacement et les normes sociales associées** (avec, par exemple, des outils comme les péages urbains, les zones à trafic limité, etc.)<sup>145</sup>.

En somme, le succès des futures politiques de transition de la mobilité guadeloupéenne reposera sur **la capacité des autorités publiques à actionner un ensemble de leviers complémentaires** (normes réglementaires, régulation économique, influence et incitations, etc.), étant entendu qu'il n'existe pas de levier unique et adapté à toutes les situations et que tous les leviers ne se valent pas en termes d'impact. Concentrer l'action sur les seuls instruments d'information et de communication et sur le pouvoir d'influence et d'incitation dont disposent les pouvoirs publics constituerait une erreur : l'évolution des pratiques de mobilité en Guadeloupe nécessite avant tout **d'agir sur les cadres collectifs et structurels** (aménagement du territoire, biens et services disponibles, etc.) qui conditionnent aujourd'hui les choix et les comportements individuels.

A noter, enfin, que la diversité des actions et des politiques à mettre en œuvre suppose **une diversité d'acteurs en capacité d'agir** : du côté des pouvoirs publics en particulier, chaque échelon territorial dispose de compétences spécifiques qui lui permettent de prendre sa part. Une **mission dédiée à la transition automobile réunissant les autorités territoriales concernées** pourrait ainsi être chargée d'identifier les chantiers prioritaires à mener et de définir une juste répartition des rôles, par exemple dans le cadre de l'AOM unique qui devrait voir le jour en 2023.

#### **4.2. Les futures politiques publiques de la mobilité en Guadeloupe devront prendre en compte les divergences sociales dans le rapport à l'automobile et à la sécurité routière**

Pour être efficaces, les futures politiques publiques de transition de la mobilité guadeloupéenne **devront être ciblées et prendre en compte les clivages culturels et sociaux** qui sont aujourd'hui attachés à l'automobile<sup>146</sup>. L'analyse des données issues des enquêtes menées dans le cadre de la présente étude constitue une première approche de ces **clivages** (voir partie 3.4.2 ci-dessus).

S'agissant du report modal, le rapport de la population guadeloupéenne à la mobilité automobile peut être classifié en **six groupes distincts**, présentés dans le tableau ci-dessous (voir Tableau 43). Cette classification, bien que simplificatrice, a l'avantage de permettre d'appréhender les divergences dans les pratiques de mobilité et les représentations sociales associées.

Parmi ces six groupes, le **groupe C** (constitué des CSP +, des personnes les plus diplômées et de celles évoluant au sein de l'agglomération centrale), apparaît comme **la population-cible prioritaire pour la transition de la mobilité en Guadeloupe**. Ce groupe affiche en effet un investissement symbolique dans l'automobile plus faible, ce qui suggère une **motivation plus marquée** à réduire sa dépendance à l'automobile. Par ailleurs, il se caractérise par une intensité d'usage plus forte : une évolution des comportements de mobilité de cette population **contribuerait donc plus fortement à la réduction de la place de la voiture en Guadeloupe**. L'impact d'une telle évolution serait d'autant plus important qu'il s'agit d'une catégorie sociale privilégiée, qui bénéficie probablement d'une **force d'entraînement** sur le reste de la population<sup>147</sup>.

---

<sup>144</sup> *Ibid.*, p. 45.

<sup>145</sup> *Ibid.*, p. 45.

<sup>146</sup> GUILLUY, 2010 ; FLONNEAU et ORFEUIL, 2016, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Expliquer la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.

<sup>147</sup> BOURDIEU, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Le sens Commun, 1979.

	Image plus positive et investissement personnel plus marqué	Image mitigée et investissement personnel relatif	Image moins positive et faible investissement personnel
Intensité d'usage faible	<b>GROUPE A</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jeunes (18-24 ans)</li> <li>• Sans emploi, chômeur.se.s et inactif.ve.s</li> <li>• Ouvrier.e.s</li> <li>• Personnes les moins diplômées</li> <li>• Résident.e.s et travailleur.se.s de la seconde périphérie</li> </ul>		
Intensité d'usage modérée		<b>GROUPE B</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Professions intermédiaires</li> <li>• Employé.e.s</li> <li>• Diplômé.e.s intermédiaires</li> <li>• Résident.e.s et travailleur.se.s de la seconde périphérie</li> </ul>	<b>GROUPE D</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Retraité.e.s (65 ans et plus)</li> </ul>
Intensité d'usage élevée	<b>GROUPE E</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Résident.e.s et travailleur.se.s du Nord Grande-Terre</li> </ul>	<b>GROUPE F</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actif.ve.s (25-64 ans)</li> </ul>	<b>GROUPE C</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agriculteur.rice.s exploitant.e.s, Artisan.e.s, Commerçant.e.s et Chef.fe.s d'entreprises</li> <li>• Cadres et professions libérales</li> <li>• Personnes les plus diplômées</li> <li>• Résident.e.s et travailleur.se.s de l'agglomération centrale</li> </ul>

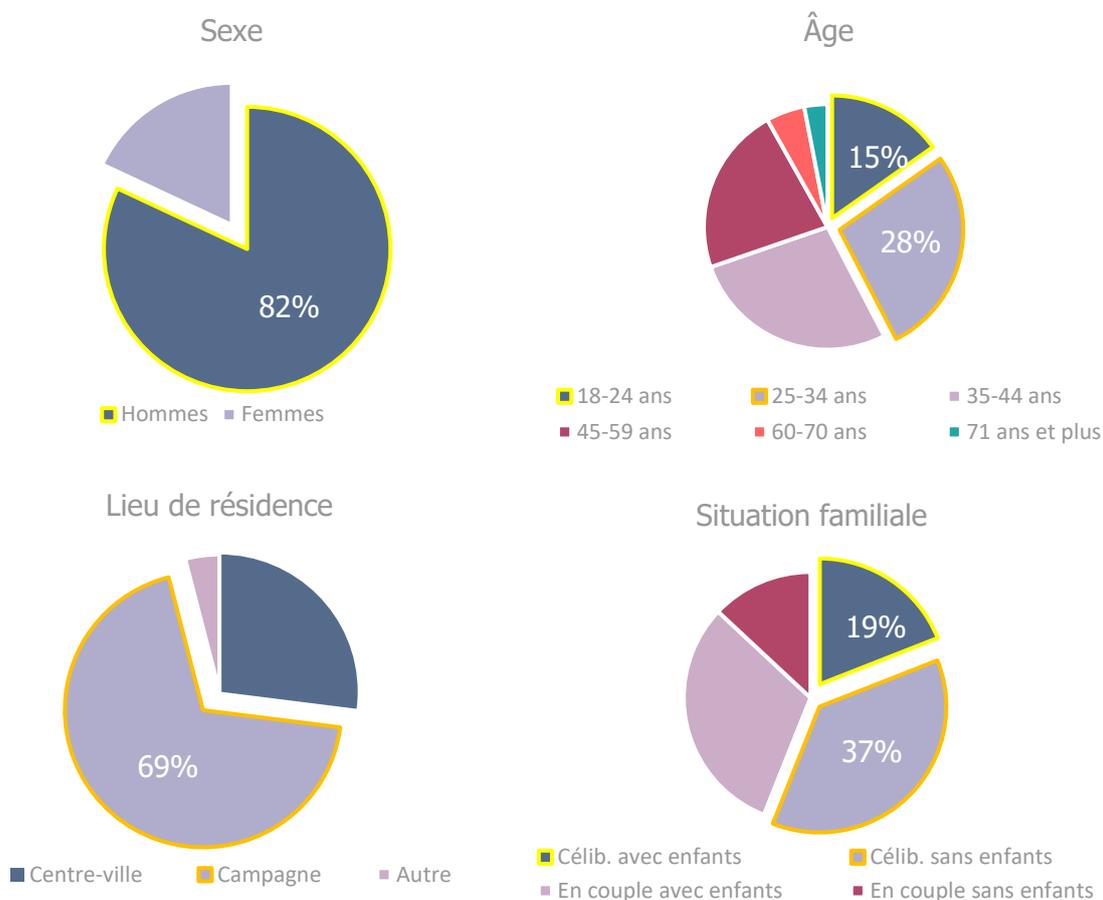
Tableau 43 : Identification de groupes-cibles en fonction du rapport à l'automobile et mise en lumière du groupe prioritaire

S'agissant spécifiquement du rapport à la sécurité routière, l'étude témoigne également d'un enracinement social du phénomène. En synthèse, plusieurs catégories de populations-cibles peuvent être considérées comme prioritaires et faire l'objet de politiques dédiées dans la mesure où leurs comportements infractionnistes contribuent fortement à l'insécurité routière en Guadeloupe.

La population la plus à risque est constituée **des hommes, des jeunes (18-34 ans) et des personnes évoluant en milieu rural**. Ces groupes se caractérisent de façon synthétique par une approche problématique de la sécurité routière, principalement pour des raisons de construction identitaire et de rapport à l'autorité.

Les **CSP +** (chefs d'entreprises, cadres et professions libérales) constituent la seconde population-cible prioritaire, ces derniers étant surreprésentés chez les conducteurs infractionnistes (les chefs d'entreprise et les cadres / professions intellectuelles supérieures représentent respectivement 16 % et 18 % des conducteurs infractionnistes, contre moins de 3 % et 7 % de la population guadeloupéenne<sup>148</sup>). Les comportements infractionnistes proviennent ici plutôt d'une tendance à banaliser les facteurs de risque et à faire passer les obligations professionnelles ou le jugement personnel avant les règles de sécurité routière. Ils s'expliquent également par un usage plus intense de l'automobile.

A noter que le fait d'être **célibataire** constitue également un critère supplémentaire d'explication à la propension d'un individu à adopter un comportement infractionniste, qui peut être pris en compte dans le ciblage des politiques de lutte contre l'insécurité routière.



<sup>148</sup> Région Guadeloupe : les chiffres clés, « Catégories socioprofessionnelles (CSP) en Guadeloupe », L'Internaute, consulté le 19/09/2022.

CSP

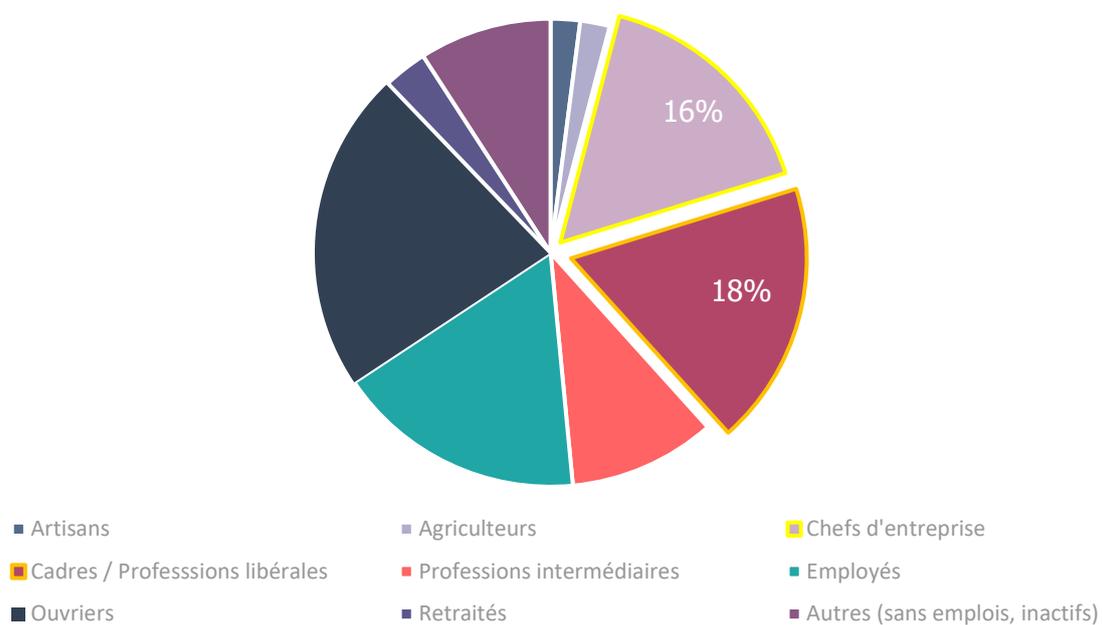


Figure 3 : Identification des groupes-cibles prioritaires en matière de sécurité routière

## BENCHMARK

### *Le marketing social appliqué à la transition de la mobilité : le projet européen SEGMENT*

SEGMENT (SEGmented Marketing for Energy efficient Transport) est un **projet européen** visant à mobiliser les méthodes et techniques issues du **marketing social** (stratégie de communication inspirée des techniques publicitaires pour délivrer des messages d'intérêt général auprès des différents segments de la population) pour **faire évoluer les habitudes de mobilité**.

<b>Objectifs</b>	Plus spécifiquement, ce projet avait pour objectif de <b>maximiser l'impact des campagnes de communication plaidant pour un report modal</b> au moyen d'une <b>technique de « segmentation »</b> : il s'agissait d'identifier des <b>groupes-cibles homogènes</b> (en termes d'attitude et de comportement de déplacement) dans le but de <b>personnaliser les campagnes et les rendre plus impactantes</b> .
<b>Méthode</b>	La population de <b>sept villes européennes</b> a été segmentée en différents <b>groupes-cibles</b> définis au moyen de plusieurs variables clés (attachement à la voiture, identification des mobilités alternatives, motivations vis-à-vis de l'exercice physique, rapport à la protection de l'environnement), appréhendés au moyen de questionnaires. Ces groupes ont ensuite été visés par <b>plusieurs campagnes de communication ciblées visant à faire évoluer leurs comportements de mobilité</b> . Pour chacune d'entre elles, une <b>analyse « avant-après »</b> a été réalisée.
<b>Résultats</b>	Au terme du projet, les comportements de mobilité ont pu être classifiés en <b>huit « segments »</b> , dont cinq concernent les automobilistes. Les résultats obtenus permettent de conclure que l'impact des campagnes de communication est plus important lorsque les messages délivrés sont <b>ciblés et adaptés aux caractéristiques de ces segments</b> <sup>149</sup> .
<b>Intérêts</b>	La segmentation du rapport à la mobilité investiguée dans le cadre du projet est <b>généralisable à l'ensemble des pays européens</b> (même si la taille des différents segments peut varier selon les contextes nationaux ou régionaux). Le projet a par ailleurs permis de développer une <b>procédure de segmentation standardisée</b> (sous la forme d'un questionnaire à adresser à la population-cible), <b>mobilisable par tout acteur actif en matière de mobilité</b> .
<b>Limites</b>	Le marketing social requiert un <b>temps d'identification</b> des groupes-cibles ( <i>via</i> des questionnaires), ainsi qu'un <b>budget spécifiquement dédié</b> à la conception de plusieurs campagnes de communication ciblées.

<sup>149</sup> Le projet démontre par ailleurs que les efforts de communication et de sensibilisation sont plus efficaces sur les populations connaissant des « événements de changement de vie » (déménagement, nouvel emploi, début d'une formation, retraite, etc.), ces événements étant propices aux évolutions des comportements de mobilité.

### Enseignements pour les acteurs publics de la mobilité en Guadeloupe

- ⇒ Afin d'accroître leur potentiel persuasif, les messages énoncés par les acteurs publics guadeloupéens de la mobilité pourront être **calibrés et différenciés en fonction de la population-cible**.
- ⇒ En complément des enseignements de la présente étude, le recours à des acteurs spécialistes de **marketing social** est recommandé dans la phase de préparation des futures politiques de transition de la mobilité. Ces politiques seront en effet d'autant plus efficaces qu'elles permettent de délivrer **une information personnalisée, adaptée au contexte particulier de l'individu qui la reçoit**<sup>150</sup>. Cette approche permet d'éviter les écueils associés à la transmission d'informations « génériques », qui peuvent s'avérer déconnectées des situations individuelles concrètes.

## 4.3. Les pouvoirs publics guadeloupéens disposent de leviers de communication et d'influence leur permettant d'orienter les comportements en matière de mobilité et de sécurité routière

### **4.3.1. La mise en œuvre d'une ou plusieurs campagnes de communication régionales pourrait influencer sur les comportements en matière de mobilité et de sécurité routière**

En complément des campagnes de communication ciblées, des campagnes de communication régionales à destination de l'ensemble de la population demeurent nécessaires afin de diffuser des messages homogènes à l'échelle du territoire. Sur le plan théorique, les campagnes d'information et de communication peuvent contribuer à faire évoluer les représentations collectives en matière de mobilité et de sécurité routière en apportant **des informations sur le comportement considéré comme le plus vertueux**, en énonçant **des jugements de valeur**, en **disqualifiant certains comportements et en valorisant d'autres**. Ce faisant, elles influent sur les attitudes, la motivation à agir et sur les actions effectives de la population ciblée<sup>151</sup>.

Dans cette optique, **la mise en œuvre d'une ou plusieurs grandes campagnes de communication à l'échelle de la région guadeloupéenne** – sur les enjeux de la transition de la mobilité en Guadeloupe, les solutions alternatives à l'automobile, les problématiques de sécurité routière, etc. –, contribuerait à orienter les comportements en matière de mobilité et de sécurité routière.

A noter que des **pistes d'argumentaires** sont proposées dans le cadre du présent rapport. Elles ont été testées et ont fait l'objet d'un premier retour d'expérience dans le cadre de deux « ateliers citoyens » organisés en octobre 2022 en Guadeloupe (voir partie 5 ci-dessous).

INTÉRÊTS	LIMITES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Les campagnes de communication publiques participent à <b>l'environnement médiatique</b> des individus et donc à <b>l'élaboration des normes, des représentations et des imaginaires collectifs</b>.</li><li>• Les grandes campagnes d'intérêt général, telles que celles menées pour <b>lutter contre le tabac, l'alcool ou pour faire face à la crise sanitaire</b> ont démontré leur intérêt pour faire <b>évoluer la conscience collective</b> et</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Les messages délivrés à l'occasion de campagnes de communication risquent de <b>se heurter aux contraintes matérielles</b> liées à la modification voulue du comportement ; par exemple, le report modal d'un individu n'est réalisable qu'à la condition qu'une alternative à la voiture crédible et performante lui soit proposée (voir partie 4.1 ci-dessus).</li><li>• La communication des acteurs publics se trouve <b>en concurrence avec l'ensemble des messages portés sur le</b></li></ul>

<sup>150</sup> ADEME, 2016, *op. cit.*, p. 45.

<sup>151</sup> ADEME, 2016, *op. cit.*, p. 45.

<p>modifier progressivement les repères culturels.</p>	<p>territoire (publicité, réseaux sociaux, médias, discours politiques, etc.). L'efficacité des campagnes de communication peut être amoindrie lorsqu'elle se trouve en contradiction avec <b>d'autres discours et représentations sociales plus visibles et répétés.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'évolution des représentations sociales, des normes et des imaginaires est <b>un processus lent, incrémental et collectif</b>, alors que les campagnes de communication publiques ne durent généralement qu'un court laps de temps.</li> <li>• L'effet des campagnes de communication publiques est souvent <b>limité aux individus ayant déjà l'intention de faire évoluer leurs comportements</b><sup>122</sup>, ce qui suggère leur relative inefficacité à faire évoluer les mentalités et les comportements au-delà d'un cercle de « convaincus ».</li> <li>• <b>L'évaluation de l'efficacité et de l'efficience</b> d'une campagne de communication est <b>difficile</b>, tant les dynamiques de changement des comportements de mobilité relèvent d'autres déterminants que de la simple information dont disposent les individus.</li> </ul>
<p><b>Enseignements pour les acteurs publics de la mobilité en Guadeloupe</b></p> <p>⇒ Pour être efficaces, les futures campagnes de communication devront être :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Centrées sur <b>des changements réellement possibles et désirables</b> du point de vue des populations-cibles (voir partie 4.1 ci-dessus).</li> <li>▪ <b>Ciblées</b>, proposant des messages différents en fonction des publics-cibles retenus (voir partie 4.2 ci-dessus).</li> <li>▪ <b>Massives, répétées et projetées sur le temps long</b>, ce qui représente <b>un coût</b> pour les pouvoirs publics.</li> <li>▪ <b>Cohérentes avec les autres informations relayées localement</b>, ce qui peut nécessiter de réguler les autres sources de discours (ex. publicité automobile, etc.).</li> </ul>	

Tableau 44 : Analyse des intérêts et limites de la recommandation « campagnes de communication »

### 4.3.2. La mise en place d'un ou plusieurs dispositifs d'animation et d'accompagnement au niveau local faciliterait la transition vers une mobilité décarbonée et apaisée

De façon générale, l'évolution des comportements individuels en matière de mobilité prend appui sur l'émulation et l'apprentissage au niveau local et interpersonnel<sup>152</sup>. De ce point de vue, **les politiques d'animation et d'accompagnement** – qui visent à **guider et soutenir une population-cible vers un changement de comportement** – sont complémentaires des campagnes publiques d'information et de communication.

<sup>152</sup> ADEME, 2016, *op. cit.*, p. 45.

Dans cette optique, les pouvoirs publics guadeloupéens peuvent **mettre en place un ou plusieurs dispositifs territoriaux d'animation et d'accompagnement des automobilistes**. Sur le modèle des plateformes territoriales de la rénovation énergétique (PTRE), ce service public de l'accompagnement vers une mobilité durable et apaisée s'appuierait sur des **animateurs locaux spécialisés**.

Sur le fond, ces dispositifs pourraient être chargés **d'identifier et de préciser les populations-cibles** susceptibles d'être accompagnées vers un report modal ou changement de comportement en matière de sécurité routière (sur la base notamment des enseignements de la présente étude), de leur prodiguer un **accompagnement personnalisé** (conseils téléphoniques, rendez-vous individuels, orientation vers des solutions de report modal, etc.) et d'organiser **un programme d'animation territoriale** sur ces thématiques (événements, ateliers, porte à porte, etc.). Ils pourraient se décliner **à l'échelle régionale** ou à celle d'une **zone-cible** (par exemple l'agglomération centrale).

Il est à noter que la création d'une plateforme de mobilité pour accompagner les personnes en situation de précarité mobilité est en cours en date de décembre 2022, portée par Solidarities, une association du groupe SOS basée au Moule et soutenue par les pouvoirs publics (Région Guadeloupe et Conseil Départemental de la Guadeloupe). Le dispositif consiste dans un premier temps à réaliser un diagnostic mobilité auprès des personnes bénéficiaires du RSA, de personnes en situation de handicap, de personnes âgées et de demandeurs d'emplois (ce qui représente environ 100 000 personnes potentiellement concernées). A l'issue de diagnostic, l'association souhaite mettre en place un guichet unique avec un réseau de conseillers pour orienter ce public vers des solutions alternatives, plus économiques et durables.

## BENCHMARK

### *L'accompagnement au changement de comportement : le programme « Travel Blending »*

Expérimenté à trois reprises en Australie (Adelaïde en 2000, Sydney en 2002 et Canberra en 2003), le programme *Travel Blending* consiste à mobiliser les outils et techniques du **marketing social communautaire** (« *community-based social marketing* ») pour **accompagner la transition de la mobilité à l'échelle d'un quartier**.

<b>Objectif</b>	Le programme vise à <b>encourager les ménages accompagnés à réduire leurs déplacements</b> en passant en revue leurs comportements de mobilité et en les aidant à développer un plan d'action pour faire évoluer leurs pratiques.
<b>Méthode</b>	Les ménages sont d'abord invités à tenir pendant plusieurs semaines des « <b>cahiers de bord</b> » de leurs <b>habitudes de mobilité</b> . Ces cahiers sont ensuite <b>analysés et commentés</b> aux côtés des animateurs du programme, afin <b>d'identifier et de coconstruire des solutions personnalisées d'évolution de leurs pratiques</b> . Ce dispositif se décline à <b>l'échelle d'un quartier</b> , avec une animation et un accompagnement à la fois individuel et communautaire.
<b>Résultats</b>	Ces programmes ont <b>des effets sensibles sur les comportements de mobilité</b> , avec une baisse respective de 23 % et 12 % des kilomètres parcourus en automobile dans les quartiers-cibles à Sydney et Canberra.
<b>Intérêts</b>	En combinant un accompagnement personnalisé et une animation communautaire, cette méthode a l'avantage <b>d'accompagner, de diffuser et de faire perdurer le changement sur le long terme</b> , en responsabilisant les individus tout en jouant sur la pression et le soutien d'un groupe de pairs.
<b>Limites</b>	Ce programme demande <b>un engagement fort des participants</b> (invités notamment à tenir un « cahier de bord » sur une longue période), ce qui peut le restreindre à un cercle de ménages volontaires.
<b><u>Enseignements pour les acteurs publics de la mobilité en Guadeloupe</u></b>	
⇒ Les <b>solutions personnalisées et l'animation communautaire</b> permettent une sensibilisation et un changement de comportement sur le long terme.	

## BENCHMARK

### *Le marketing individualisé appliqué à la transition de la mobilité : les programmes IndiMark au Royaume-Uni*

<b>Objectifs</b>	<p>Les programmes IndiMark reposent sur le postulat qu'une partie de la population pourrait utiliser un mode de transport alternatif à l'automobile sans détérioration de leur qualité de vie, mais ne le font pas par <b>manque d'information</b> ou du fait d'une <b>image négative</b> de ces modes.</p> <p>Dans ce contexte, ces programmes visent à exploiter les données personnelles d'une population cible (recueillie <i>via</i> un questionnaire) afin de proposer <b>une information personnalisée sur les alternatives à la voiture</b>, voire, dans certains cas, des <b>incitations directes à utiliser un mode de transport alternatif</b> (par exemple, des titres de transport en commun gratuits pour une période donnée).</p>
<b>Méthode</b>	<p>La première étape du programme consiste à <b>sélectionner une zone-cible</b> en fonction de critères liés à l'objectif de la politique publique. Tous les ménages vivant dans cette zone sont ensuite <b>contactés</b> pour leur présenter la démarche et répondre à un questionnaire téléphonique, afin de <b>connaître leurs habitudes de mobilité et sonder leur motivation à les faire évoluer</b>. Le programme concentre son action sur les <b>personnes intéressées</b> et sur <b>celles qui utilisent déjà de façon plus ou moins régulière les modes de transport alternatifs</b>.</p>
<b>Résultats</b>	<p>Les programmes permettent de démontrer <b>l'existence de différences positives de comportement de mobilité</b> entre les habitants de la zone-cible et le reste de la population (diminution du nombre de voyages en voiture, hausse de la part des personnes déclarant marcher quotidiennement...).</p>
<b>Intérêts</b>	<p>Ces programmes fournissent une <b>information individualisée</b>, ce qui la rend pertinente et adaptée à la réalité concrète de la population-cible. En incitant directement à faire l'expérience du changement, ils permettent par ailleurs de <b>conduire les individus à adopter par eux-mêmes un mode de transport alternatif et à mesurer l'impact réel d'une modification des habitudes de mobilité sur leur vie quotidienne</b>.</p>
<b>Limites</b>	<p>Les politiques inspirées par la méthode IndiMark <b>se déclinent généralement sur une échelle limitée</b> du fait de leur <b>coût élevé</b> : en France, le coût moyen d'un changement de comportement est évalué à 2 840 € par bénéficiaire (pour des programmes de moins de 300 bénéficiaires reposant sur de fortes interactions avec les conseillers)<sup>153</sup>.</p> <p>Par ailleurs, leur impact semble <b>se limiter aux individus ayant l'intention préalable de faire évoluer leurs habitudes</b>.</p> <p>Enfin, des incertitudes subsistent quant à <b>l'impact sur le long terme</b> de ces initiatives, peu d'enquêtes ayant été menées auprès de ménages quelques années après leur participation.</p>

### Enseignements pour les acteurs publics de la mobilité en Guadeloupe

- ⇒ En proposant **une information personnalisée sur les alternatives à la voiture**, voire des **incitations directes** à utiliser un mode de transport alternatif, les programmes de sensibilisation de type IndiMark permettent de conduire les individus à **changer spontanément**, sans leur donner l'impression d'être forcés à modifier leur comportement.
- ⇒ Ces changements spontanés ont plus de chance de **perdurer sur le long terme** bien qu'il soit nécessaire de les entretenir *via* le maintien des campagnes de sensibilisation et information.

<sup>153</sup> LAGADIC et al. (6-t), *Étude sur l'analyse de l'efficacité de l'accompagnement au changement de comportement automatisé au regard de l'accompagnement humanisé*, 2020.

INTÉRÊTS	LIMITES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'efficacité de ces politiques d'accompagnement et d'animation repose sur le fait qu'elles se déploient dans le cadre <b>du quotidien des ménages et sur un temps relativement long</b>, ce qui permet d'accompagner les changements de comportement de façon graduelle.</li> <li>• Ces programmes permettent de <b>responsabiliser la population-cible</b> en <b>l'impliquant directement dans la démarche de changement</b>.</li> <li>• Ces dispositifs ont démontré leur <b>efficacité sur les comportements des personnes accompagnées</b>, mais également sur leur <b>montée en compétence</b> par rapport à l'enjeu considéré.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comme pour les campagnes de communication, les politiques d'accompagnement et d'animation peuvent <b>se heurter aux modifications nécessaires dans l'environnement physique et/ou social d'un individu pour que celui-ci puisse évoluer</b> (voir partie 4.1 ci-dessus).</li> <li>• Pour être efficaces, ces politiques supposent le recrutement de nombreux animateurs territoriaux, ce qui représente un <b>coût élevé en ressources humaines</b> pour la collectivité. Elles paraissent donc <b>difficilement généralisables à grande échelle</b>.</li> <li>• En l'absence d'obligation de s'engager dans un programme d'animation ou d'accompagnement territorial, ces dispositifs reposent sur le volontariat, avec le <b>risque de ne toucher qu'une partie réduite et déjà convaincue de la population</b>.</li> <li>• La <b>pérennité des changements de comportement</b> une fois la période d'animation et d'accompagnement terminée est difficile à évaluer, notamment pour les pratiques reposant sur des <b>normes sociales très ancrées</b> comme celles qui sont attachées à l'automobile.</li> </ul>

#### Enseignements pour les acteurs publics de la mobilité en Guadeloupe

⇒ Du fait de leur coût de mise en place, ces dispositifs sont **pertinents pour faire évoluer les représentations sociales**, à condition d'être :

- Réservés aux contextes où il est **effectivement possible de proposer des alternatives véritablement attractives au comportement que l'on souhaite faire évoluer** (voir partie 4.1 ci-dessus).

**Ciblés** sur une **population ou une zone spécifique** que les autorités publiques souhaitent particulièrement voir évoluer (voir partie 4.2 ci-dessus).

*Tableau 45 : Analyse des intérêts et limites de la recommandation « dispositifs d'animation et d'accompagnement »*

### **4.3.3. La mobilisation des outils et techniques issus des *nudges* permettrait d'appuyer la transition guadeloupéenne en matière de mobilité et de sécurité routière**

En complément d'une action résolue sur les cadres structurels qui fondent la dépendance guadeloupéenne à l'automobile (voir partie 4.1 ci-dessus), les pouvoirs publics guadeloupéens pourraient **appliquer certains des outils et techniques issus des « nudges » à l'aménagement futur des infrastructures de mobilité**, afin de faciliter le report modal ou faire évoluer les comportements en matière de sécurité routière. Développées dans les années 2000, les *nudges* (« coups de coude » ou « coups de pouce ») constituent une famille de politiques publiques issues des sciences comportementales qui propose de modifier l'architecture du choix inscrite dans l'environnement des individus afin de les **conditionner à adopter un comportement bénéfique à l'intérêt général**, sans qu'ils en aient forcément conscience. Il s'agit de tirer parti des biais cognitifs qui vont inconsciemment conduire les individus à prendre des décisions.

Cette recommandation nécessiterait la réalisation d'une **étude complémentaire** visant à recenser les expérimentations de *nudges* incitant les automobilistes au report modal ou au respect des règles de sécurité routière, afin d'organiser leur reproduction en Guadeloupe.

## BENCHMARK

### *Utilisation du nudge en sécurité routière*

Les « nudges » (« coups de pouce » en anglais) constituent une sous-discipline de l'économie comportementale : ce sont des techniques qui visent à orienter nos choix de manière inconsciente, sans que nous le percevions comme une contrainte.

<b>Objectifs</b>	En adoptant une approche alternative aux mesures classiques de prévention, les « nudges » peuvent influencer les comportements habituels au volant sans que les automobilistes s'en aperçoivent, et notamment faire ralentir les automobilistes ou leur donner envie d'emprunter les transports en commun.
<b>Méthode</b>	Un ensemble de techniques peuvent être mises en œuvre, à la fois pour réduire la vitesse mais également pour encourager le port des équipements de sécurité : <ul style="list-style-type: none"><li>- Un passage piéton tridimensionnel pour réduire la vitesse des voitures et protéger les piétons (village de Ísafjörður en Islande) ;</li><li>- À Chicago, la Lake Shore Drive (une voie dangereuse longeant le lac Michigan) a fait l'objet d'un marquage au sol (des bandes blanches de plus en plus proches), donnant l'illusion d'une plus grande vitesse à mesure que les voitures avancent vers le point culminant des virages afin que les automobilistes décélèrent quand ils arrivent à proximité ;</li><li>- L'« infrastructure driver nudge » incite les conducteurs à ralentir dans les zones accidentogènes : des motifs lumineux sont présentés sur le bord des routes aux conducteurs dont la vitesse est détectée comme excessive ;</li><li>- A Grenoble, un programme d'amélioration de la connaissance par des mesures mobiles de la qualité de l'air visait à valoriser les usagers du bus. Les bus d'une ligne ont été coiffés de micro-capteurs afin de réaliser des mesures de la qualité de l'air géo-localisées dans les quartiers et les villes traversés par les bus et démontrer l'amélioration de la qualité de l'air grâce à l'utilisation des transports en commun, ;</li></ul>
<b>Résultats</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- À Chicago, les autorités sont parvenues à faire baisser de 36 % les accidents sur la Lake Shore Drive grâce au marquage au sol ;</li><li>- Lors d'un essai en situation réelle mené dans le cadre d'un projet d'« infrastructure driver nudge », il a été démontré que cette mesure a permis de réduire de 40 % le nombre de véhicules en excès de vitesse.</li></ul>
<b>Intérêts</b>	Les « nudges » sont complémentaires des messages traditionnels de prévention routière, mais agissent sur des leviers différents. Le coût de ces dispositifs est faible (ex : les trompe-l'œil sur la route comme les passages piétons tridimensionnels) et leur mise en place relativement simple.
<b>Limites</b>	Bien que très efficace lors de leur mise en place en raison de l'effet de surprise qu'ils créent, les nudges présentent un intérêt limité dans la durée. En effet, une fois le mécanisme du « nudge » révélé, ou s'il disparaît de l'espace public, les effets sur les comportements se dissipent. Le nudge ne permet en effet pas de provoquer de transformation profonde de la société.
<p><b><u>Enseignements pour les acteurs publics de la mobilité en Guadeloupe</u></b></p> <p>⇒ Informer pour améliorer les connaissances du public face à une situation qui nécessite un changement de comportement ne suffit pas toujours à provoquer ce changement. Les messages à visée informative peuvent même provoquer dans certains cas une <b>résistance au message par le désir de ne pas obéir</b> à ce qui est perçu comme une injonction extérieure à la personne et au groupe auquel elle considère appartenir.</p> <p>⇒ Au contraire, les « nudges » peuvent permettre <b>d'utiliser les facteurs personnels de certains publics et inciter au changement de manière inconsciente</b>, même si ce changement est limité dans le temps.</p>	

⇒ Les enjeux de sécurité routière ne pourront cependant pas être traités en profondeur par cette technique, en raison du manque d'impact sur la durée de ce type de programme.

INTÉRÊTS	LIMITES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les politiques publiques basées sur les <i>nudges</i> sont généralement <b>peu coûteuses</b>.</li> <li>• Etant non contraignantes, indirectes et indolores, elles sont <b>bien acceptées par la population</b>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'action sur quelques éléments de l'environnement physique des individus <b>ne saurait se substituer à une action plus large sur les contraintes structurelles qui conditionnent les choix individuels</b> (voir partie 4.1 ci-dessus).</li> <li>• Ces dispositifs visent à générer des changements de comportement <b>sans apprentissage conscient de la part de la population-cible</b>, ce qui pose question sur leur efficacité à long terme.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Enseignements pour les acteurs publics de la mobilité en Guadeloupe</b></p> <p>⇒ La mise en œuvre de politiques d'aménagement des infrastructures de mobilité basée sur les <i>nudges</i> est complémentaire de celles visant à faire évoluer les représentations sociales par la communication et l'accompagnement, puisqu'elle vise à fournir <b>un « support » physique aux changements de comportement</b>.</p> <p>La mobilisation des <i>nudges</i> ne saurait toutefois dispenser de la mobilisation des <b>autres leviers de l'action publique</b> (voir partie 4.1 ci-dessus), quand bien même ces derniers seraient plus coûteux et moins populaires.</p>	

Tableau 46 : Analyse des intérêts et limites de la recommandation « nudges »

## 5. Test d'argumentaires dans le cadre de deux « ateliers citoyens »

### 5.1. Méthodologie

Dans le prolongement de la recommandation relative à la mise en œuvre de **campagnes d'information et de communication** (voir partie 4.3.1 ci-dessus), des **argumentaires** visant à orienter les comportements en matière de mobilité et de sécurité routière ont été testés et expérimentés, à l'occasion de deux « **ateliers citoyens** » organisés en Guadeloupe en octobre 2022. Les conclusions de ces ateliers enrichissent les enseignements de l'étude par un premier **retour d'expérience**.

La méthodologie choisie pour le déroulement de ces deux ateliers a été la suivante :

- Ciblage et recrutement des participants selon les groupes cibles identifiés – âge, sexe, profession, fréquence d'utilisation de la voiture, etc. ;
- Présentation de messages de sensibilisation et réactions par écrit sur une « fiche participant » puis réactions à l'oral lors d'un tour de table ;
- Témoignages positifs et exercice de *design fiction*<sup>154</sup>.

De façon générale, la méfiance de la population guadeloupéenne vis-à-vis de l'action des autorités publiques (voir partie 3.3.2 ci-dessus) et, plus spécifiquement, des arguments écologiques qui fondent les appels aux changements de pratiques de mobilité (voir partie 0 ci-dessus), ont conduit à **tester des argumentaires prenant le contrepied du discours public « classique » autour de la transition écologique**. Il s'agissait en particulier **d'éviter d'insister sur le changement**, classiquement présenté comme une rupture de fond avec un mode de vie antérieur dévalorisé et insoutenable. Les argumentaires proposés veillent également à ne pas **entrer en contradiction directe avec les représentations sociales dominantes associées à la mobilité**, afin d'éviter que les messages délivrés ne soient perçus comme déconnectés ou culpabilisants.

### 5.2. Attirer l'attention de la population sur les problèmes engendrés par l'usage de la voiture

La première catégorie d'argumentaire testée lors de l'atelier citoyen vise à **aborder frontalement les dérèglements causés par le recours généralisé à la voiture individuelle en Guadeloupe**, de manière à alimenter la réflexion avec des chiffres et à **provoquer une prise de conscience**. Ce type d'argumentaire a également mis en avant afin de mesurer le degré de rejet ou au contraire l'adhésion qu'il pouvait potentiellement susciter.

« La voiture pose de nombreux problèmes chez nous en Guadeloupe »

Le message présente de manière factuelle les problèmes provoqués par l'usage de la voiture individuelle, et ce à travers plusieurs prismes : dégradation du pouvoir d'achat, de l'environnement, de la qualité de vie... Des chiffres sont avancés pour justifier l'importance de ces enjeux et mènent à l'affirmation : « Pour résoudre ces problèmes, on lâche la voiture ! ».

### 5.3. Mettre en avant les pratiques et initiatives déjà en place

La deuxième catégorie d'argumentaire testée dans le cadre de l'atelier consiste à **valoriser les pratiques et initiatives déjà en place, en diffusant des exemples réels et concrets de modes de mobilité durables et apaisés, vécus positivement par les personnes concernées**.

<sup>154</sup> Le design fiction est une méthodologie qui permet d'alimenter un récit et de proposer une analyse du présent de sorte à créer un monde alternatif futur.

Une telle approche est susceptible de donner au discours public **une assise plus collective** et de faire passer l'idée selon laquelle les alternatives à la voiture sont **d'ores et déjà développées et utilisées** sur le territoire. En outre, le fait de communiquer autour **de solutions concrètes** utilisées par des pairs constitue une incitation forte pour lever les freins concrets au changement de comportement.

« Prendre le vélo, pour aller au travail, c'est possible, c'est facile et c'est même agréable ! »

Le message présenté en atelier met en avant l'exemple concret d'une personne parcourant son trajet domicile-travail quotidien à vélo et donne quelques détails pratiques : distance, prix du vélo à assistance électrique, retour sur investissement, logistique et organisation, bienfaits...

#### **5.4. Valoriser les comportements compatibles avec la transition de la mobilité quelles que soient les logiques dont ils relèvent**

Dans le même ordre d'idées, la troisième catégorie d'argumentaires visait à tester l'impact d'une **valorisation de comportements compatibles avec la transition vers une mobilité durable et apaisée** quelles que soient les logiques dont ils relèvent.

A titre d'exemple, le recours au covoiturage est généralement vécu par les individus comme un moyen de faire des économies ou comme un outil de sociabilité plutôt que comme un engagement écologique. Insister sur **ces logiques largement partagées au sein de la population** constituerait ainsi un angle de communication plus convaincant que l'argumentation écologique (même si cet argument peut constituer une motivation additionnelle).

« Covoiturer, c'est des frais en moins et bien plus que ça »

Le message présenté en atelier présente une vidéo de 4 collègues de la DREAL qui ont l'habitude de se rendre ensemble au travail grâce au covoiturage et à l'application KAROS<sup>155</sup>. La vidéo met en avant le gain de temps et les économies permis par cette initiative, ainsi que l'aspect convivial de cette pratique.

De même, les comportements vertueux en matière de sécurité routière peuvent être rattachés à des **logiques proches des individus** qui ne relèvent pas directement du respect du Code de la Route, comme le fait de se protéger soi-même pour pouvoir prendre soin de ceux que l'on aime, de sa famille, de ses amis.

« Tout pour la famille, c'est aussi ne pas se tuer en voiture »

Le message présenté en atelier met l'accent sur l'importance des liens familiaux et le rapport mère-fils en particulier, afin d'insister les jeunes générations à prendre soin de leur communauté en se protégeant elles-mêmes des dangers de la route.

#### **5.5. Prendre appui sur les penchants d'éthique collective caractérisant les individus**

Un autre angle de communication testé lors de l'atelier consiste à **prendre appui sur les penchants « d'éthique collective »** qui caractérisent les individus et les amènent à prendre en considération l'intérêt collectif dans leurs décisions et comportements<sup>156</sup>.

Il est ainsi possible de chercher à mettre en avant **les avantages collectifs** associés à l'adoption par toutes et tous d'un comportement de mobilité « vertueux », souligner **les effets d'une massification des**

<sup>155</sup> <https://www.karos.fr/>

<sup>156</sup> ADEME, 2016, *op. cit.*, p. 45.

comportements individuels ou jouer sur **une série de valeurs morales** collectives et largement partagées au sein de la société (comme l'attachement à la terre, à l'instar de la campagne « Don't mess with Texas »).

« Prends soin de ma Guadeloupe ! »

Le message présenté en atelier fait appel aux sentiments de fierté et d'appartenance de la population guadeloupéenne, afin d'inciter les habitants à prendre soin collectivement de leur île, ce en réduisant leur usage individuel de la voiture ou en ayant un comportement respectueux du code de la voiture.

**BENCHMARK**

*La communication basée sur l'éthique collective : la campagne Don't mess with Texas*

Constatant que l'**abandon de débris le long des routes** était une pratique associée à la masculinité (des études ayant démontré que les hommes étaient davantage réfractaires à l'écologie et la protection de l'environnement, des valeurs jugées « féminines »), le **Département des Transports du Texas** a organisé à partir de 1985 une **large campagne de communication** autour de la lutte contre les déchets jouant sur la **fierté des Texans** et leur **sentiment d'appartenance**, intitulée « **Don't mess with Texas** ».

<b>Objectifs</b>	Cette campagne visait à <b>créer un nouvel imaginaire</b> liant le <b>patriotisme</b> (une valeur généralement associée à la masculinité) à la <b>défense de l'environnement</b> , en promouvant la protection de l'image, du patrimoine et de la grandeur du territoire.
<b>Méthode</b>	Le public cible de la campagne était constitué des <b>hommes texans de 18 à 35 ans</b> , statistiquement les plus susceptibles de jeter des déchets par la fenêtre de leur véhicule. Cette campagne a pris la forme de <b>concerts de rock</b> ou de <b>stickers à apposer sur les véhicules</b> . Le slogan a également été apposé sur les <b>panneaux routiers des principales autoroutes</b> , diffusé à la <b>télévision</b> , à la <b>radio</b> et dans des <b>publicités imprimées</b> . Des <b>célébrités texanes</b> (musiciens, athlètes, etc.) ont également été mobilisées, comme le chanteur Stevie Ray Vaughan.
<b>Résultats</b>	On attribue à la campagne une réduction des déchets sur les routes du Texas d'environ <b>72 %</b> entre 1987 et 1990.
<b>Intérêts</b>	Cette campagne de prévention, reposant sur les clichés machistes que les Texans associent à l'écologie, a permis de <b>faire évoluer les habitudes et les représentations sociales de la population texane</b> . En adressant au public cible un message dans son propre langage, en ciblant les valeurs et les aspirations partagées, la campagne s'est avérée très efficace.
<b>Limites</b>	Le <b>budget</b> d'une telle démarche est élevé, notamment parce qu'elle se déploie sur de nombreux supports et nécessite la mobilisation (souvent payante) de personnalités locales. Par ailleurs, la campagne ne cible que la dimension individuelle et comportementale d'une problématique (l'abandon de déchets par les particuliers), sans viser les facteurs structurels qui sont à l'origine de cette dernière (en l'occurrence la surconsommation, le suremballage des produits consommés, etc.).

**Enseignements pour les acteurs publics de la mobilité en Guadeloupe**

- ⇒ Les futures campagnes de communication des acteurs publics guadeloupéens de la mobilité peuvent toucher certaines **catégories de la population habituellement peu concernées par les opérations de communication publique** en axant les messages délivrés autour des **normes et représentations sociales** dominantes au sein de ces groupes sociaux.

**5.6. Améliorer l'image des alternatives à la voiture sans dévaloriser frontalement l'automobile**

Compte tenu de l'image très majoritairement positive dont bénéficie aujourd'hui l'automobile au sein de la population guadeloupéenne (voir partie 3.4 ci-dessus), il semble plus efficace de s'attacher à **améliorer l'image des alternatives à la voiture** plutôt que de dévaloriser frontalement la mobilité automobile.

Dans ce contexte, l'atelier a permis de tester **l'attractivité relative des alternatives à l'automobile** (par exemple, le fait de ne pas avoir à conduire dans les transports en commun permet de libérer du temps pour une autre activité, comme la lecture, le visionnage d'un film, etc.) et de tenter de développer des **contre-modèles culturels** (par exemple via la production de documentaires positifs sur les modes de déplacement alternatifs, diffusés dans les médias locaux).

#### « Prendre le bus : ça libère ! »

Ce message insiste sur les avantages des transports en commun : prendre le bus, c'est pouvoir avoir un moment d'échange avec les autres passagers et ne pas avoir à se préoccuper de l'itinéraire et des contraintes liées à la conduite (embouteillages).

Cette logique peut également être appliquée aux **comportements infractionnistes**, en cherchant à détourner leurs fondements identitaires.

#### « Le respect des autres et des règles, c'est ça la vraie classe »

Ce message vise à inverser les valeurs : respecter le Code de la Route, loin d'inspirer la moquerie, permet à l'automobiliste de se sentir valorisé. À l'inverse, les infractionnistes sont moqués, afin d'inciter la population à changer de comportement pour des raisons de représentation sociale.

### **5.7. Prendre appui sur des relais d'opinion et des prescripteurs légitimes et respectés**

Considérant que les campagnes de communication sont d'autant plus efficaces qu'elles **prennent appui sur des relais d'opinion et de prescripteurs légitimes et respectés**, l'atelier a permis de tester la mobilisation et la mise en valeur de l'engagement de **personnalités locales** comme une opportunité de jouer sur la force de conviction de leaders d'opinion, qui disposent d'une capacité d'entraînement sur le reste de la population.

De même, la mobilisation de **structures et d'institutions collectives** jouant le rôle de points de relais (éducation nationale, médias locaux, etc.) est un élément déterminant dans la réussite d'une telle politique. Il s'agit ici de tirer profit des phénomènes psychosociaux **d'influence sociale et de conformisme** pour réinterroger et faire évoluer les représentations sociales dominantes.

#### « Si Admiral T le fait, on peut tous le faire ! / Faites comme Jachoa, prenez la bonne décision »

Ce message repose sur un relais d'opinion guadeloupéen (un artiste, Admiral T et un influenceur, Jachoa) qui touche particulièrement les jeunes générations et peut les inciter à adopter certains comportements vertueux (réduire l'utilisation de la voiture, respecter le Code de la Route).

## 5.8. Enseignements des ateliers citoyens

### 5.8.1. Enseignements de l'atelier dédié à l'usage de la voiture individuelle et au report modal

La présentation des argumentaires a permis d'identifier des grandes tendances en matière de **perception des alternatives à la voiture individuelle** au sein des participants à l'atelier :

- Le **covoiturage** a suscité un vif engouement, bien qu'il constitue une solution encore peu usitée à ce jour, en raison d'une méconnaissance du fonctionnement des applications de covoiturage, des contraintes perçues liées à l'organisation des trajets et du caractère peu répandu de la pratique. L'intérêt spontané exprimé par les participants lors de l'atelier vis-à-vis de cette solution invite néanmoins à penser que son déploiement à l'échelle du territoire peut s'accélérer rapidement ;
- Le **vélo** représente une alternative désirable en théorie mais peu généralisée en pratique chez les participants, en raison du manque d'infrastructures sécurisées et des contraintes logistiques que cette solution implique. Toutefois, cette solution a également suscité l'intérêt des citoyens et invite à penser que le développement du recours au vélo leur apparaît comme une solution désirable ;
- Le **bus** est perçu comme une alternative intéressante mais trop peu opérationnelle, notamment en raison du manque de correspondances entre les différentes lignes et des contraintes matérielles (organisation des trajets, manque de ponctualité du service).

Les argumentaires testés ont montré que certains formats de messages / argumentaires sont à privilégier :

- Les messages mettant en avant des **alternatives fonctionnelles** (covoiturage en particulier, mais également vélo et bus) ont été considérés comme convaincants, car permettant de se projeter concrètement dans le déploiement d'une solution ;
- Les messages qui suscitent la **peur de l'avenir** sont perçus comme un moteur de changement de comportement : les messages **ciblant les comportements problématiques** (autosolisme, recours systématique à la voiture y compris pour de petits trajets) ont été largement plébiscités, notamment lorsqu'ils sont accompagnés de **chiffres clés** permettant de provoquer une prise de conscience et de mettre en perspective la pertinence de l'usage de la voiture dans certaines situations (distance moyenne parcourue lors d'un déplacement en voiture, vitesse moyenne) ;
- Des **messages complémentaires** ont été suggérés :
  - Un message qui concernerait spécifiquement les **intérêts économiques des alternatives à la voiture** : une **incitation économique** serait selon les participants un facteur décisif de changement de comportement (ex : prime versée par l'entreprise, ou moindre coût des mobilités alternatives comme la voiture électrique/les transports en commun/le covoiturage) ;
  - Un autre message suggéré concerne les **aspects sanitaires**, afin de mettre en avant les bienfaits des alternatives à la voiture en matière de santé publique (lutte contre la dégradation de la qualité de l'air et contre la sédentarité) ;
- Les messages prenant appui sur les penchants d'éthique collective ont été plébiscités, notamment au regard de l'importance de se tourner vers **l'avenir et les générations futures** dans les messages : l'avenir des jeunes générations et la préservation de l'archipel sont en effet largement identifiés comme des moteurs de changement de comportement.

### 5.8.2. Enseignements de l'atelier dédié à la sécurité routière

Les argumentaires présentés permettent de hiérarchiser les messages selon leur impact potentiel :

- Les messages « choc » comportant des **images d'accident** et un **message simple** ont fait l'objet d'un plébiscite lors de l'atelier ;
- En outre, le **renouvellement régulier des messages et des œuvres à visée de prévention** (notamment celles de l'artiste Jérôme Jean-Charles à grande échelle qui alertent sur les comportements à risque – téléphone, vitesse excessive, non port des équipements de sécurité) permet de continuer à interpeller les automobilistes et à éviter que ces supports soient banalisés voire invisibilisés aux yeux des automobilistes ;
- Un **effort de pédagogie et d'éducation à la sécurité routière** doit également être conduit auprès de la population, pour préciser le code de la route, les raisons du choix de certaines limitations à certains endroits, etc., ce afin que la population guadeloupéenne s'approprie davantage les règles de sécurité routière et les reçoive moins comme des injonctions extérieures ;

- En somme, les **images « choc »** ont un effet sur le court terme, mais la population s'y habitue ; la **pédagogie** doit donc permettre d'**accompagner les changements de comportement sur le long terme** ;
- Se fonder sur les penchants « d'éthique collective » qui amènent les individus à **prendre en considération l'intérêt collectif** dans leurs décisions et comportements apparaît convaincant, notamment en s'appuyant sur les valeurs familiales (protection des générations futures et de la famille). A cet égard, les vidéos et images qui permettent de susciter de l'émotion (perception d'un accident à travers le prisme de l'enfance, la perte d'un être cher) permettent également de faire appel au sens des responsabilités des conducteurs, tout en rendant les messages percutants. L'impératif du **partage de la route et le vivre-ensemble** constituent ainsi un angle d'approche pertinent aux yeux des citoyens participant à l'atelier, en insistant sur la nécessité d'être plus tolérant envers les autres usagers de la route ;
- Le message fondé sur l'inversion des valeurs (se moquer des personnes ne respectant pas le Code de la Route) n'a en revanche pas provoqué l'effet escompté, car une image d'une voiture en pleine course provoque plus spontanément une forme d'**admiration** que de la moquerie chez les citoyens, en particulier les jeunes (exemple des rodéos) ;
- Le message s'appuyant sur un relai d'opinion n'a pas suscité pas l'adhésion des participants car selon eux, la parole doit être accompagnée d'actes et un influenceur (youtubeur, ou personne connue sur les réseaux sociaux) n'est pas légitime pour s'exprimer sur le sujet. Les participants ont déclaré être davantage convaincus par un message fondé sur des témoignages poignants de personnes ayant subi un accident ou ayant perdu un proche à cause d'un accident ;
- En conclusion, l'impact des messages de sensibilisation pourrait être maximisé via ces paramètres :
  - Privilégier les messages courts, concis, clairs et lisibles ;
  - Illustrer les messages avec des images « choc » ;
  - Inclure des témoignages réalistes ;
  - Insister sur l'intérêt collectif et la dimension affective (enfants, famille).

Par ailleurs, la conduite des deux ateliers consécutifs et la présence de certains participants d'un atelier à l'autre ont permis de démontrer que les personnes ayant participé au premier atelier (portant sur le report modal) ont fini par être convaincues du bien-fondé d'une **organisation multimodale** qui permettrait de réduire le nombre de voitures sur les routes. Les participants ayant été sensibilisés lors d'un premier atelier se sont appropriés les messages et chiffres clés et **ont plébiscité auprès des autres participants l'usage des transports en commun, les modes actifs et le covoiturage comme des solutions désirables et à déployer** plus largement sur le territoire, ce qui vient affirmer la proposition de mise en place d'un ou plusieurs dispositifs territoriaux d'animation et d'accompagnement des automobilistes soulevée plus haut. En outre, la conduite des ateliers a permis de mettre au jour un véritable engouement en faveur de la transition écologique et de la réorganisation du territoire au profit de solutions moins énergivores et émettrices de gaz à effet de serre. En effet, les participants ont émis le souhait de pouvoir assister à d'autres ateliers sur la thématique de la protection de l'environnement sur le territoire.

## 6. Synthèse des recommandations

---

L'analyse de l'attachement à la voiture en Guadeloupe et des leviers du report modal a permis d'aboutir à **une série de recommandations** à destination des pouvoirs publics guadeloupéens :

- A. Une transition de la mobilité à la hauteur des enjeux nécessite **d'agir sur les cadres collectifs et structurels qui conditionnent les pratiques de déplacement sur le territoire**. Dans ce contexte, la **priorité absolue** des acteurs publics guadeloupéens de la mobilité doit résider dans :
  - i. L'investissement massif pour **le déploiement d'alternatives performantes à l'utilisation du véhicule automobile individuel** (modes actifs, transports en commun, covoiturage...); et
  - ii. La mise en œuvre **d'une politique globale d'aménagement du territoire** pour faciliter l'accès aux services essentiels de proximité, permettre une répartition équilibrée des activités sur le territoire et, ce faisant, réduire les besoins de mobilité.
- B. En parallèle d'une action résolue sur les cadres structurels qui fondent la dépendance guadeloupéenne à l'automobile, les pouvoirs publics peuvent mobiliser les **instruments d'information et de communication** dont ils disposent. L'objectif est ici d'agir directement sur les **logiques culturelles et sociales** qui influent sur les pratiques de mobilité et sur le respect des règles de sécurité routière. Dans cette optique, l'organisation **d'une ou plusieurs grandes campagnes de communication à l'échelle de la région guadeloupéenne** constitue un levier d'action utile.
- C. En addition de ces efforts communicationnels, les autorités publiques guadeloupéennes peuvent mettre en place **un ou plusieurs dispositifs d'accompagnement et d'animation**. Sur le modèle des plateformes territoriales de la rénovation énergétique (PTRE), il s'agirait de construire un véritable **service public de l'accompagnement des ménages vers une mobilité durable et apaisée**. Ce service public serait chargé d'identifier des populations ou des zones à accompagner vers le changement, de prodiguer un accompagnement personnalisé et d'organiser un programme d'animation territoriale sur ces thématiques.
- D. En complément de ces différentes recommandations, les pouvoirs publics guadeloupéens pourraient **appliquer certains outils issus des « nudges »** à l'aménagement des infrastructures de mobilité. En jouant sur les biais cognitifs, ces derniers peuvent en effet influencer sur le report modal et les comportements en matière de sécurité routière de façon non contraignante, indirecte et indolore.

## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

---

- ADEME Guadeloupe. (2020). Faire de la Guadeloupe un archipel autonome énergétiquement dans le domaine des transports et de la mobilité à 2030. *Horizons*.
- ADEME. (2016). Changer les comportements : L'apport des sciences humaines et sociales pour comprendre et agir. *ADEME Editions*.
- Agence Internationale de l'Energie. (2021). *Global SUV sales set another record in 2021, setting back efforts to reduce emissions*.
- AGRESTE. (2015). *L'utilisation du territoire en 2014*.
- AGRESTE. (2021). *Les dossiers – L'occupation du sol entre 1982 et 2018*.
- Barthes, R. (1957). *Mythologies : Œuvres complètes I. Seuil*.
- Benhaddouche, A., Camus, M., Thioux, E., & Dancoisne, J. (2015). *Les déplacements en Guadeloupe : prédominance de l'automobile et émissions de CO2 accrues*. INSEE Guadeloupe.
- Bigo, A. (2022). La voiture électrique passée au crible de la soutenabilité. *Polytechnique insights*.
- Bourdieu, P. (1979). La Distinction. Critique sociale du jugement. *Le sens Commun*.
- BRGM. (2018). *Evaluation économique des impacts des risques côtiers en lien avec le changement climatique sur le littoral de la Guadeloupe – Année 1*.
- Callouet, I. (2019). *Les stéréotypes dans la publicité automobile : du sexisme à l'individualisme*.
- CEREMA, & Egis. (2021). *Démarche Mobilité H2040*.
- CEREMA, & Egis. (2022). *EMC2 Guadeloupe - Bilan de la première phase de collecte*.
- CEREMA. (2008). *Enquête nationale transports et déplacements*.
- CERTU. (2010). *Information multimodale en Guadeloupe : Etat des lieux*.
- Chassignet, M. (2022). Mobilité : ça roule pour les riches. *Alternatives Economiques*.
- Communauté d'Agglomération Cap Excellence. (2022). *Le territoire de Cap Excellence*.
- Conférence Territoriale de l'action publique consacrée au transport (2021). *Relevé de décisions de la Conférence Territoriale de l'action publique consacrée au transport*.
- Conseil départemental de Guadeloupe. (2015). *Plans de Préventions du Bruit dans l'Environnement (PPBE) – Routes départementales*.
- Cour des Comptes. (2021). *La politique publique de sécurité routière*.
- DEAL Guadeloupe (2020). *Déterminants de la prise de risques des comportements des conducteurs infractionnistes guadeloupéens*.
- DEAL Guadeloupe. (2014). *Données géographiques et occupation du sol en Guadeloupe*.
- DEAL Guadeloupe. (2020). *Accidentalité routière en Guadeloupe : Bilan 2019*.
- DEAL Guadeloupe. (2021). *Bilan sécurité routière 2020*.
- DEAL Guadeloupe. (2022). *Accidentalité routière en Guadeloupe : Bilan 2021*.
- Demoli, Y., & Lannoy, P. (2019). Sociologie de l'Automobile. *La Découverte*.
- Desse, M. (1998). Les nouvelles formes de polarisation urbaine en Guadeloupe, Martinique et Réunion. *Cahiers de géographie du Québec*, 42(116), 223–246.
- Desse, M. (2010). *Guadeloupe, Martinique, LKP, crise de 2009, crise économique, déclin économique : de crises en crises : la Guadeloupe et la Martinique*.
- Deverre C. (1990) Crise sucrière et réforme foncière en Guadeloupe. Les structures agraires face au changement économique et social. *Cahiers d'Economie et sociologie rurales*, 17, 97-120.
- Direction de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement (DEAL). (2021). *Bilan Sécurité Routière 2020*.
- Direction de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement (DEAL). (2019). *Accidentalité routière en Guadeloupe – Bilan 2019*.

- Dromard, T. (2009). Antilles – un îlot anti-concurrentiel. *Challenges*.
- Dupuy, G. (1999). La dépendance automobile. Symptômes, analyses, diagnostic, traitements. *Anthropos*, 3.
- Duviau, M. (2020). La jeunesse et la route : socio-anthropologie de la conduite automobile. *Thèse de doctorat en Sociologie*.
- France Antilles. (2022). *553 victimes d'accidents de la route et dont 65 décès en Guadeloupe en 2021*.
- France Info. (2022). *Climat : 16 000 Guadeloupéens menacés par la montée des eaux*.
- France info. (2022). *Inondations, éboulements, de fortes pluies ont causé de nombreux dégâts en Guadeloupe*.
- François-Lubin, B. & Gold-Dalg, H. (1998). Outre-mer 1997. *Annuaire des Collectivités Locales 1998*.
- Fuzier, A. (2022). Atlas des mobilités : Faits et chiffres sur les mobilités en France et en Europe. *Heinrich-Böll-Stiftung Paris*, 18-19.
- Ghiron-Bistagne, P. (1985). Le cheval et la jeune fille ou de la virginité chez les anciens grecs. *Pallas*, 32, 105–121.
- Gouvernement Français. (2021). *Départementalisation des outre-mer*.
- Guadeloupe La 1<sup>ère</sup>. (2019). *Les tirages, une pratique dangereuse qui perdure*.
- Guadeloupe La 1<sup>ère</sup>. (2022). *Automobile : l'avenir est électrique... mais balbutiant*.
- Gunster, S. (2004). You belong outside? Advertising, nature, and the SUV. *Ethics and the Environment*.
- Gwad'air. (2019). *Rapports annuels d'activité*.
- Indoor Assurances. (2019). *1 conducteur français sur 3 répare lui-même sa voiture*.
- INSEE Guadeloupe. (2015). *Des indicateurs pour apprécier le Développement Durable en Guadeloupe*.
- INSEE Guadeloupe. (2015). *Enquête budget de famille 2011*.
- INSEE Guadeloupe. (2015). *Les déplacements en Guadeloupe : prédominance de l'automobile et émissions de CO2 accrues*.
- INSEE Guadeloupe. (2019). *Bilan démographique - Un vieillissement accentué par les migrations*.
- INSEE Guadeloupe. (2019). *Le budget dédié aux transports dépasse ceux du logement et de l'alimentation*.
- INSEE Guadeloupe. (2020). *Bilan économique 2019*.
- INSEE Guadeloupe. (2021). *Bilan démographique de la Guadeloupe en 2020*.
- INSEE Guadeloupe. (2021). *En 2017, les ménages consacrent 11% de leur revenu disponible à la voiture*.
- INSEE Guadeloupe. (2021). *En 2020, l'emploi se maintient en Guadeloupe grâce au chômage partiel*.
- INSEE Guadeloupe. (2022). *L'essentiel sur la Guadeloupe*.
- INSEE. (2020). *Tableaux de l'économie française : Edition 2020*.
- IPCC. (2022). *Climate change 2022 : Impacts, Adaptation and Vulnerability*.
- IPCC. (2022). *Sixth Assessment Report, Climate Change 2022: Mitigation of Climate Change, the Working Group III contribution, Summary for Policymakers*.
- Kiminou, R. (2009). Economie et droit des affaires de la Caraïbe et de la Guyane. *Editions Publibook Université*.
- L'Internaute. (2022). *Région Guadeloupe : les chiffres clés, « Catégories socioprofessionnelles (CSP) en Guadeloupe*.
- Lafollie, D., le Scanff, C., & Fontayne, P. (2008). *L'Inventaire de Risque et d'Activation*.
- Lagadic et al. (2020). *Étude sur l'analyse de l'efficacité de l'accompagnement au changement de comportement automatisé au regard de l'accompagnement humanisé*.
- Lise, C. & Tamaya, M. (1999). Les départements d'outre-mer aujourd'hui : la voie de la responsabilité : rapport au Premier Ministre.
- Martuccelli, D. (2017). Les deux modernités occidentales et la géo-modernité actuelle. *Revue internationale de philosophie*.
- Meilhan, N. (2020). Basculer vers de petites voitures. *L'Usine Nouvelle*, 3647.
- Ministère de l'intérieur : délégation à la sécurité routière (2018). *Le guide du bon conducteur*.

- Ministère de la Transition Ecologique. (2021). *Enquête Mobilité des Personnes : Comment les Français se déplacent-ils en 2019 ?*.
- Mioche, P. (2019). Histoire du chemin de fer sucrier de Beauport, 1893-1990. *Bulletin de la Société d'Histoire de la Guadeloupe*, 165.
- Monneyron, F. & Thomas, J. (2006). *L'automobile, un imaginaire contemporain*.
- Moussaoui, R. (2009). Guadeloupe. GBH, un symbole de la pwofitasyon. *L'Humanité*.
- Notin, N. (2022). Atlas des mobilités : Faits et chiffres sur les mobilités en France et en Europe. *Heinrich-Böll-Stiftung Paris*, 20-21.
- Observatoire départemental de la sécurité routière (ODSR) de la Guadeloupe. (2020). *Bilan de 1962 à 2020*.
- Observatoire des Prix, des Marges et des Revenus (OPMR) de la Guadeloupe (2015). *Etude sur le coût de possession et d'usage d'une automobile : étude comparative entre la Guadeloupe et la France métropolitaine*.
- Observatoire Français des Drogues et des Toxicomanies (OFDT) (2019). *Drogues et addictions dans les Outre-Mer, état des lieux et problématiques*.
- Observatoire National Interministériel de la Sécurité Routière (ONISR). *Observatoire des vitesses - Rapport 2020*.
- ONISR (2020). *La sécurité routière en France, bilan de l'accidentalité 2019*.
- Observatoire Régional des Transports (ORT). (2018). *Les Actes – Matinée technique de l'Observatoire Régional des Transports*.
- Observatoire Régional Energie-Climat (OREC) Guadeloupe. (2021). *Bilan carbone de la Guadeloupe 2019*.
- OREC Guadeloupe. (2018). *La précarité énergétique en Guadeloupe. Une approche socio-anthropologique pour une définition de la précarité énergétique en milieu tropical*.
- OREC Guadeloupe. (2021). *Bilan Energétique 2020*.
- Orselli, J. (2009). *Usages et usagers de la route, mobilité et accidents 1860-2008*.
- ORT. (2016). *Chiffres et Analyse n°12*.
- ORT. (2020). *Chiffres et Analyse n°13*.
- ORT. (2020). Chiffres et analyses. *Le Journal*.
- Ouedraogo, O. (2006). *Crise de l'économie sucrière et mutations spatiales en Guadeloupe*.
- Passalacqua, A. (2022). Atlas des mobilités : Faits et chiffres sur les mobilités en France et en Europe. *Heinrich-Böll-Stiftung Paris*, 13-14.
- Passalacqua, A. (2022). Atlas des mobilités : Faits et chiffres sur les mobilités en France et en Europe. *Heinrich-Böll-Stiftung Paris*, 10-11.
- Perspectiv. (2019). *Les déterminants de la prise de risques des comportements des conducteurs infractionnistes guadeloupéens*.
- Préfecture de la Région Guadeloupe. (2022). *Sécurité routière*.
- Ranély Vergé-Dépré, C. (2017). Mémoire d'Habilitation à Diriger des Recherches : Transports et territoires insulaires, approche géographique. *Université de Savoie Mont-Blanc*.
- Région Guadeloupe & CEREMA. (2022). *Enquête Ménage Déplacements Certifiée CEREMA (EMC2)*.
- Région Guadeloupe. (2015). *Plans de Préventions du Bruit dans l'Environnement (PPBE) – Routes nationales*.
- Région Guadeloupe. (2015). *Synthèse du Plan régional de coordination des transports*.
- Région Guadeloupe. (2021). *Communication du 1er avril 2021*.
- Réseau des Acteurs de la Pauvreté et de la Précarité Énergétique dans le Logement. (2018). La précarité énergétique en Guadeloupe : une approche socio-anthropologique pour une définition de la précarité énergétique en milieu tropical. *OREC Guadeloupe*.
- Santé Publique France. (2020). *Alcool: Bulletin de santé publique. Guadeloupe, Saint-Martin et Saint-Barthélemy*.
- SDES. (2020). *Enquête mobilité des personnes 2018-2019*.
- Sénat. (2001). *Les nuisances environnementales de l'automobile*.

SRIT. (2012). *Rapport du SRIT, 3ème réunion plénière de l'année 2012.*

Statista. (2020). *Parcours moyens annuels des voitures particulières en France de 2004 à 2019, selon le type de carburant (en kilomètres).*

Syndex. (2015). *Le coût de possession et d'usage d'une automobile : Comparatif entre la Guadeloupe et la Métropole.*

Trefoloni, D., Cratere, F., & Raimbaud, B. (2019). *La CA du Nord Basse-Terre : un condensé de la Guadeloupe. INSEE Guadeloupe.*

Wikisara. (2020). *Réseau routier de la Guadeloupe (971).*

WWF. (2021). *L'obsession de la publicité pour les SUV.*

# INDEX DES TABLEAUX ET FIGURES

---

## INDEX DES TABLEAUX

Tableau 1 : Expertes et experts interrogés dans le cadre de l'étude .....	15
Tableau 2 : Résultats de la question 2 de l'enquête quantitative .....	17
Tableau 3 : Résultats de la question 1 de l'enquête quantitative.....	18
Tableau 4 : Résultats de la question 4 de l'enquête quantitative .....	18
Tableau 5 : Résultats de la question 5 de l'enquête quantitative .....	19
Tableau 6 : Résultats de la question 18-2 de l'enquête quantitative .....	20
Tableau 7 : Résultats de la question 18-3 de l'enquête quantitative .....	24
Tableau 8 : Résultats de la question 18-8 de l'enquête quantitative .....	24
Tableau 9 : Résultats de la question 18-6 de l'enquête quantitative .....	26
Tableau 10 : Résultats de la question 18-16 de l'enquête quantitative .....	31
Tableau 11 : Résultats des questions 8 et 9 de l'enquête quantitative.....	32
Tableau 12 : Résultats de la question 13 de l'enquête quantitative.....	33
Tableau 13 : Résultats de la question 11 de l'enquête quantitative (en fonction du sexe, de l'âge et de la profession).....	37
Tableau 14 : Résultats de la question 14 de l'enquête quantitative.....	37
Tableau 15 : Résultats de la question 7 de l'enquête quantitative .....	39
Tableau 16 : Résultats de la question 11 de l'enquête quantitative (en fonction du niveau de diplôme) .	40
Tableau 17 : Résultats de la question 12 de l'enquête quantitative.....	42
Tableau 18 : Résultats de la question 18-12 de l'enquête quantitative .....	42
Tableau 19 : Résultats de la question 18-1 de l'enquête quantitative.....	42
Tableau 20 : Résultats de la question 15 de l'enquête quantitative .....	44
Tableau 21 : Résultats de la question 18-5 de l'enquête quantitative .....	44
Tableau 22 : Résultats de la question 18-4 de l'enquête quantitative.....	45
Tableau 23 : Résultats de la question 18-9 de l'enquête quantitative.....	45
Tableau 24 : Résultats de la question 18-7 de l'enquête quantitative.....	46
Tableau 25 : Résultats de la question 17 de l'enquête quantitative .....	47
Tableau 26 : Résultats de la question 18-13 de l'enquête quantitative.....	48
Tableau 27 : Résultats de la question 10 de l'enquête quantitative .....	49
Tableau 28 : Résultats de la question 18-4 de l'enquête quantitative.....	50
Tableau 29 : Résultats de la question 18-15 de l'enquête quantitative .....	51
Tableau 30 : Résultats de la question 18-11 de l'enquête quantitative.....	51
Tableau 31 : Résultats de la question 18-10 de l'enquête quantitative .....	53
Tableau 32 : Résultats de la question 1 bis de l'enquête quantitative .....	54
Tableau 33 : Résultats de la question 3 de l'enquête quantitative .....	55
Tableau 34 : Résultats de la question 6 de l'enquête quantitative .....	55
Tableau 35 : Résultats de la question 2 de l'enquête quantitative .....	56
Tableau 36 : Résultats de la question 2 de l'enquête quantitative .....	57
Tableau 37 : Résultats de la question 5 de l'enquête quantitative .....	57
Tableau 38 : Résultats de la question 4 de l'enquête quantitative .....	58

Tableau 39 : Résultats de la question 10 de l'enquête quantitative (en fonction du sexe, de l'âge et de la profession).....	59
Tableau 40 : Résultats de la question 10 de l'enquête quantitative .....	61
Tableau 41 : Résultats de la question 10 de l'enquête quantitative.....	61
Tableau 42 : Résultats de la question 19 de l'enquête quantitative .....	61
Tableau 43 : Identification de groupes-cibles en fonction du rapport à l'automobile et mise en lumière du groupe prioritaire .....	67
Tableau 44 : Analyse des intérêts et limites de la recommandation « campagnes de communication ». 72	
Tableau 45 : Analyse des intérêts et limites de la recommandation « dispositifs d'animation et d'accompagnement » .....	77
Tableau 46 : Analyse des intérêts et limites de la recommandation « nudges ».....	79

## FIGURES

Figure 1 : Réseau routier de Guadeloupe (source : Routes de Guadeloupe) .....	32
Figure 2 : Synthèse du poids relatif des imaginaires et représentations sociales communément associés à l'automobile en Guadeloupe .....	52
Figure 3 : Identification des groupes-cibles prioritaires en matière de sécurité routière .....	69

## SIGLES ET ACRONYMES

---

---

ADEME	Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie
AOM	Autorité unique d'Organisation de la Mobilité
CSP	Catégories Socio-Professionnelles
EPCI	Etablissements Publics de Coopération Intercommunale
GES	Gaz à Effet de Serre
GIEC	Groupe d'experts Intergouvernemental sur l'Evolution du Climat
INSEE	Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
ORT	Observatoire Régional des Transports
PTRE	Plateformes Territoriales de la Rénovation Energétique
RSA	Revenu de Solidarité Active
SEGMENT	SEGmented Marketing for Energy efficient Transport
SRIT	Schéma Régional des Infrastructures et des Transports
SUV	Sport Utility Vehicle
TCSP	Transport Collectif en Site Propre
TICPE	Taxe Intérieure sur la Consommation des Produits Energétiques
TSC	Taxe Spéciale sur la Consommation

- <sup>1</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, Enquête Ménage Déplacements Certifiée CEREMA (EMC2), 2022.
- <sup>2</sup> L'automobile représente quasiment les trois quarts des déplacements de la population guadeloupéenne (72 %) et près des trois quarts des de ces déplacements réalisés en voiture (72 %) sont réalisés par une personne seule dans son véhicule.
- <sup>3</sup> La socio-anthropologie est une discipline des sciences humaines et sociales qui analyse les comportements humains à la lumière des réalités collectives qui caractérisent la société (représentations symboliques, normes sociales, cultures, environnement matériel et technique...).
- <sup>4</sup> BARTHES, 1963 ; BAYLEY, 1986 ; PERVANCHON, 1991 ; PERVANCHON *et al.*, 1994 ; MONNEYRON et THOMAS, 2006 ; ASSAILLY, 2018, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Déplacements quotidiens et usages de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.
- <sup>5</sup> Les faits sociaux sont les « manières d'agir, de penser et de sentir, extérieures à l'individu, qui sont douées d'un pouvoir de coercition » (Durkheim, [1894] 1988).
- <sup>6</sup> Aux termes du cahier des charges, l'étude devait permettre de « 1/ Disposer d'éléments permettant de « casser le statut » de la voiture dans les mentalités et d'accompagner le changement modal et le changement de comportement en matière de sécurité routière ; 2/ Disposer de leviers en termes de communication pour atteindre ces objectifs : argumentaires pour inciter une évolution des comportements, éléments d'aide à la décision ; 3/ Disposer d'un ensemble d'arguments permettant de développer un éventail de solutions adaptées aussi bien à l'utilisateur qu'à la voiture. »
- <sup>7</sup> Pour en savoir plus sur le cabinet Nomadeis, se référer à son site internet : <https://www.nomadeis.com/>
- <sup>8</sup> CEREMA, Enquête nationale Transport et déplacements, 2007-2008.
- <sup>9</sup> INSEE Guadeloupe, *Bilan démographique de la Guadeloupe en 2020*, 2021.
- <sup>10</sup> OREC Guadeloupe, *Bilan carbone de la Guadeloupe 2019*, 2021.
- <sup>11</sup> Observatoire des Prix, des Marges et Revenus (OPMR) de Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.
- <sup>12</sup> INSEE Guadeloupe, *Bilan démographique. Un vieillissement accentué par les migrations*, 2019.
- <sup>13</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.
- <sup>14</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.
- <sup>15</sup> INSEE Guadeloupe, *op. cit.*, p. 5.
- <sup>16</sup> Statista, *Parcours moyens annuels des voitures particulières en France de 2004 à 2019, selon le type de carburant (en kilomètres)*, 2020.
- <sup>17</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.
- <sup>18</sup> ADEME Guadeloupe, *op. cit.* p. 1.
- <sup>19</sup> OREC Guadeloupe, *Bilan énergétique 2020*, 2021.
- <sup>20</sup> L'Humanité, « Guadeloupe. GBH, un symbole de la pwofitasyon », février 2009.
- <sup>21</sup> Challenges, « Antilles – un îlot anti-concurrentiel », février 2009.
- <sup>22</sup> KIMINO, *Économie et droit des affaires de la Caraïbe et de la Guyane, Volume 2*, 2010.
- <sup>23</sup> INSEE Guadeloupe, *Le budget dédié aux transports dépasse ceux du logement et de l'alimentation*, 2019.
- <sup>24</sup> OREC Guadeloupe, *op. cit.*, p. 9.
- <sup>25</sup> OREC Guadeloupe, *op. cit.*, p. 9.
- <sup>26</sup> OREC Guadeloupe, *Bilan énergétique 2020*, 2021.
- <sup>27</sup> Observatoire Régional des Transports de la Guadeloupe (ORT), *Chiffres & Analyse n°12*, 2016.
- <sup>28</sup> OREC Guadeloupe, *op. cit.*, p. 9.
- <sup>29</sup> OREC Guadeloupe, *op. cit.*, p. 9.
- <sup>30</sup> OREC Guadeloupe, *Bilan carbone régional 2019*, 2021.

- 
- <sup>31</sup> INSEE, Emissions de gaz à effet de serre par activité,
- <sup>32</sup> OREC Guadeloupe, *op. cit.*, p. 9.
- <sup>33</sup> INSEE Guadeloupe, *Des indicateurs pour apprécier le Développement Durable en Guadeloupe*, 2015.
- <sup>34</sup> Le secteur du transport en général (tous modes terrestres et maritimes confondus) étant à l'origine de 70 % des émissions de gaz à effet de serre du territoire (OREC, 2021).
- <sup>35</sup> « Automobile : l'avenir est électrique... mais balbutiant », *Guadeloupe La 1<sup>ère</sup>*, 12 avril 2022. Consulté le 23 juin 2022.
- <sup>36</sup> INSEE Guadeloupe, *Bilan économique 2020*, 2021.
- <sup>37</sup> Agence Internationale de l'Energie, *Global SUV sales set another record in 2021, setting back efforts to reduce emissions*, 2021.
- <sup>38</sup> BIGO, « La voiture électrique passée au crible de la soutenabilité », *Polytechnique insights*, 2022.
- <sup>39</sup> *Ibid*, p. 12.
- <sup>40</sup> Observatoire Régional des Transports de la Guadeloupe (ORT), *op. cit.*, p. 15.
- <sup>41</sup> HOMMELS, 2010, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Les coûts de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019, 2019.
- <sup>42</sup> IPCC, *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability*, 2022.
- <sup>43</sup> France info, « Climat : 16 000 Guadeloupéens menacés par la montée des eaux », 1<sup>er</sup> mars 2022
- <sup>44</sup> BRGM, *Evaluation économique des impacts des risques côtiers en lien avec le changement climatique sur le littoral de la Guadeloupe – Année 1*, avril 2018
- <sup>45</sup> France info, « Inondations, éboulements, de fortes pluies ont causé de nombreux dégâts en Guadeloupe », 30 avril 2022
- <sup>46</sup> ADEME Guadeloupe, *op. cit.* p. 1.
- <sup>47</sup> *Ibid.*, p. 14.
- <sup>48</sup> Observatoire national interministériel de la sécurité routière, *Observatoire des vitesses. Rapport 2020*, 2021.
- <sup>49</sup> Conseil Départemental de Guadeloupe, *Plans de Préventions du Bruit dans l'Environnement (PPBE) – Routes départementales*, 2015.
- <sup>50</sup> NOTIN, « Mieux bouger pour la santé », *Atlas des mobilités. Faits et chiffres sur les mobilités en France et en Europe*, Heinrich Böll Stiftung, 2022.
- <sup>51</sup> *Ibid.*, p. 15.
- <sup>52</sup> SCARDIGLI, 1983 ; YONNET, 1985 ; DUPUY, 1999 ; GEELS ET AL., 2012, DEMOLI et LANNOY, « Les coûts de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.
- <sup>53</sup> *Ibid.*, p. 15.
- <sup>54</sup> Observatoire départemental de la sécurité routière (ODSR) de la Guadeloupe, *Bilan de 1962 à 2020*, 2020.
- <sup>55</sup> DEAL Guadeloupe, *Accidentalité routière en Guadeloupe. Bilan 2019*.
- <sup>56</sup> DEAL Guadeloupe, *Bilan sécurité routière 2020*, 2021.
- <sup>57</sup> « 553 victimes d'accidents de la route et dont 65 décès en Guadeloupe en 2021 », *France Antilles*, janvier 2022. Consulté le 5 juillet 2022.
- <sup>58</sup> Site internet de la Préfecture de la région Guadeloupe, rubrique « Sécurité routière ». Consulté le 28 mars 2021.
- <sup>59</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.
- <sup>60</sup> Cour des comptes, *La politique publique de sécurité routière*, 2021.
- <sup>61</sup> DESSE, *Les nouvelles formes de polarisation urbaine en Guadeloupe, Martinique et Réunion*, Cahiers de géographie du Québec, vol. 42, n° 116, 1998.
- <sup>62</sup> Dès 1992, la région pointoise comptait par exemple quatorze supermarchés et deux hypermarchés, contre quatre supermarchés à Basse-Terre.
- <sup>63</sup> INSEE Guadeloupe, *op. cit.*, p. 5.

- 
- <sup>64</sup> DEAL Guadeloupe, *Données géographiques et occupation du sol en Guadeloupe*, jeudi 10 juillet 2014.
- <sup>65</sup> INSEE Guadeloupe, *op. cit.*, p. 5.
- <sup>66</sup> LE JEANNIC, 1997, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Déplacements quotidiens et usages de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.
- <sup>67</sup> HAUMONT, in Ministère des Transports, 1980, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Déplacements quotidiens et usages de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.
- <sup>68</sup> OREC Guadeloupe, *op. cit.*, p. 5.
- <sup>69</sup> ADEME Guadeloupe, *op. cit.* p. 1.
- <sup>70</sup> *Ibid.*, p. 17.
- <sup>71</sup> DEMOLI et LANNOY, « Expliquer la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.
- <sup>72</sup> PASSALACQUA, *op. cit.*, p. 14.
- <sup>73</sup> Réseau routier de la Guadeloupe (971), site de WikiSara. Consulté le 3 mars 2022.
- <sup>74</sup> DEVERRE, *Crise sucrière et réforme foncière en Guadeloupe. Les structures agraires face au changement économique et social*, 1990.
- <sup>75</sup> RANELY VERGE-DEPRE, *op. cit.*, p. 18.
- <sup>76</sup> OREC Guadeloupe, *La précarité énergétique en Guadeloupe. Une approche socio-anthropologique pour une définition de la précarité énergétique en milieu tropical*, 2018.
- <sup>77</sup> Région Guadeloupe, *Plan Régional de Coordination des Transports*, synthèse septembre 2015.
- <sup>78</sup> Région Guadeloupe, *Rapport SRIT, 3<sup>ème</sup> réunion plénière de l'année 2012*, juin 2012
- <sup>79</sup> MIOCHE, *Histoire du chemin de fer sucrier de Beauport, 1893-1990*, Bulletin de la Société d'Histoire de la Guadeloupe, 2019.
- <sup>80</sup> *Ibid.*, p. 21.
- <sup>81</sup> Conférence territoriale de l'action publique consacrée au transport, *Relevé de décisions*, 31 mars 2021.
- <sup>82</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.
- <sup>83</sup> ADEME Guadeloupe, *op. cit.* p. 1.
- <sup>84</sup> Région Guadeloupe, CEREMA, *op. cit.*, p. 1.
- <sup>85</sup> Région Guadeloupe, [https://www.regionguadeloupe.fr/les-actions-regionales/transport-interurbain/#\\_](https://www.regionguadeloupe.fr/les-actions-regionales/transport-interurbain/#_)
- <sup>86</sup> STEG, 2005 ; BEIRAO ET SANSFIELD CABRAL, 2007, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Déplacements quotidiens et usages de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.
- <sup>87</sup> DEMOLI et LANNOY, « Introduction », *Sociologie de l'automobile*, 2019.
- <sup>88</sup> MARTUCCELLI, « Les deux modernités occidentales et la géo-modernité actuelle », *Revue internationale de philosophie*, 2017.
- <sup>89</sup> MITCHELL, 2005 ; GRAHAM, 2010, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Marques, classes et cultures », *Sociologie de l'automobile*, 2019.
- <sup>90</sup> DEMOLI, 2013, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Marques, classes et cultures », *Sociologie de l'automobile*, 2019.
- <sup>91</sup> CASE, 1992 ; DOYLE, 2017 ; EPLAQUE, 2018, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Marques, classes et cultures », *Sociologie de l'automobile*, 2019.
- <sup>92</sup> Le tuning consiste à apporter des modifications à un véhicule afin d'améliorer ses performances ou son aspect, dans le but de le rendre unique.
- <sup>93</sup> COULANGEON ET PETEV, 2012, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Marques, classes et cultures », *Sociologie de l'automobile*, 2019.
- <sup>94</sup> Baromètre Oscaro, sondage BVA, 2019, cité dans « 1 conducteur français sur 3 répare lui-même sa voiture », *Indoor Assurances*, 30 septembre 2019. Consulté le 14 juin 2022.
- <sup>95</sup> GHIRON-BISTAGNE, *Le cheval et la jeune fille ou la virginité chez les anciens Grecs*, 1985.
- <sup>96</sup> Ismaël CALLOUET, *Les stéréotypes dans la publicité automobile : du sexisme à l'individualisme*, Mémoire, CELSA, 2019.
- <sup>97</sup> WWF France, *op. cit.*, p. 32.

- 
- <sup>98</sup> WWF France, *op. cit.*, p. 32.
- <sup>99</sup> INSEE Guadeloupe, *L'essentiel sur la Guadeloupe*, 2022.
- <sup>100</sup> ADEME Guadeloupe, *op. cit.* p. 1.
- <sup>101</sup> TAYLOR et ONG, 1995 ; FROUD *et al.*, 2002, cité dans DEMOLI et LANNOY, « Décrire la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.
- <sup>102</sup> POLK, 1998 et CLARKE, 2007, cités dans DEMOLI et LANNOY, « Décrire la diffusion de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019, 2019.
- <sup>103</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 36.
- <sup>104</sup> Observatoire National Interministériel de la Sécurité Routière (ONISR), *op. cit.*, p. 36.
- <sup>105</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 36.
- <sup>106</sup> Observatoire National Interministériel de la Sécurité Routière (ONISR), *op. cit.*, p. 36.
- <sup>107</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.
- <sup>108</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 36.
- <sup>109</sup> Observatoire National Interministériel de la Sécurité Routière (ONISR), *op. cit.*, p. 36.
- <sup>110</sup> GROSSETETE, 2012 ; MORANGE, 2002 ; DEMOLI et LANNOY, « Les coûts de l'automobile », *Sociologie de l'automobile*, 2019.
- <sup>111</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 36.
- <sup>112</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.
- <sup>113</sup> *Ibid.*, p. 39.
- <sup>114</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.
- <sup>115</sup> Santé Publique France, « Alcool », *Bulletin de santé publique. Guadeloupe, Saint-Martin et Saint-Barthélemy*, Janvier 2020.
- <sup>116</sup> Observatoire français des drogues et des toxicomanies (OFDT), *Drogues et addictions dans les Outre-Mer, état des lieux et problématiques*, juin 2020
- <sup>117</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.
- <sup>118</sup> *Ibid.*, p. 36.
- <sup>119</sup> Santé Publique France, *op. cit.*, p. 39.
- <sup>120</sup> LAFOLLIE, LE SCANFF et FONTAYNE, *L'inventaire de risque et d'activation (IRA)*, 2008, adaptation française du questionnaire « Risk and Excitement Inventory » (REI) de TAYLOR et HAMILTON (1997)
- <sup>121</sup> DEAL Guadeloupe, *op. cit.*, p. 1.
- <sup>122</sup> ADEME, 2016, *op. cit.*, p. 45.

## L'ADEME EN BREF

À l'ADEME - l'Agence de la transition écologique -, nous sommes résolument engagés dans la lutte contre le réchauffement climatique et la dégradation des ressources.

Sur tous les fronts, nous mobilisons les citoyens, les acteurs économiques et les territoires, leur donnons les moyens de progresser vers une société économe en ressources, plus sobre en carbone, plus juste et harmonieuse.

Dans tous les domaines - énergie, économie circulaire, alimentation, mobilité, qualité de l'air, adaptation au changement climatique, sols... - nous conseillons, facilitons et aidons au financement de nombreux projets, de la recherche jusqu'au partage des solutions.

À tous les niveaux, nous mettons nos capacités d'expertise et de prospective au service des politiques publiques.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle du ministère de la Transition écologique et du ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.

### LES COLLECTIONS DE L'ADEME



#### FAITS ET CHIFFRES

L'ADEME référent : Elle fournit des analyses objectives à partir d'indicateurs chiffrés régulièrement mis à jour.



#### CLÉS POUR AGIR

L'ADEME facilitateur : Elle élabore des guides pratiques pour aider les acteurs à mettre en œuvre leurs projets de façon méthodique et/ou en conformité avec la réglementation.



#### ILS L'ONT FAIT

L'ADEME catalyseur : Les acteurs témoignent de leurs expériences et partagent leur savoir-faire.



#### EXPERTISES

L'ADEME expert : Elle rend compte des résultats de recherches, études et réalisations collectives menées sous son regard.



#### HORIZONS

L'ADEME tournée vers l'avenir : Elle propose une vision prospective et réaliste des enjeux de la transition énergétique et écologique, pour un futur désirable à construire ensemble.

## ATTACHEMENTS A LA VOITURE EN GUADELOUPE ET LEVIERS DU REPORT MODAL

La voiture individuelle est un mode de transport essentiel et incontournable en Guadeloupe. Cependant, en dépit de l'image « positive » dont l'automobile bénéficie encore aujourd'hui, une grande partie de la population guadeloupéenne exprime une forme de « fatigue automobile » justifiée.

Cette étude offre aux acteurs publics de la mobilité du territoire des pistes de recommandations limitant l'autosolisme, et facilitant la transition de la population guadeloupéenne vers une mobilité décarbonée et durable. L'objectif est de disposer de leviers d'influence et de communication permettant de faire évoluer les comportements et les mentalités concernant l'usage de la voiture individuelle et ainsi faciliter le report modal.

L'étude propose également des pistes de recommandations pour accompagner les changements de comportement en matière de sécurité routière.

### Essentiel à retenir

L'automobile est un mode de transport prédominant en Guadeloupe, qui est problématique d'un point de vue social, environnemental et économique.

Différentes pistes d'action, étudiées dans cette étude, peuvent être mises en place afin de limiter l'usage individuel de la voiture et favoriser le report modal.

