

Environnements favorables, valeurs
environnementales, attitudes et croyances, mais
qu'est-ce qui motive les individus à faire du
transport actif à vélo?

Ariane Bélanger-Gravel, PhD

Professeure, Département d'information et de communication

Université Laval

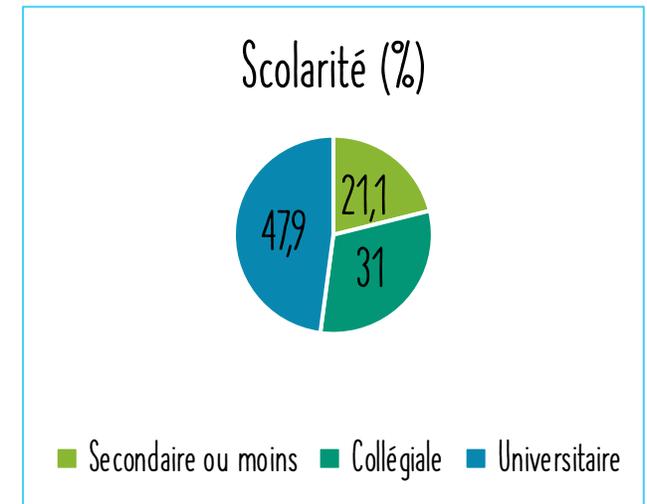
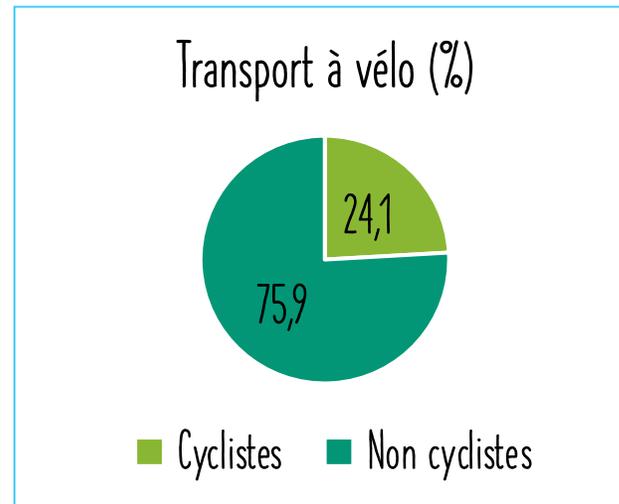
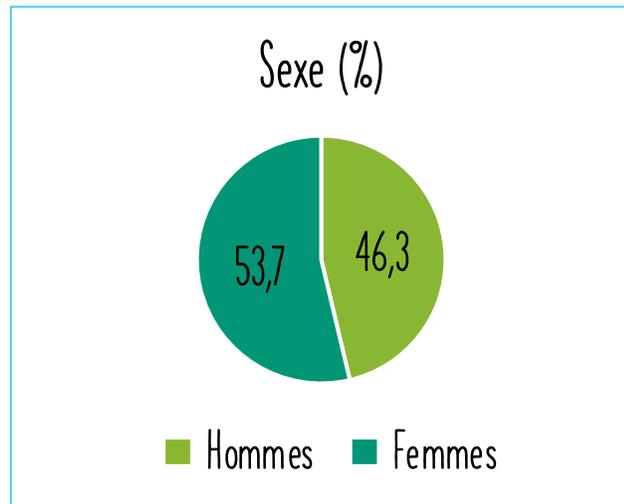
BUT DE L'ÉTUDE

- QUOI: Identifier des déterminants motivationnels pouvant être impliqués dans la prise de décision d'adopter le vélo comme mode de transport chez:
 - les femmes et les hommes
 - Ceux qui habitent plus loin ($\geq 10\text{km}$) ou plus près ($< 10\text{km}$) de leur lieu de travail
- POURQUOI: optimiser les interventions et les stratégies de promotion selon des segments spécifiques de la population

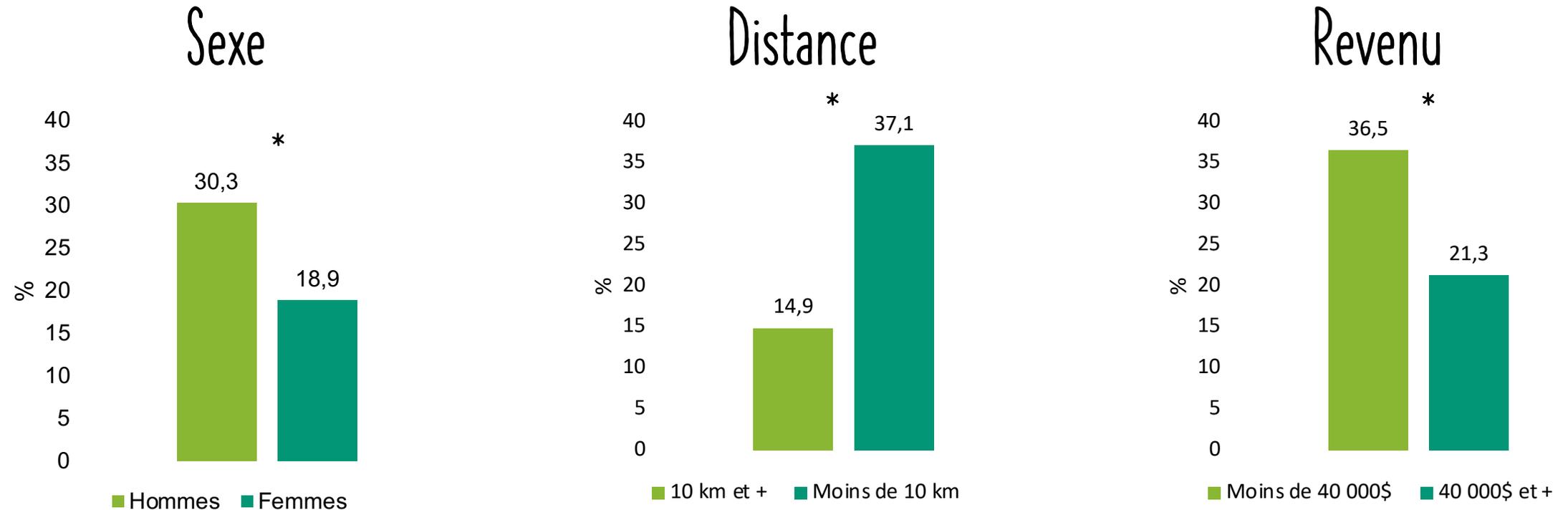
MÉTHODES

- Recrutement aléatoire de 651 répondants via le panel web d'une firme de sondage
- Critères d'inclusion:
 - Être âgé entre 18 et 55 ans
 - Résider dans les régions métropolitaines de Montréal et Québec
- Collecte de données entre mai et octobre 2018
 - Habitudes de transport actif et perceptions (valeurs pro-environnementales, intentions, attitudes, auto-efficacité, etc.)

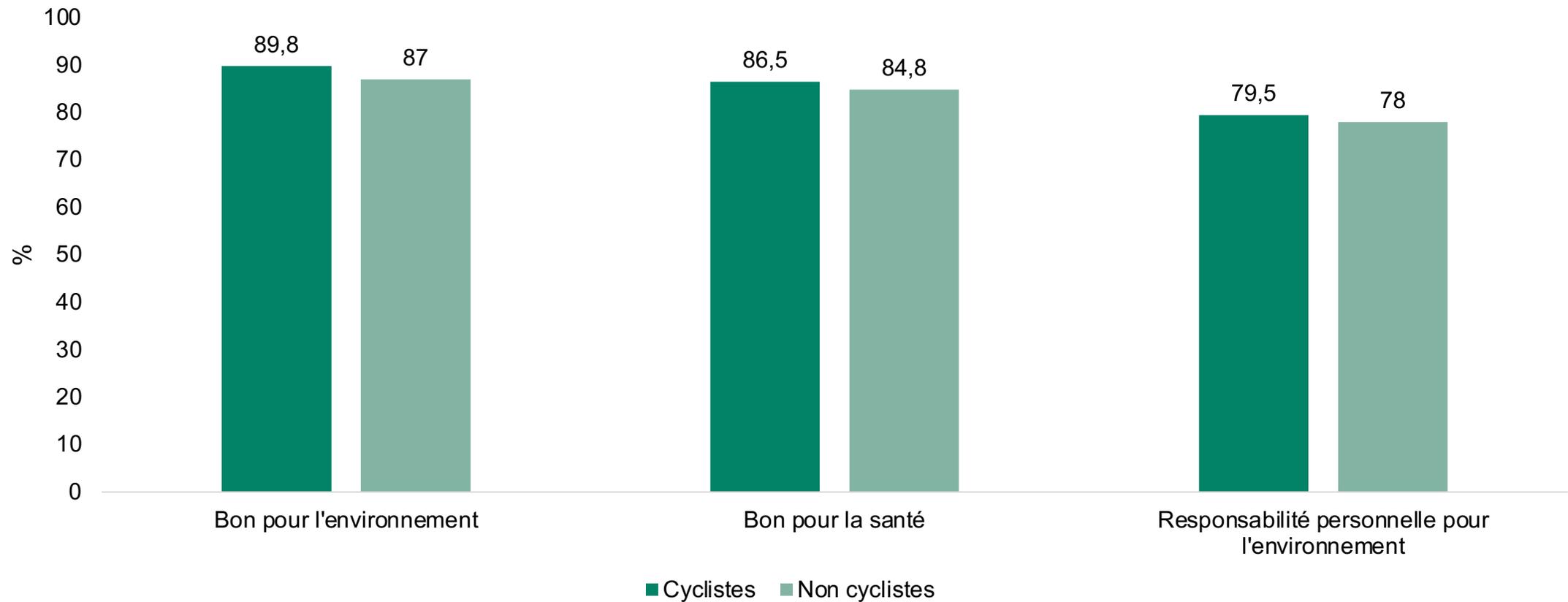
CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉCHANTILLON



HABITUDES DE TRANSPORT À VÉLO SELON LES SEGMENTS

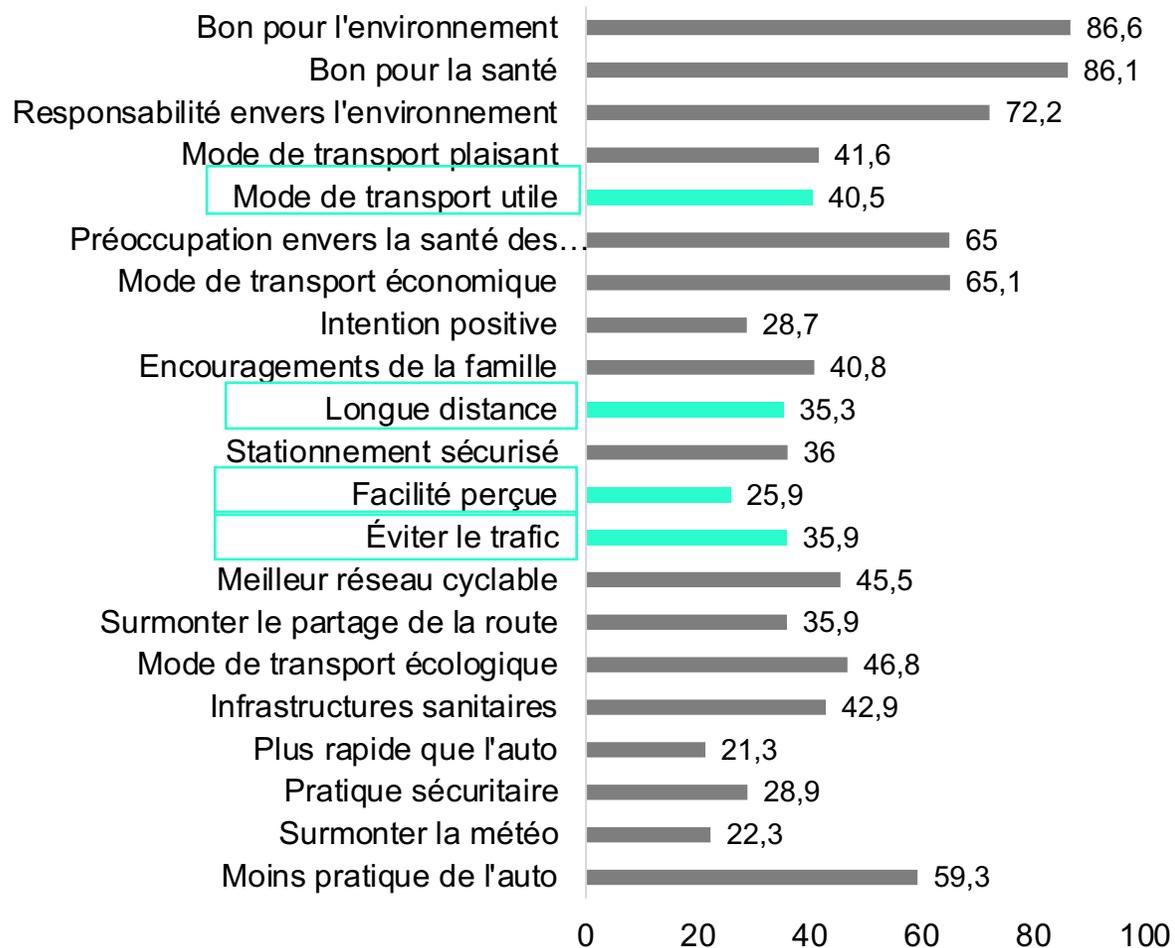


PERCEPTIONS UNIVERSELLES

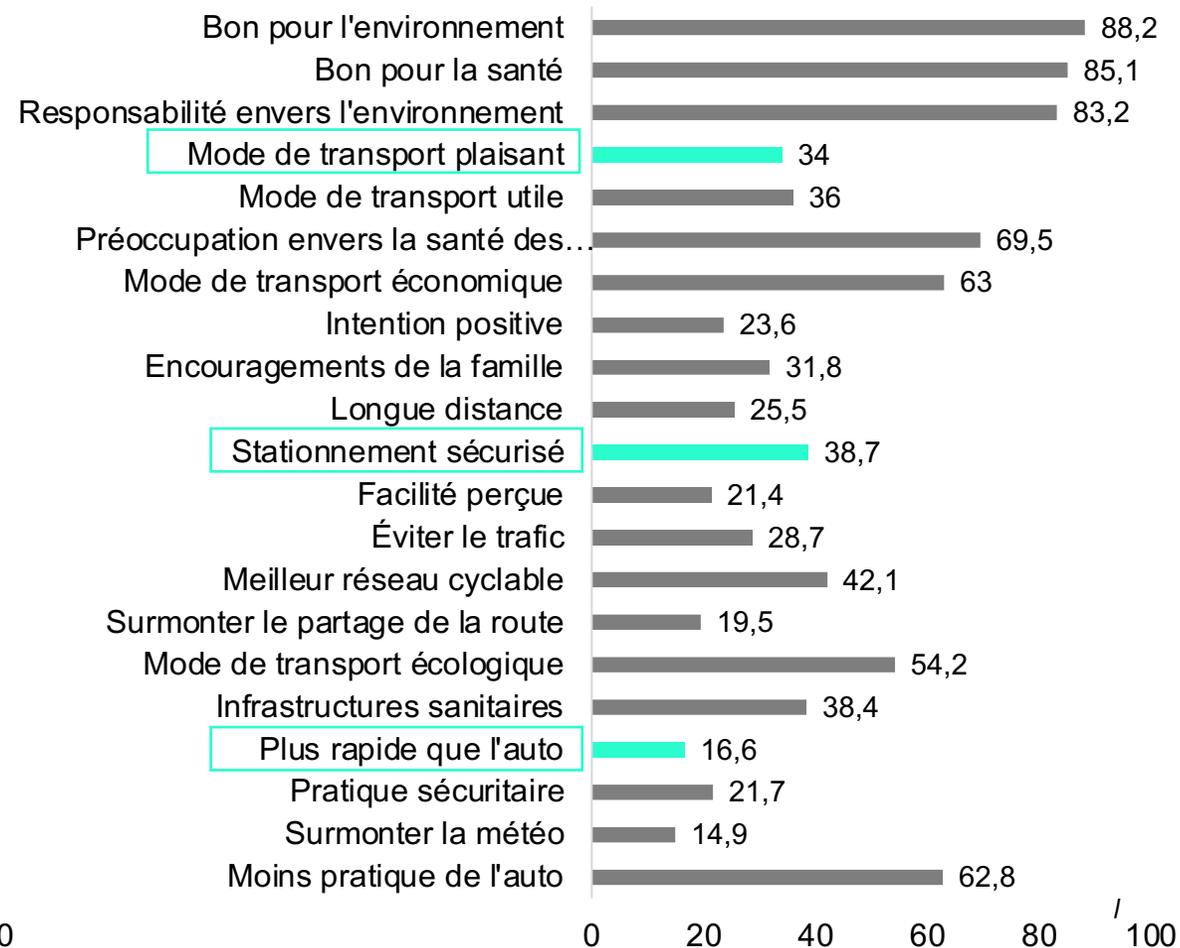


DÉTERMINANTS DU TRANSPORT À VÉLO

Hommes



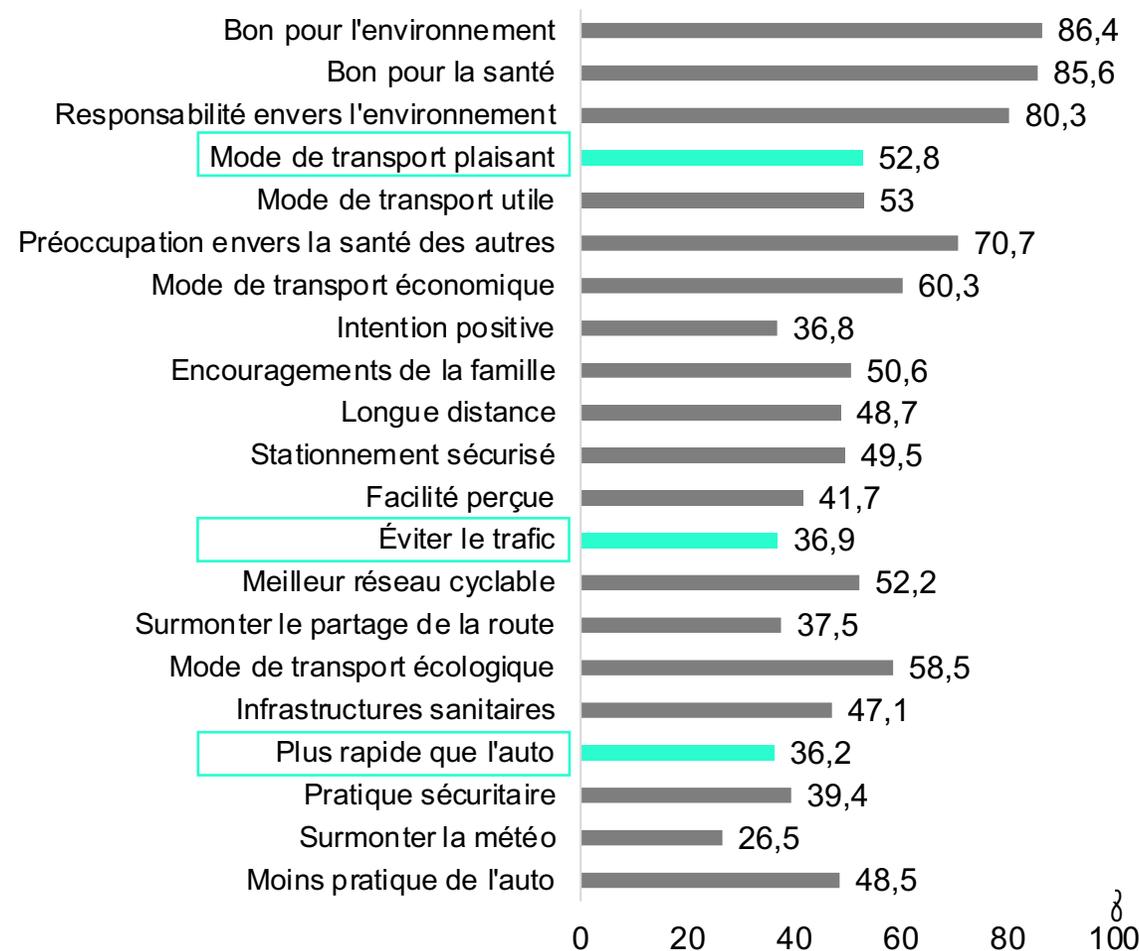
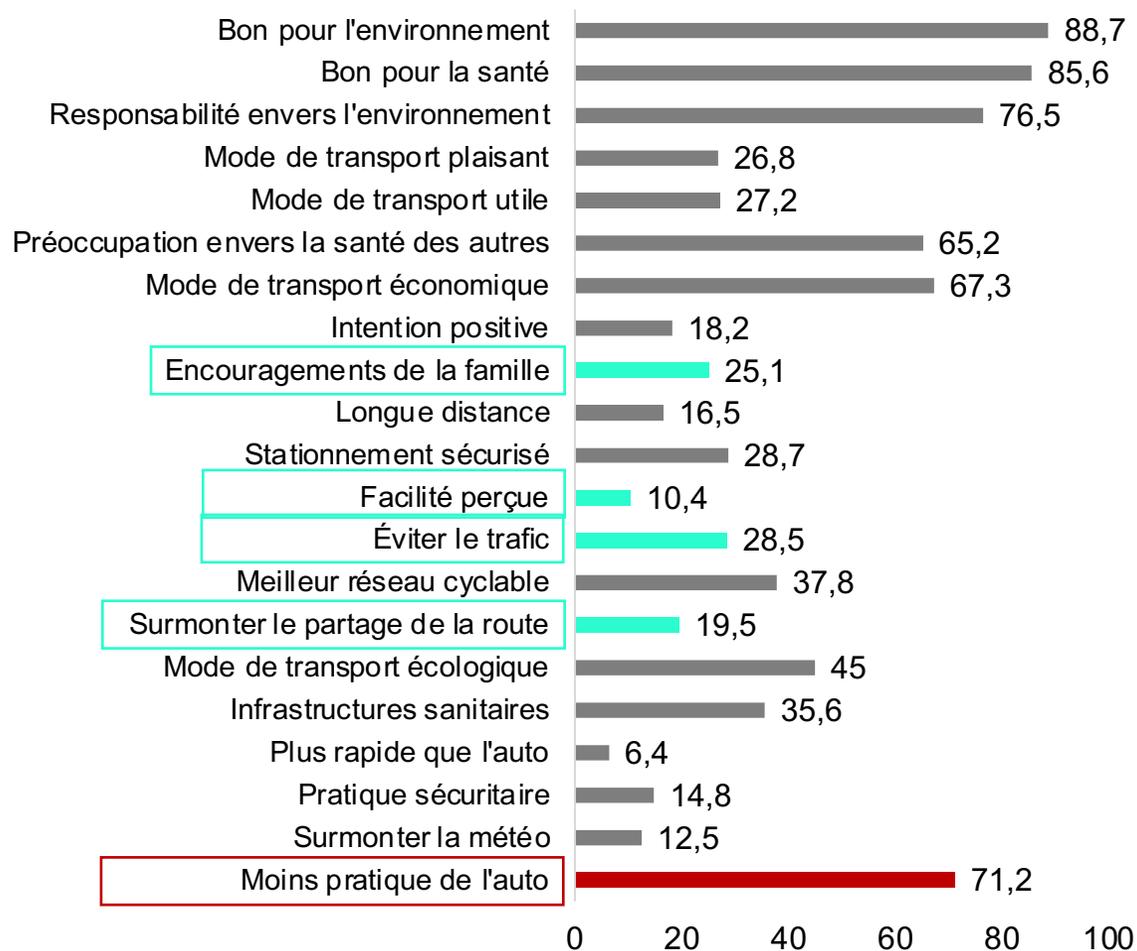
Femmes



DÉTERMINANTS DU TRANSPORT À VÉLO

Distance \geq 10km

Distance < 10km



CONCLUSIONS

- Patron de résultats différents selon le sexe et la distance entre la résidence et le lieu de travail
 - Les stratégies de promotion devraient alors différer
- Inégalités potentielles dans l'accès selon le sexe
- Seul point (relativement) commun:
 - éviter le trafic
- Éléments qui ne semblent pas au centre de la décision
 - Santé
 - Environnement
 - Présence d'infrastructures (à l'exception des stationnements sécurisés chez les femmes)
 - Même l'intention...
- Encore une fois, cette étude pointe vers une conception utilitaire du transport, bien que dans certains cas, des facteurs plus affectifs émergent:
 - Le soutien familial
 - La facilité
 - Le plaisir

MERCI!



Ariane Bélanger-Gravel



Ariane.belanger-gravel@com.ulaval.ca