



Communiqué de presse
Benchmark & tendances UX

Le prix n'est plus le critère le plus important pour les Français dans le choix de leur transport

N°1 : la flexibilité d'annulation ou de report

Pour 72% des français, la crainte de contamination dans les transports n'est pas un frein majeur pour voyager

Paris, 7 juin 2021

Ferpection, startup de conseils et d'études UX pour l'amélioration des sites, applications mobiles et projets omni canaux, dévoile les résultats de deux études* sur l'expérience des utilisateurs dans le secteur des transports. Des enquêtes qui confirment que la crise sanitaire a bouleversé certains critères de choix et l'importance grandissante des critères sanitaires, de flexibilité et de souplesse.

Lien officiel : <https://ferpection.com/fr/>

*Méthodologie : benchmark réalisé à partir d'une étude quantitative menée du 6 au 9 avril 2021 auprès de 400 personnes représentatives de la population française selon la méthode des quotas (genre, âge, région et CSP) couplée aux résultats de 10 tests sur 100 utilisateurs menés en France en décembre 2020 sur 10 sites de transport (avion, train voiture,...).

Détails des échantillons qualitatifs et quantitatifs : CSP+ : 36%, CSP- : 39% et Inactifs : 25%.

Répartition géographique : Région Parisienne : 20%, Nord-Est : 23%, Nord-Ouest : 23%, Sud-Ouest : 11% et Sud-Est : 24%.

« La crise sanitaire a posé énormément d'interrogations aussi bien aux utilisateurs qu'aux professionnels. Dans le secteur du transport, les bouleversements sont énormes. Aussi, nous avons voulu identifier les principaux points de frictions et points de satisfactions rencontrés par les utilisateurs lors d'un parcours de réservation sur différents sites de transport. Nos deux études dévoilent des changements majeurs dans les critères de choix des utilisateurs et donc une nécessité pour les professionnels de faire évoluer leurs services », a commenté **Thibault Geenen, CEO & fondateur de Ferpection**

L'importance des critères sanitaires dans les choix des utilisateurs

Malgré certaines idées reçues, ce n'est pas la peur de la contamination qui est le facteur le plus important pour les utilisateurs. En effet cette crainte n'existe que chez seulement 28 % des répondants. En revanche, ce sont les critères de quarantaine de certains pays et donc les destinations qui freinent plus de 66 % des Français dans leur choix, bien loin devant la fermeture des lieux publics (40 %) ou les tests PCR nécessaires (36 %).



Base : 400 individus - Question posée à tous

Q3 - Parmi les éléments suivants, hors confinement et fermeture des frontières, lesquels vous freinent pour voyager ?

Items liés aux transports

L'importance de la flexibilité avant le prix

C'est une grande première totalement inédite ! En effet, le prix est habituellement le premier critère de choix, que ce soit sur le secteur du transport ou autres. Ici, le prix arrive à la deuxième place des facteurs majeurs jugés importants par 62 % des Français. Mais il est important de noter que les 4 autres critères les plus importants sont liés à la crise sanitaire. Ainsi, en numéro 1, 65 % des utilisateurs plébiscitent la flexibilité d'annulation ou de report de leur voyage. Ensuite, 54 % analysent la communication sur les mesures d'hygiène mises en place, 41 % se basent sur la proximité avec les autres voyageurs et 39 % sur les contraintes en vigueur selon le mode de transport (port du masque, etc.).

Parmi les 5 premiers critères jugés très important pour choisir son mode de transport, 4 sont liés à la situation sanitaire.

Items liés à la situation sanitaire

Le critère de prix, habituellement en première position, se retrouve derrière la flexibilité de l'offre.



Base : 400 individus - Question posée à tous

Q5 - Dans quelle mesure les éléments suivants seraient importants pour choisir votre mode de transport ?

Les Français en manque d'évasion... mais moins loin !

Suite aux nombreux confinements et aux contraintes imposées par la crise sanitaire, les Français ont clairement envie de voyager. C'est en effet ce que déclarent plus de 58 % des personnes interrogées et même jusqu'à 68 % pour les 18-34 ans. Mais, ces besoins d'évasion risquent de se cantonner aux régions françaises. Ainsi, seulement 18 % prévoient de partir dans d'autres pays européens et uniquement 8 % ailleurs dans le monde.



58% des français envisagent un voyage en France d'ici la fin de l'été. (68% chez les 18-34 ans)
Mais ils ne sont que **18%** à l'envisager en Europe, et **8%** hors Europe.



Les plus optimistes sont les 18-34 ans (**68%** d'entre eux envisagent un voyage en France d'ici la fin de l'été et **27%** en Europe), et les **CSP+** (**73%** en France)

Pour télécharger l'ensemble de l'étude :

<https://ferpection.com/fr/ressources-ux-research/>

À propos de Ferpection

Fondée en novembre 2014 par Thibault Geenen (ex-Coca Cola) et Arnaud Limbourg (ex-BlaClaCar), Ferpection apporte conseils et études UX pour améliorer en continu la valeur des sites, applications mobiles et projets omni canaux.

Ferpection collabore avec de nombreuses sociétés prestigieuses telles Samsung, L'Oréal, Lacoste, Leroy Merlin, LVMH, Vinci, Société Générale... afin d'optimiser l'expérience utilisateurs sur leurs sites internet, applications mobiles et en magasin. A travers sa plateforme d'étude et le savoir-faire de ses experts en UX Research, Ferpection délivre les attentes clients, les forces et faiblesses d'un site ou application de ces projets ainsi que le plan d'action composé d'améliorations priorisées et de recommandations UX personnalisées.

Plus d'informations : <https://ferpection.com/fr/>

CONTACT PRESSE

Gildas Piquet-Friboulet - gildas@buzzpress.fr - Tél. : +33 6 19 93 58 32