

# Défi 9

## Faire des Franciliens des acteurs responsables de leurs déplacements

### Défi 9 - Faire des Franciliens des acteurs responsables de leurs déplacements

Les choix en matière de déplacements sont l'affaire de tous, acteurs institutionnels mais aussi usagers et citoyens. Si les politiques de déplacement ont un impact majeur sur la mobilité, ce sont les individus qui décident quand, où et comment ils se déplacent. Il faut que ces « décideurs », dans leur diversité, soient informés et responsabilisés.

Le droit au transport est inscrit dans la loi depuis 1982 (Loi d'Orientation des Transports Intérieurs), rendant la collectivité responsable de permettre à tous de se déplacer. Pour autant, il est nécessaire que chacun prenne conscience des conséquences de ses choix de déplacements sur l'environnement et sur le système de transport.

Faire des Franciliens des acteurs responsables de leurs déplacements est donc essentiel :

- pour permettre la croissance attendue des déplacements sans que celle-ci ne conduise à une course sans fin vers toujours plus d'infrastructures,
- pour orienter la demande de déplacements vers les modes les plus respectueux de l'environnement.

Faire des Franciliens des acteurs responsables de leurs déplacements, c'est leur faire connaître l'offre en leur apportant une information adaptée, l'aide ou le conseil dont ils ont besoin. C'est aussi leur faire mieux assumer les coûts entraînés par leurs choix et leurs comportements.

#### L'information joue un rôle essentiel dans les choix de mobilité

Il ne suffit pas que les services de transport existent et soient adaptés aux besoins, il faut aussi que les personnes connaissent les moyens qui leur sont offerts et leurs conditions d'utilisation. C'est le rôle de l'information qui doit être adaptée à chaque public en tenant compte de sa familiarité avec les différents médias et de sa manière de se déplacer.

(1) CETE Méditerranée (2008), *Information sur les déplacements multimodaux en Île-de-France*.



■ ■ « La fonction essentielle d'un système ou service d'information multimodale est de fournir à l'utilisateur des transports toute l'information nécessaire à la réalisation de son voyage. Cette information vise à réduire l'incertitude des usagers sur les itinéraires, les modes de déplacement envisageables, la durée et le coût de ces déplacements selon le mode utilisé, les ruptures de charge éventuelles, et si possible, à orienter le comportement des usagers au bénéfice d'une utilisation optimale des infrastructures et d'une priorité aux transports collectifs. De manière plus large, l'information multimodale vise aussi à favoriser les modes doux (vélo, marche à pied, etc.) ».<sup>(1)</sup> ■ ■

#### Les supports classiques d'information peuvent encore être améliorés

Concernant les plans, guides horaires, panneaux indicateurs, qui sont les moyens d'information traditionnels, de nombreux progrès restent à faire. On citera notamment : la disponibilité des plans dans les lieux publics et leur mise à jour, la présentation sur le même plan des services exploités par différentes entreprises pour les transports collectifs, la difficulté à identifier les itinéraires piétons et à apprécier les temps de trajet, le jalonnement des itinéraires vélos...

#### L'essor des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) a créé de nouveaux moyens d'information sur les déplacements en Île-de-France

Les NTIC ont permis, ces dernières années, d'améliorer l'information pour les déplacements en transports collectifs et pour les déplacements automobiles par la création de sites Internet, la mise en place de services d'information par téléphone mobile, l'équipement des voitures de systèmes GPS ou l'information en temps réel diffusée pendant les déplacements.

Pour l'information routière, les automobilistes peuvent consulter différents sites (syadin.fr, mappy.fr, viamichelin.fr...) qui facilitent la recherche d'itinéraire et proposent une information en temps réel sur les conditions de circulation sur le réseau des autoroutes et voies rapides. Par ailleurs, le réseau de voies rapides est désormais largement équipé de panneaux à messages variables informant sur les temps de parcours en temps réel et permettant d'orienter l'utilisateur vers les itinéraires les moins congestionnés et de gérer les situations perturbées (accidents).



# ( 2/3 des voyageurs ont des difficultés à se repérer dans l'univers des plans et des horaires )

Concernant les transports collectifs, plusieurs sites (transport-idf.com, ratp.fr et transilien.com) proposent une recherche d'itinéraires à partir d'une information consolidée sur la totalité des lignes de transports collectifs (bus, tram, métro, train et RER). L'information en temps réel se développe aussi dans les gares, stations et arrêts de transports collectifs. À distance, une information sur les horaires réels de passages des véhicules ou les perturbations est désormais disponible pour de nombreuses lignes exploitées par la RATP ou la SNCF par téléphone portable ou sur Internet.

## L'information doit être accessible à tous

Tous les voyageurs ne maîtrisent pas les moyens d'information existants : une enquête menée par Keolis sur les réseaux de transports collectifs de province a montré que près de 2/3 des voyageurs ont des difficultés à se repérer dans l'univers des horaires et des plans (Étude Keoscopie 2007).

Par ailleurs, les personnes à besoins spécifiques doivent pouvoir trouver une information sous une forme adaptée mais pour l'ensemble de la population aussi, des progrès dans l'ergonomie sont à rechercher.

## L'information sur les déplacements en Île-de-France reste généralement fragmentée par mode de transport

Aujourd'hui, il existe peu de supports d'information qui permettent de comparer un itinéraire en transports collectifs et un itinéraire par la route, sans parler d'itinéraire mixte avec un rabattement sur gare en voiture. L'information reste en général cloisonnée par l'organisation de l'exploitation ou des maîtrises d'ouvrage des différents modes.

## Le management de la mobilité permet de susciter les changements de comportement

Les actions visant à changer les comportements de mobilité sont habituellement regroupées sous le terme générique d'actions de « management de la mobilité ».

Le management de la mobilité s'inscrit dans les politiques de maîtrise des déplacements et de réduction des émissions de gaz à effet de serre. C'est un vaste domaine d'innovations : nouvelles organisations dans les entreprises, nouvelles pratiques de déplacements (usages partagés de la voiture, écomobilité scolaire) et nouveaux métiers liés au conseil en mobilité.

Le management de la mobilité a pour but d'encourager et d'aider les différents acteurs à rationaliser leurs habitudes et pratiques de mobilité, en apportant information et conseil. Il s'adresse à deux familles de cibles :

- Les entreprises, les administrations, les établissements scolaires et universitaires, les centres commerciaux et tout équipement qui, par son activité, génère d'important trafics et flux de déplacements.
- Les usagers individuels, quels que soient leurs motifs (loisirs, scolaires, travail...) et leurs modes de déplacement (transports collectifs, modes actifs, modes individuels motorisés...).



## À l'échelle de l'entreprise, l'administration ou l'établissement scolaire : les Plans de Déplacements

Les Plans de Déplacements d'Entreprise (PDE), les Plans de Déplacements d'Administration (PDA), et les Plans de Déplacements d'Établissement Scolaire (PDES) ont pour objectif de repenser l'organisation des déplacements liés à l'activité de l'entreprise, l'organisme ou la zone d'activité, de façon concertée.

Les actions des Plans de déplacements d'entreprises et d'administrations visent à limiter le recours à la voiture individuelle tant pour les trajets domicile – travail que pour les déplacements professionnels.



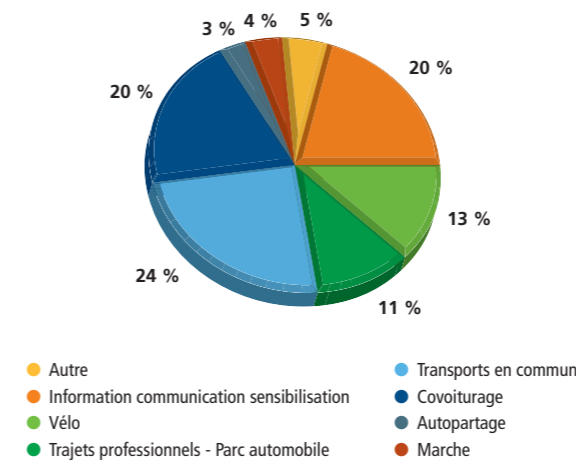
## Objectifs multiples des Plans de Déplacements

- | Pour les entreprises, administrations, établissements...  | Pour les salariés, employés, scolaires  | Pour la collectivité  |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diminuer les coûts (stationnement, frais de déplacement...)</li> <li>• Faciliter l'accessibilité du site (aux salariés, visiteurs)</li> <li>• Valoriser son image, contribuer à la culture d'entreprise</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diminuer les frais domicile-travail</li> <li>• Diminuer la perte de temps (congestion, stationnement)</li> <li>• Plus de convivialité</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réduire : la congestion, les pollutions, les nuisances</li> <li>• Améliorer la sécurité</li> </ul> |

L'échelle de l'entreprise est une échelle propice à la mise en place d'actions parfois difficiles à organiser à grande échelle. C'est en particulier le cas pour le covoiturage. De nombreuses études ont en effet montré que, parmi les freins au covoiturage, figure la peur de se déplacer avec une personne inconnue ou la crainte de ne pouvoir rentrer chez soi le soir pour le passager, en cas de défaillance du partenaire. L'organisation du covoiturage au sein d'une entreprise permet de réduire ces obstacles.

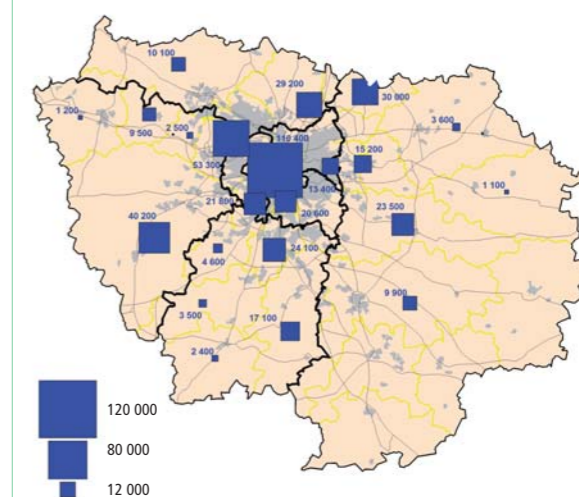
En Île-de-France, le Plan de Protection de l'Atmosphère (PPA), approuvé par l'État en 2005, rend obligatoire la mise en œuvre d'un PDE pour les plus gros établissements (environ 150), qui représentent 450 000 salariés sur les 5,5 millions d'emplois que compte la région.

## 1<sup>er</sup> recensement d'actions des PDE opérationnels en Île-de-France



Au-delà de l'aspect réglementaire et obligatoire, le PPA contribue à la dynamique de développement des PDE : les entreprises assujetties s'engagent parfois dans des démarches de plans de déplacements interentreprises, entraînant ainsi d'autres entreprises dans la démarche.

## Nombre d'emplois en PDE obligatoires par zone d'emploi INSEE



Les acteurs régionaux <sup>(2)</sup> se sont regroupés dans le cadre d'un partenariat, Pro'Mobilité, afin de promouvoir le développement des PDE de façon coordonnée en apportant information, outils de formation, sensibilisation, etc. Par ailleurs, la Région Île-de-France et l'ADEME ont mis en place des systèmes d'aide financière pour inciter à la mise en place de PDE, et l'ADEME anime depuis 2008 un réseau de diffusion d'information et d'échange de bonnes pratiques pour aider et inciter les entreprises à mettre en place un PDE.

## Les chiffres des PDE / PDA en Île-de-France en 2009

120 démarches de PDE en cours (276 000 salariés)

150 démarches de PDE rendues obligatoires par le PPA (450 000 salariés)

Plusieurs démarches de PDA (départements, services de l'État)

Source : Club Mobilité Capitale, juin 2009 - PPA

(2) Région Île-de-France, ADEME, ARENE, STIF, chambres de commerce, IAU





Le nombre de salariés concernés par un PDE est ainsi loin d'être négligeable.

Concernant les Plans de Déplacements d'Établissements Scolaires, il existe un réseau en Île-de-France, rassemblant des collectivités et des associations. On recense ainsi 161 démarches en cours. La mesure la plus souvent retenue par les PDES est la mise en place de lignes de « bus pédestres », on compte 70 lignes en Île-de-France en 2009 (source ARENE).

### Le conseil en mobilité auprès des personnes

Le conseil individualisé se fait directement auprès des personnes, il est fonction des besoins et des moyens de transport à disposition du bénéficiaire. Pour assurer ce conseil, des Agences Locales de la Mobilité se créent, avec des objectifs et des formes variées. Selon le contexte local, elles peuvent être portées par une association, par une collectivité... Parmi celles qui se sont développées en Île-de-France, certaines ont des objectifs ciblés d'aide aux publics en insertion, d'autres s'adressent à tous les publics.

Dans tous les cas, elles visent à :

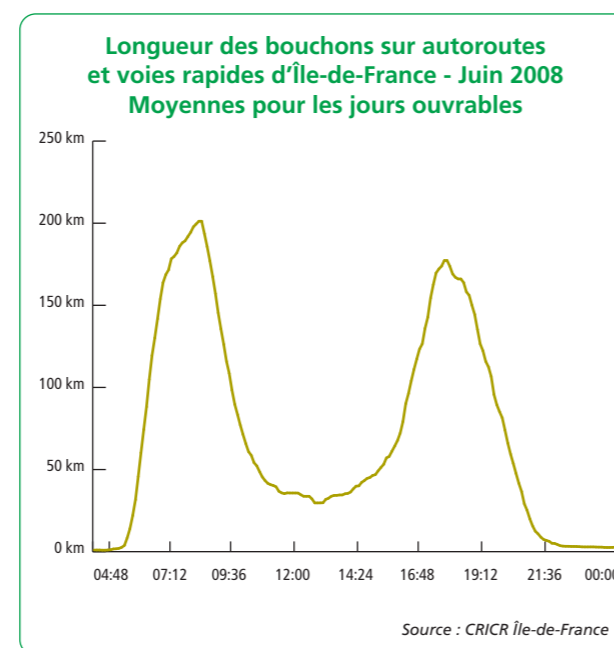
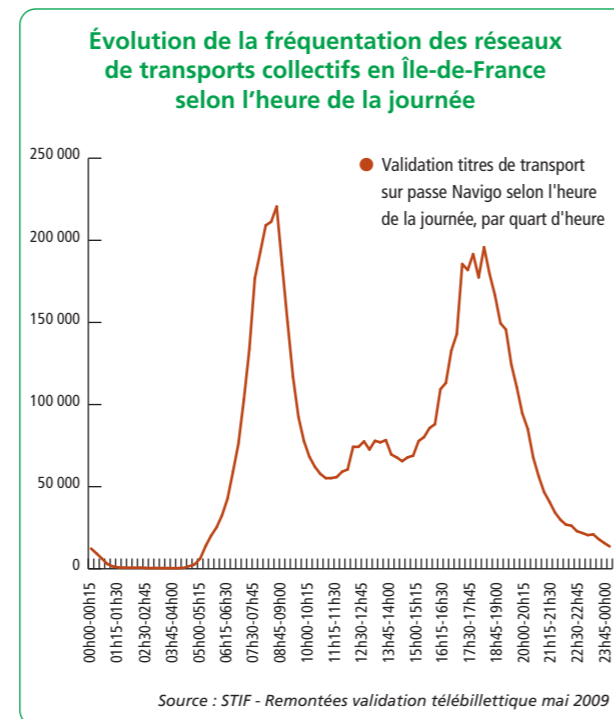
- Encourager et faciliter l'usage de modes alternatifs plutôt que l'usage individuel de la voiture.
- Développer l'offre de nouveaux services (prêt ou location de vélos, covoiturage...).

Chaque agence peut accompagner par du conseil individualisé plusieurs centaines de personnes par an et contribuer aux changements de comportement de façon encore plus large via des actions d'information et de sensibilisation (semaine de la mobilité, opérations de démonstration de l'usage du vélo dans des lieux publics...).

### Influencer l'organisation de la journée pour modifier la temporalité des déplacements

La période de la journée à laquelle on se déplace est pour beaucoup liée à l'organisation de la société : horaires de travail, des écoles, heures d'ouverture des commerces ou des services. Même si les déplacements autres que ceux pour les motifs liés au travail ou aux études ont fortement progressé, ces derniers, concentrés principalement aux heures de pointe, sollicitent fortement les réseaux et conditionnent leur dimensionnement.

La croissance des trafics observée ces dernières années conduit à des situations de congestion ou de saturation qui deviennent problématiques.



Lorsque cela est possible, amener les voyageurs à décaler leurs déplacements en dehors des heures de pointe permettrait de réduire la congestion et d'améliorer la qualité de vie sans augmenter la capacité des infrastructures.

Quelques exemples de démarche en cours en Île-de-France vont dans ce sens :

- La mise en place d'un PDE peut constituer un levier pour réorganiser les méthodes de travail. Ainsi, certains PDE établis par des entreprises franciliennes ont favorisé l'émergence de nouvelles organisations du travail. Par exemple, des entreprises localisées sur plusieurs sites ont créé des « bureaux de passage » pour permettre à leurs collaborateurs de ne pas repasser à leur bureau après une réunion.
- Les bureaux des temps visent à trouver des organisations de la journée compatibles avec de meilleures conditions de déplacements, voire permettent de réduire le nombre de déplacements nécessaires. Cela peut passer par exemple par une meilleure prise en compte des rythmes des usagers et des salariés dans l'organisation des services collectifs.

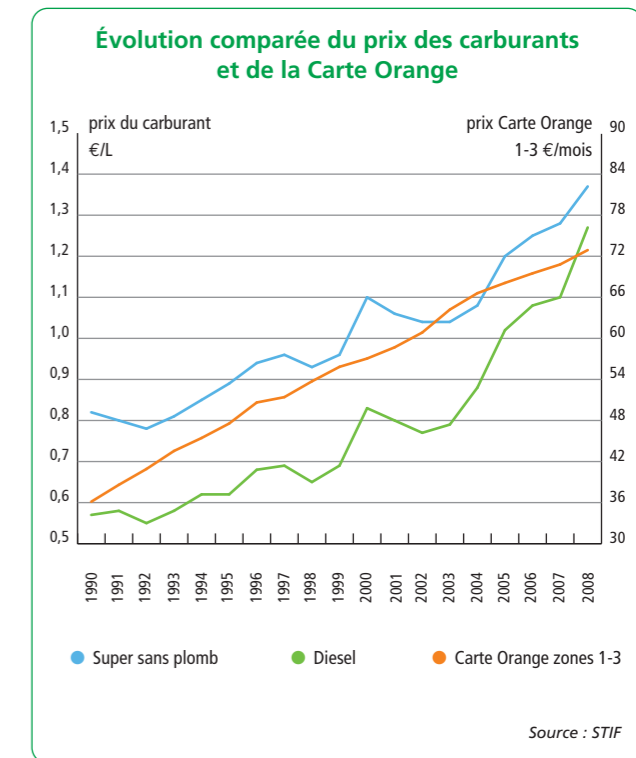
### Le levier de la tarification

Le coût du déplacement est un critère pour l'utilisateur dans son choix de mobilité (se déplacer ou non, choisir sa destination) et de mode de transport (lorsqu'il existe une alternative entre plusieurs modes). Cependant, l'utilisateur n'a pas conscience de la totalité des coûts de son déplacement, il est surtout sensible à certains éléments de ce coût : pour la voiture particulière, le prix du carburant et le coût du stationnement, pour les transports collectifs, le prix du billet. Depuis 2003, la forte augmentation du prix du carburant a joué en faveur de l'usage des transports en commun. S'il n'est pas possible de maîtriser à l'échelle du PDUIF le coût du carburant, en revanche, il serait possible d'agir sur le coût du stationnement voire même, si la loi le permettait, d'instaurer des péages pour jouer sur le « signal prix » de l'usage de la voiture.

Pour les transports en commun, les enjeux ne sont pas les mêmes selon les heures de la journée et c'est pour inciter à leur usage en heures creuses que pourrait être créée une modulation tarifaire en fonction des heures de la journée comme cela se pratique dans d'autres métropoles.

Par ailleurs, l'utilisateur ne paie pas directement les coûts de son déplacement : pour les transports collectifs, les recettes des titres de transport couvrent moins de 40 % des charges d'exploitation, et pour la voiture particulière, l'utilisateur ne paie pas les coûts externes (congestion, pollution) qu'il occasionne. Dans les deux cas, le fait de ne pas payer le coût complet du déplacement est une incitation pour l'utilisateur à se déplacer, plus souvent et plus loin.

On pourrait agir sur le signal prix perçu par l'utilisateur, en envisageant la tarification des déplacements de manière multimodale pour orienter le choix du mode et influencer sur les périodes de déplacement.





## Faire des Franciliens des acteurs responsables de leurs déplacements : les orientations

Ce défi a pour objectif d'orienter les Franciliens dans leurs besoins et leurs modes de déplacements.

### 9.1 Donner une information complète, multimodale, accessible à tous

- Offrir les outils aux voyageurs pour construire un choix de déplacement rationnel
- Développer différents supports d'information : supports papier, Internet, relais humains de l'information
- Rendre accessible l'information à tous les publics
- Promouvoir l'information en temps réel
- Soutenir l'innovation en matière d'information

### 9.2 Développer le conseil en mobilité

- Identifier le rôle, les missions et les conditions de développement d'agences locales de mobilité
- Favoriser la mobilité des personnes en difficulté
- Susciter la création d'un réseau de conseillers en mobilité

### 9.3 Développer les plans de déplacements d'entreprises, d'administrations, d'établissements scolaires

- Mettre en place un système incitatif au développement des plans de déplacements
- Améliorer leur évaluation
- Utiliser les plans de déplacements d'entreprises (PDE) comme un outil pour agir sur le choix modal mais aussi sur le besoin de déplacements
- Encourager les PDE interentreprises sur des zones d'activité
- Susciter la création d'un réseau de conseillers en mobilité

### 9.4 Favoriser de nouvelles organisations du travail et de la journée

- Explorer les nouvelles organisations du travail (télétravail, horaires décalés, bureaux de passage...)
- Adapter les horaires des services, des établissements scolaires, des équipements publics...

### 9.5 Communiquer sur les impacts positifs des changements de comportements en matière de déplacements

*L'appropriation du PDUIF par le plus grand nombre peut être un moteur pour faire évoluer l'action publique.*

- Communiquer sur les avantages collectifs : développement durable...
- Communiquer sur les avantages individuels : santé, bien-être...

■ ■ Question en suspens : Dans quelle mesure la tarification peut-elle orienter l'usage des différents modes ? (Tarification des transports collectifs mais aussi de la voiture particulière, modulation des tarifs en fonction des périodes de la journée) ■ ■

