

**Communauté d'Agglomération
de NIORT**

**PLAN DE
DEPLACEMENTS URBAINS**

Plan de Déplacement Entreprise

Guide méthodologique

Septembre 2007

Municipalité Service

71, avenue Mozart
75016 - PARIS

Tél : 01.45.20.75.19

Fax : 01.42.30.51.15

e-mail : muniserv@free.

Communauté d'Agglomération de NIORT

Plan de Déplacements Entreprise

Guide méthodologique

SOMMAIRE

I UN PDE, POUR QUOI FAIRE	2
II - LA DEMARCHE :	4
III LES ETAPES DE L'ETUDE	5
III.1 – ETAT DES LIEUX – DIAGNOSTIC ET ENJEUX	5
<i>III.1.1 Les données de bases.....</i>	<i>5</i>
<i>III.1.2 L'enquête auprès du personnel.....</i>	<i>7</i>
<i>III.1.3 Les enquêtes et comptages complémentaires</i>	<i>8</i>
<i>III.1.4 Evaluation des impacts environnementaux.....</i>	<i>9</i>
<i>III.1.5 Bilan, diagnostic et enjeux</i>	<i>11</i>
III.2 – PROPOSITIONS D' ACTIONS	12
<i>III.2.1 - DEFINITION DE SCENARIOS.....</i>	<i>12</i>
<i>III.2.2 - ANALYSE COMPARATIVE</i>	<i>13</i>
<i>III.2.3 - MISE AU POINT D'UN PROGRAMME D' ACTIONS.....</i>	<i>14</i>
<i>III.2.4 - VALIDATION</i>	<i>15</i>
III.3 COMMUNICATION	16

I UN PDE, pour quoi faire

Le plan de déplacements d'entreprise (PDE) consiste, pour un employeur (entreprise, collectivité, administration...), à s'intéresser aux déplacements de ses salariés, pour mettre en place des solutions visant à réduire l'usage de la voiture individuelle.

Un PDE est en quelque sorte un "mini plan de déplacements urbains" à l'échelle d'un établissement.

Ses objectifs sont donc multiples :

⇒ **Economique :**

- optimisation des déplacements, réduction des coûts indirects
- réduction du budget transports et stationnement

⇒ **Social :**

- pour les salariés, amélioration de l'accessibilité et de la sécurité des déplacements

⇒ **Managerial :**

- gestion des 35 heures,
- management environnemental

⇒ **Environnemental :**

- réduction de la consommation d'énergie fossile, et donc de la pollution atmosphérique et l'émission des gaz à effet de serre

⇒ **Citoyen :**

- participation active de l'entreprise aux objectifs du plan de déplacements urbains,
- contribution de tous à la lutte contre le réchauffement climatique

⇒ **En terme d'image :**

- valorisation de l'entreprise en interne et externe

Les bénéfices du PDE pour l'entreprise :

- Economies liées à la limitation des places de stationnement, à la diminution des frais de déplacements.
- Meilleure accessibilité pour les transports en commun et les vélos, amélioration du climat social.
- Intégration du projet dans sa politique environnementale (*éventuellement en vue d'une certification Iso 14000*).
- Valorisation de l'image citoyenne.

Les bénéfices du PDE pour le salarié :

- Choix plus large de modes de déplacement.
- Qualité des trajets améliorée.
- Plus grande convivialité.
- Economies.
- Geste citoyen.
- Participation à un projet fédérateur.

Les bénéfices du PDE pour la collectivité :

- Réduction des nuisances liées à la congestion, à la pollution, au bruit, aux accidents de la route.
- Meilleure intégration des entreprises dans les politiques des collectivités locales.
- Attraction de nouvelles entreprises.

II - LA DEMARCHE :

Définir la problématique “déplacements” :

Existante et à venir

Stratégie d'entreprise

Réaliser le diagnostic :

Analyser les moyens de transport existants sur le site

Recueillir les données sociales, financières et logistiques

Recueillir les besoins de déplacement des salariés

=> *réalisation d'une enquête auprès des salariés*

Définir le plan de déplacements d'entreprise :

Les mesures concrètes à mettre en place

Les mesures de communication et de sensibilisation (*interne et externe*)

Les mesures d'incitation et de facilitation

Associer les salariés

Associer les autorités organisatrices de transport et les collectivités

Cadrer la problématique “déplacements” :

Définir les déplacements concernés

Désigner un coordinateur chef de projet

Déterminer les objectifs et résultats attendus :

Réduire les besoins de déplacements

Evaluer la faisabilité de la démarche :

Identifier les moyens mobilisables en interne et les possibles partenaires extérieurs

Estimer les opportunités et les difficultés

Mettre en place l'équipe « projet »

III LES ETAPES DE L'ETUDE

- Phase 1 : Etat des lieux – Diagnostic et enjeux
Phase 2 : Propositions d'actions
Phase 3 : Communication

III.1 – ETAT DES LIEUX – DIAGNOSTIC ET ENJEUX

III.1.1 Les données de bases

Les données de bases à recueillir seront :

- ⇒ le fichier adresse (anonyme) des employés de chacun des sites de l'entreprise, qui sera cartographié à l'aide d'un S.I.G.
- ⇒ l'offre de transports collectifs sur l'agglomération : les données relatives à l'offre de transport desservant les sites seront recensées auprès des différentes Autorités Organisatrices

Cette base de données permet de connaître sur chaque ligne TC existante les caractéristiques de l'offre (fréquence, horaires, amplitude, etc...)

Par ailleurs, une rencontre avec les services des AO permettra :

- d'actualiser la base existante
- d'intégrer les projets de nouvelles lignes à court et long terme

- ⇒ l'offre de stationnement à l'intérieur et autour des sites : pour chacun des sites, un recensement de l'offre de stationnement sera réalisé en distinguant :
- l'offre publique :
 - type (sur voirie, en parking de surface, souterrain, etc..),
 - réglementation (payant, gratuit, interdit),
 - tarification,
 - mode de gestion
 - etc...
 - l'offre réservée à certaines catégories d'usagers (médecins, aires de livraison, taxis, handicapés, etc...)
 - l'offre privative pouvant être disponible
- ⇒ l'usage du stationnement interne au site, qui sera mesuré par un relevé d'occupation
- ⇒ les conditions d'accessibilité aux sites pour l'ensemble des usagers en général et pour les personnes à mobilité réduite en particulier
- ⇒ les conditions de circulation interne (capacité des voies, gestion des carrefours, jalonnement, signalisation...)

III.1.2 L'enquête auprès du personnel

Au-delà des données quantitatives rationnelles sur l'offre et la demande, il importe de pouvoir apprécier les éléments plus subjectifs relatifs notamment au choix modal que peuvent être amenés à faire les employés, en fonction des offres relatives à chaque mode (temps passé, coût, confort...).

La détermination des moyens à mettre en place pour satisfaire dans de bonnes conditions à la fois fonctionnelles et économiques les besoins de déplacement, nécessite de réaliser une approche "marketing" plus fine auprès de la "clientèle" concernée permettant de préciser les différents "produits" à développer, leur contenu, leur complémentarité, leurs conditions de fonctionnement, leur coût.

C'est pourquoi il convient de réaliser une enquête auprès des employés des sites permettant de connaître :

- ⇒ l'identification de la personne (âge, sexe, C.S.P., situation familiale, etc...),
- ⇒ son adresse précise (le questionnaire restant anonyme)
- ⇒ ses horaires et lieux de travail habituels
- ⇒ la longueur et la durée du trajet domicile / travail
- ⇒ le mode de déplacement habituellement utilisé pour venir sur le lieu de travail mais aussi pour les autres déplacements dans la journée (trajets professionnels, restauration notamment),
- ⇒ pour les transports collectifs, la ou les ligne(s) et les arrêts utilisés, les éventuelles correspondances,
- ⇒ pour la voiture, le lieu et le type de stationnement,
- ⇒ la motivation du mode emprunté (confort, rapidité, facilité, coût, etc...),
- ⇒ les motifs de satisfaction et d'insatisfaction par mode de déplacement,
- ⇒ l'intérêt éventuel de changer de mode de déplacement, à quelles conditions,
- ⇒ etc...

Le questionnaire sera mis au point et testé à partir du modèle ci-joint.

Les questionnaires seront remis à chacun des employés (avec la paie par exemple), accompagnés d'une lettre motivante et explicative, puis collationnés pour dépouillement et traitement.

L'analyse des résultats de l'enquête permettra d'établir par site puis globalement :

⇒ les conditions actuelles de déplacement des employés :

- répartition modale
- longueur et durée des déplacements
- raison du choix modal
- etc...

⇒ les conditions à réunir pour envisager un changement de mode (durée, coût, confort, etc...)

Cette analyse conduira à distinguer chaque catégorie de personnel.

III.1.3 Les enquêtes et comptages complémentaires

Outre les besoins théoriques obtenus par l'enquête auprès du personnel, une mesure in-situ de la situation des déplacements et du stationnement sur chaque site permettrait :

⇒ un croisement et une vérification des données de bases (usage réel de chaque mode)

⇒ un enrichissement de ces données : flux d'entrée/sortie par type (VL, piétons, 2R...), par heure et par accès, occupation par heure du stationnement, durée de stationnement des véhicules par type (employés, visiteurs...)

C'est pourquoi il peut s'avérer nécessaire d'envisager la réalisation d'enquêtes et comptages complémentaires sur les principaux sites :

- ⇒ enquête de rotation du stationnement
- ⇒ comptages entrées / sorties par mode (VP, piétons, deux-roues...)
- ⇒ interviews des visiteurs
- ⇒ etc...

III.1.4 Evaluation des impacts environnementaux

Les déplacements domicile / travail reconstitués devront ensuite être traduit globalement en terme :

⇒ de temps de déplacement,

⇒ de consommation énergétique :

- détermination du parc statique des employés

Il s'agit à la fois :

- des véhicules possédés en propre par le personnel
- des véhicules à disposition (véhicules de fonction...)

Les puissances fiscales et types de carburant utilisés par ces véhicules seront établis à partir du résultat des enquêtes

- détermination du parc roulant

Le parc roulant sera calculé à partir :

- de la moyenne départementale du coefficient d'utilisation
- d'une pondération induit par la spécificité du parc des employés

ventilés selon le type de véhicules (super plombé, SP98, SP95, diesel)

- consommation d'énergie : sur la base des statistiques nationales suivantes relatives à la consommation moyenne des véhicules (en litres aux 100 km) et par croisement avec les caractéristiques propres au parc de véhicules des employés, les consommations annuelles seront calculées par type de véhicule.

⇒ d'émissions polluantes

⇒ de coûts globaux, directs et indirects

pour chacun des modes, et notamment en voiture, en fonction :

- des conditions de circulation spécifiques aux tranches horaires considérées
- des potentialités et des coûts spécifiques à chaque site

Les coûts globaux intégreront :

- 1) l'équivalent-coût du temps passé entre le domicile et le lieu de travail
- 2) la tarification actuelle pour les déplacements en transports collectifs, en fonction de la zone du site potentiel et des lieux de résidence des collaborateurs
- 3) les coûts directs de la voiture, à partir des coefficients ADEME
- 4) les coûts indirects : ces dépenses concernent les coûts supportés par l'ensemble de la collectivité relativement :
 - ⇒ aux accidents
 - ⇒ aux nuisances : bruit, pollution atmosphérique, effet de serre
 - ⇒ à la consommation d'espace et de tempsCes coûts sont appréciés globalement par l'application de ratios par rapport aux dépenses directes, par mode de déplacement.
- 5) les coûts du stationnement

III.1.5 Bilan, diagnostic et enjeux

L'ensemble des données recueillies à l'occasion des analyses précédentes, permettra de porter un jugement d'ensemble sur l'organisation actuelle des déplacements domicile / travail des différentes catégories de personnels de l'entreprise.

Le diagnostic va compléter ce jugement et préparer les scénarios en tenant compte des objectifs impartis à l'étude :

- ⇒ amélioration du service rendu à l'ensemble des employés,
- ⇒ meilleure utilisation des moyens existants,
- ⇒ réduction des coûts directs et indirects
- ⇒ organisation et coordination des différents types de transports et de leurs tarifications,
- ⇒ extension des cibles de clientèles à différents horizons.

Relativement à ce dernier point, une attention toute particulière sera portée sur les hypothèses, possibilités et conditions de transfert modal (V.L. -> T.C. principalement) en fonction des lignes de désir (clientèles potentielles non desservies) et usages (déplacements tous modes) constatés.

En outre, les besoins de déplacement (et de stationnement) relatifs aux visiteurs des différents sites seront à ce stade intégrés.

Un document de synthèse d'une grande clarté devra être élaboré de façon à faire ressortir les principaux points examinés, les "problèmes", et les "potentialités" mis en évidence au cours des différentes analyses.

III.2 – PROPOSITIONS D’ACTIONS

III.2.1 - DEFINITION DE SCENARIOS

Pour chaque site, plusieurs hypothèses de répartition modale seront envisagées en fonction des possibilités de transfert modal en faveur des transports collectifs et des modes doux, en fonction du croisement entre :

- la localisation des lieux de résidence des salariés et leurs horaires de travail
- la couverture et les horaires des lignes de transports collectifs

Pour chaque scénario sera réalisé une affectation des déplacements domicile / travail des employés, à l’aide d’un moteur de calcul d’itinéraire par mode.

A partir d’un calcul global des coûts, différentes actions pourront ensuite être envisagées, comme par exemple :

- remboursement partiel des titres de transport
- mise en place de nouvelles lignes de transports en commun
- primes de déplacement
- gestion du stationnement,
- mesures de circulation et de jalonnement
- etc...

En outre, afin de réduire le coût global des déplacements, les solutions visant à une incitation au co-voiturage seront développées :

- ⇒ places de parkings réservés aux covoitureurs
- ⇒ mise en relation des candidats au covoiturage (logiciel interne, Internet, Intranet, supports de communication interne traditionnels, manifestations...)
- ⇒ « garantie de retour » pour le covoiturage (prise en charge du retour au domicile en cas de défaillance du covoitureur)
- ⇒ etc...

III.2.2 - ANALYSE COMPARATIVE

Les différents scénarios pourront faire l'objet d'un rendu cartographique sous S.I.G. permettant la réalisation d'analyses thématiques et leur visualisation cartographique.

Ils seront alors analysés et comparés relativement :

- ⇒ aux possibilités de transfert modal qui y sont liées (et notamment au meilleur usage des offres de transports collectifs permettant de réduire les besoins de stationnement)
- ⇒ au niveau de service offert par les offres de transports collectifs (couverture, fréquence, amplitude des services notamment le soir, etc...)
- ⇒ aux indicateurs de temps de déplacement par mode
- ⇒ au bilan économique en résultant (dépenses en investissement et en fonctionnement, montage organisationnel et financier)

Cette comparaison devra permettre d'apporter aux décideurs les éclairages nécessaires à la formalisation d'un choix.

III.2.3 - MISE AU POINT D'UN PROGRAMME D'ACTIONS

Sur la base du scénario retenu à l'étape précédente, les actions seront alors approfondies :

- ⇒ objectifs et résultats attendus
- ⇒ définition du contenu et des modalités pratiques de mise en oeuvre
- ⇒ estimation des coûts en investissement et en fonctionnement
- ⇒ partenariat à mettre en place
- ⇒ délais et planning de mise en oeuvre
- ⇒ impacts sur les coûts individuels et collectifs
- ⇒ impacts environnementaux

Chaque action fera alors l'objet d'une fiche récapitulative reprenant l'ensemble de ces éléments.

III.2.4 - VALIDATION

Suite à la formalisation des actions, les propositions retenues feront l'objet d'un document final de PDE en vue d'une validation formelle.

In fine, il sera établi les modalités de suivi du P.D.E., d'évaluation et d'adaptation à 2, 5 et 10 ans.

Il sera notamment défini :

- ⇒ les moyens humains et matériels à mettre en œuvre en interne pour la mise en œuvre et le suivi des actions programmées,
- ⇒ les indicateurs permettant l'appréciation des impacts des actions mises en œuvre,
- ⇒ les mesures, comptages et enquêtes à réaliser périodiquement pour l'élaboration de ces indicateurs,
- ⇒ les structures permettant de centraliser les données et informations en provenance de l'ensemble des partenaires.

L'ensemble des mesures proposées fera l'objet d'une estimation prévisionnelle.

III.3 COMMUNICATION

Si la définition et la mise en œuvre d'un Plan de Déplacements d'Entreprise constituent un problème technique difficile, elle représente aussi un problème de RELATION et de PROMOTION, afin de provoquer une large sensibilisation des salariés et leur réflexion pour, in fine, obtenir un consensus sur les propositions d'organisation des déplacements et leurs effets induits.

C'est pourquoi, il importe, dans le cadre de la mission générale, d'étudier et de mettre au point le montage de l'indispensable action relationnelle et de communication à destination des partenaires et des salariés.

Aussi convient-il, tout au long de l'élaboration de cette politique, de sensibiliser, informer et « vendre » aux salariés ce dossier dont la mise en œuvre devra apparaître bienfaisante et souhaitable auprès de chaque catégorie.

Il s'agira donc de concevoir, puis de lancer une action de communication et de relations publiques afin que l'ensemble des réflexions, choix et actions managées par l'entreprise en matière de déplacements soit bien compris par les salariés et que leurs conséquences, notamment économiques, écologiques et urbanistiques soient appréciées.

Pour ce faire, il importe, en amont de toute action de communication, de dégager, à partir notamment d'entretiens, les motifs de satisfaction et d'insatisfaction des salariés ainsi que de connaître leurs intérêts et motivations par rapport à l'ensemble des relations vie quotidienne / vie professionnelle / déplacements.

Il faut ressentir le pouls du personnel sur les différents thèmes et actions constituant les déplacements.

Cela doit permettre de dégager avec précision, un PLAN DE COMMUNICATION cadrant l'ensemble des actions à mener afin qu'elles aient un impact certain.

Ainsi, il sera dégagé **ce qu'il faut dire, ce qu'il faut montrer** et les axes et concepts d'actions de communication, touchant aux multiples facettes de la vie de l'entreprise (circulation, stationnement, transports en commun, deux-roues, marche à pied, environnement et commerces, pollution, bruit...) seront formulés.

Ils feront prendre conscience au plus grand nombre, notamment par la communication interne, la réalisation d'exposition, de débats, de forums, etc...de la nécessité d'élaborer une politique de déplacements dans un premier temps, tant qu'on ne risque pas, par des applications concrètes de changer les habitudes, de faire "participer" le personnel à l'élaboration des projets.

Il faudra donc trouver les moyens d'entraîner un dialogue avec les différentes cibles d'interlocuteurs choisies (représentants du personnel, responsables syndicaux, etc...).

A ce stade de l'étude les outils à mettre en oeuvre ne sont plus techniques, mais de l'ordre de la saisie humaine et de la créativité.