

AVANT-PROPOS

L'étalement urbain est à l'origine de la croissance continue du trafic automobile, notamment en agglomération, et la cause d'une qualité de l'air insuffisante, de nuisances sonores importantes, d'une trop grande utilisation de l'espace public à son seul profit et d'une augmentation des émissions de gaz à effet de serre.

Devant la nécessité de réduire ces impacts, il convient d'agir sur les modalités de l'ensemble des déplacements et en particulier ceux dits "contraints" que sont les déplacements entre le domicile et le travail.

Les entreprises¹ constituent des partenaires privilégiés en encourageant l'évolution des pratiques de travail et de la mobilité. Par le choix de leurs implantations, elles ont d'ailleurs une responsabilité toute particulière quant à la mobilité de leurs employés. La gestion des déplacements de ces derniers à travers un Plan de déplacements entreprise (PDE) peut amener un changement important et durable de la relation individuelle à l'automobile.

Ce guide constitue une base de travail pour les entreprises souhaitant étudier les modalités de mise en place d'un Plan de déplacements dans leurs établissements.

Pratique et concret, il a pour objectif de permettre aux décideurs de connaître les enjeux et implications d'un PDE, d'identifier les différentes étapes à suivre pour la réussite du projet et de disposer d'exemples de PDE déjà réalisés.

Nous espérons qu'il sera un bon outil pour traiter d'un sujet d'importance.

*Le Directeur de l'air, du bruit et de l'efficacité énergétique
Alain Morcheoine*

¹ - Le vocable "entreprise", utilisé tout au long du présent guide, est à entendre dans son sens le plus large : il peut s'agir d'entreprises privées ou publiques, de collectivités locales, d'administrations, d'établissements scolaires, hospitaliers, etc., bref de tout établissement ou organisation dont l'activité entraîne des déplacements pour ses propres salariés et/ou pour des visiteurs extérieurs.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	4
0.1 - Mieux utiliser les modes alternatifs à la voiture, on a tous à y gagner !	5
0.2 - Les bénéfices pour l'entreprise	6
Réduire les coûts liés au stationnement	6
Réduire les coûts liés à la sécurité des déplacements domicile/travail	7
Réduire les coûts liés aux déplacements professionnels	7
Améliorer le climat social	7
Améliorer l'accueil du public	8
Intégrer le PDE à une démarche de management environnemental	8
0.3 - Les enjeux selon la situation de l'entreprise	8
0.3.1 - Si l'entreprise n'est pas encore implantée	8
0.3.2 - Si l'entreprise change de site	8
0.3.3 - Si l'entreprise est déjà implantée	9
0.3.4 - Si l'entreprise recherche une démarche groupée	9
0.4 - Le schéma général de la démarche	10
1 - ÉTAPE 1 : PRÉPARER ET PILOTER LE PROJET	11
1.1 - La nature des problèmes et le choix des objectifs	11
1.1.1 - La motivation	11
1.1.2 - Les objectifs	11
1.1.3 - Les indicateurs	12
1.2 - Les parties prenantes concernées	13
1.2.1 - Internes à l'entreprise	13
1.2.2 - Externes à l'entreprise	13
1.3 - Le déroulement du projet	15
1.3.1 - Les conditions de réussite et le mode de pilotage	15
1.3.2 - Le temps alloué	16
1.3.3 - L'intervention des différentes parties prenantes	17
2 - ÉTAPE 2 : RÉALISER LE DIAGNOSTIC	18
2.1 - L'accessibilité à l'entreprise	18
2.2 - L'état du stationnement	19
2.3 - Les pratiques des salariés et leurs propositions	19
2.4 - L'évaluation des impacts environnementaux	22
2.4.1 - Les deux niveaux d'évaluation	23
2.4.2 - La méthodologie générale	23
2.4.3 - L'application de la méthodologie	24
2.5 - La formalisation du diagnostic	29

3 - ÉTAPE 3 : ÉLABORER LE PLAN.....	30
3.1 - La concertation en interne et avec les partenaires chargés du transport.....	30
3.2 - Le catalogue des actions.....	30
3.2.1 - La création d'une fiche d'accessibilité.....	30
3.2.2 - La marche.....	32
3.2.3 - Le vélo.....	34
3.2.4 - Les transports collectifs.....	39
3.2.5 - Le covoiturage.....	41
3.2.6 - Le véhicule partagé.....	44
3.2.7 - Les nouvelles pratiques de travail.....	47
3.2.8 - Les déplacements professionnels.....	49
3.2.9 - Les visiteurs.....	51
3.3 - La validation des choix.....	51
3.4 - L'évaluation du budget PDE.....	52
3.5 - L'élaboration du budget déplacement de l'entreprise.....	55
3.6 - La formalisation finale.....	58
4 - ÉTAPE 4 : METTRE EN ŒUVRE ET SUIVRE LE PDE.....	59
4.1 - L'organisation de la mise en œuvre des mesures.....	59
4.2 - L'accompagnement par les actions de communication / sensibilisation.....	59
4.3 - La pérennisation de la démarche.....	60
4.3.1 - Le suivi.....	60
4.3.2 - Comment maintenir l'élan.....	62
ANNEXE 1 : Le cadrage juridique et fiscal.....	66
ANNEXE 2 : La conduite et l'analyse des entretiens individuels.....	70
ANNEXE 3 : Des modèles d'enquête.....	73
ANNEXE 4 : Les étapes importantes de la communication.....	81
ANNEXE 5 : Les sites Internet de référence.....	87
Les implantations de l'ADEME.....	90

INTRODUCTION



Le Plan de déplacements entreprise (PDE) - ou Plan de mobilité - s'inscrit dans le cadre législatif et réglementaire de la loi sur l'air et l'utilisation rationnelle de l'énergie² qui institue l'obligation pour les agglomérations de plus de 100 000 habitants de mettre en œuvre des Plans de déplacements urbains (PDU). Les orientations des PDU portent sur la diminution du trafic automobile, le développement des transports en commun, l'organisation du stationnement et l'encouragement pour les entreprises et les collectivités publiques à établir un plan de mobilité et à favoriser le transport de leur personnel, notamment par l'utilisation des transports en commun et du covoiturage.

Ainsi, les entreprises peuvent jouer un rôle actif, pour optimiser la gestion des déplacements, en proposant aux salariés d'autres moyens de transport que la voiture individuelle.

Le Plan de déplacements entreprise résulte d'une démarche visant à aborder de manière globale et intégrée la problématique de tous les déplacements liés à une entreprise, en prenant un ensemble de mesures concrètes pour rationaliser les déplacements quotidiens des usagers du site d'emploi ou d'activités et développer des modes de déplacement plus respectueux de l'environnement³.

Le PDE s'intéresse aux déplacements des salariés et des autres usagers du site (clients visiteurs, livreurs, stagiaires).

Il englobe :

- les déplacements domicile/travail des salariés,
- les déplacements professionnels des salariés (vers d'autres sites ou d'autres entreprises),
- les déplacements des clients, visiteurs, livreurs,
- les déplacements domicile/étude/travail des stagiaires.

Le PDE peut, dans un premier temps, ne s'intéresser qu'aux déplacements des salariés, et n'envisager qu'ultérieurement un élargissement des mesures aux autres usagers dans le cadre d'une démarche globale de fonctionnement du site. C'est par exemple le cas de la gestion des livraisons qui nécessite une approche particulière.

2 - La loi n° 96-1236 du 30 décembre 1996 sur l'air et l'utilisation rationnelle de l'énergie.

3 - Les PDE font également partie des actions sur lesquelles s'est engagé le gouvernement français suite à la conférence de Kyoto. Ils entrent dans le cadre du Plan national d'amélioration de l'efficacité énergétique qui vise à la réduction des émissions de gaz à effet de serre.

Concrètement, un Plan de déplacements entreprise se traduit par la mise en place de mesures favorisant :

- **l'utilisation des transports en commun** (*prise en charge par l'employeur de tout ou partie du coût de l'abonnement, élaboration et diffusion d'une information personnalisée aux salariés, opération d'essai des transports en commun...*) ;
- **l'utilisation du vélo** (*aménagement de parcs de stationnement sécurisés et abrités sur le lieu de travail, mise en place de douches et vestiaires adaptés, mise à disposition de vélos et de services achetés ou loués par l'entreprise...*) ;
- **le covoiturage** (*emplacements réservés, mise en relation et appariement des candidats au covoiturage...*) ;
- **la marche à pied** (*création de chemins piétonniers sécurisés, aménagement des entrées et sorties du site...*).

0.1 - Mieux utiliser les modes alternatifs à la voiture, on a tous à y gagner !

L'augmentation régulière de la part de la voiture dans les déplacements pèse à la fois sur les entreprises, les salariés et la collectivité dans son ensemble.

Les conséquences pour les entreprises :

- le stationnement des voitures des salariés coûte cher aux employeurs (location ou achat d'emplacements) et occupe un espace non productif qui ne contribue pas à l'activité de l'entreprise ;
- les difficultés de stationnement et d'accès entraînent des désagréments pour les visiteurs (clients, fournisseurs, usagers) ;
- le retard et le stress des salariés dans leurs déplacements peuvent nuire à la qualité de leur travail.



- Les entreprises implantées en centre-ville sont contraintes de louer des places de stationnement pour leurs salariés : en moyenne, autour de 900 € par an pour une place.
- La création d'une place de parking en surface (25 m²) représente pour l'entreprise 1 500 € à 2 500 € d'investissement (hors investissement foncier).⁴

⁴ - Coût moyen communiqué par des entreprises ayant réalisé ce type d'investissements : il peut considérablement varier selon le type de parking (parking en surface, enterré, en silos), le type de terrain (propriété de l'entreprise, achat ou location complémentaires) et le type d'équipements (barrière automatique, gardiennage).

Les conséquences pour les salariés :

- un coût élevé du transport,
- du temps perdu dans les déplacements,
- une augmentation du stress et de la fatigue et par conséquent des ennuis de santé et des risques d'accidents.



- Le budget annuel moyen pour une voiture particulière est de 6 100 € (estimation année 2000).
- Un automobiliste, qui habite à 20 kilomètres de son lieu de travail, dépense environ 3 000 €/an pour aller travailler⁵.
- Les accidents de circulation sont la première cause d'accidents mortels parmi les accidents du travail et de trajet (57 %).
- Pour un accident lié à un déplacement, la durée moyenne d'arrêt de travail est de deux mois.

Les conséquences pour la collectivité dans son ensemble :

- des problèmes de congestion de plus en plus importants,
- une qualité de l'air dégradée, une augmentation des gaz à effet de serre et des impacts directs sur les conditions de vie et la santé des citoyens,
- un accroissement de l'insécurité routière.

0.2 - Les bénéfices pour l'entreprise

Au-delà d'un engagement citoyen de la part des employeurs et de leurs salariés, les PDE déjà réalisés montrent que de nombreux bénéfices peuvent être retirés de cette démarche : diminution des coûts, gains de place, amélioration du climat social, bénéfice d'image, meilleur accueil des visiteurs, etc.

Réduire les coûts liés au stationnement

Inciter à utiliser un mode alternatif à la voiture, c'est réduire l'espace réservé au stationnement et réduire par conséquent les coûts qui y sont liés.

5 - Calcul fait sur la base de 8 000 kilomètres par an pour une Cléo. Les frais de garage en sont exclus. Ce barème prend en compte la dépréciation du véhicule, les frais de réparation et d'entretien, la consommation de carburant et les primes d'assurance. Pour plus d'informations : <http://www.ademe.fr>, rubrique les transports.

👉 Réduire les coûts liés à la sécurité des déplacements domicile/travail

Chaque entreprise a un taux spécifique de cotisation pour les accidents du travail en fonction de son activité, cotisation à laquelle s'ajoute une majoration (majoration M1, égale à 0,36 % du salaire brut mensuel) en cas d'accidents de trajet. L'application de mesures s'inscrivant dans une politique de prévention des risques peut permettre à l'employeur d'obtenir de sa Caisse régionale d'assurance maladie une réduction sur sa majoration M1⁶.

👉 Réduire les coûts liés aux déplacements professionnels

L'adoption par les salariés de modes de transport autres que la voiture individuelle, pour les déplacements professionnels, favorise la réalisation d'économies. Par exemple, l'entreprise peut mettre en place une navette de transports collectifs intersites, organiser le covoiturage ou la visioconférence. Ces solutions permettent de réduire :

- le nombre de déplacements ;
- les frais liés au remboursement des indemnités kilométriques ;
- la flotte de véhicules professionnels.

Dans le cadre de son Plan de déplacements entreprise, la ville d'Échirolles (38) incite ses agents (900)

à se déplacer à vélo, en mettant à leur disposition des vélos de fonction en plus des vélos de service.

Lors de sa demande, l'agent s'engage à utiliser le vélo comme mode principal, lorsque les conditions météorologiques le permettent.

Source : ADEME Rhône-Alpes.

👉 Améliorer le climat social

Le Plan de déplacements favorise la concertation entre employeurs et salariés et entretient le dialogue social autour d'un projet novateur et dynamique. A partir d'un diagnostic partagé sur les besoins de chacun, la démarche permet d'envisager de véritables solutions "gagnant/gagnant" :

- réduction du stress et de la fatigue liés aux déplacements quotidiens ;
- participation à un projet fédérateur et implication dans une démarche commune en faveur de l'environnement et du développement durable ;
- réalisation d'économies sur le budget déplacement de l'entreprise comme sur celui des salariés ;
- amélioration de la santé par une pratique régulière de la marche ou du vélo.

6 - Voir annexe 1, la prise en compte des accidents de trajet, page 68.

👉 Améliorer l'accueil du public

A terme, le Plan de déplacements permet de réduire l'espace réservé au stationnement des salariés. Cette place peut être récupérée pour mieux recevoir les autres usagers du site ; une motivation à laquelle peuvent être sensibles tous les établissements qui accueillent un public nombreux (caisses d'allocations familiales, hôpitaux, caisses primaires d'assurance maladie, centres commerciaux, etc.).

👉 Intégrer le PDE à une démarche de management environnemental

Dans le cas d'une démarche de management environnemental (de type ISO 14001, EMAS, PEE, ...), les objectifs retenus sont fixés par les entreprises, en fonction d'indicateurs environnementaux significatifs identifiés au moment du diagnostic. La prise en compte des déplacements domicile/travail et des déplacements professionnels n'est pas une obligation mais elle peut se révéler un atout non négligeable : selon l'activité de l'entreprise, les déplacements quotidiens des salariés peuvent représenter jusqu'à 50 % de la consommation énergétique d'un site.

0.3 - Les enjeux selon la situation de l'entreprise

0.3.1 - Si l'entreprise n'est pas encore implantée

Le PDE est un élément décisif pour le choix du site ! Des réflexions et des politiques nouvelles peuvent être engagées avant même que les usagers du site n'aient pu développer des habitudes de déplacement. Une politique en faveur de l'usage du vélo, où toutes les installations nécessaires seront en place dès l'ouverture du site, incitera les employés à venir à vélo. L'entreprise aura une image plus forte dès le début.

Les actions retenues pourront augmenter l'attractivité de l'entreprise et faciliter le recrutement. Selon la nature et la localisation de l'entreprise, la bonne accessibilité du site par tous les modes de transport et les possibilités d'horaires flexibles de travail et de télétravail peuvent être mises en avant.

0.3.2 - Si l'entreprise change de site

Les habitudes de déplacement des employés sont déjà connues ! Il suffira d'anticiper leurs choix de déplacement et d'orienter, dès l'ouverture du nouveau site, leurs pratiques en conformité avec les objectifs. La relocalisation de l'entreprise

s'accompagnera d'un aménagement des lieux pour accueillir tous les usagers. C'est une situation idéale pour gérer les déplacements liés aux vélos, aux visiteurs, aux livraisons, etc. Le covoiturage et la visioconférence pourront être mis en place directement afin que les employés se les approprient plus facilement.

0.3.3 - Si l'entreprise est déjà implantée

C'est l'occasion de mettre en place une démarche d'entreprise forte ! Le PDE aidera à trouver les solutions les plus justes pour remédier aux "petits problèmes" de l'entreprise : mauvais fonctionnement de la navette ou des véhicules de service..., Même si l'entreprise compte seulement quelques employés, le PDE est une démarche tout à fait utile. Le processus à adopter restera le même, mais tout sera fait à une plus petite échelle. Les actions à court terme auront des effets rapides et pourront être applicables sans engendrer des coûts financiers importants.

0.3.4 - Si l'entreprise recherche une démarche groupée

Une démarche de groupe peut être lancée pour permettre à certaines entreprises, localisées sur une même zone d'activité, de réfléchir à des solutions communes, bénéfiques à tous les employés et de coordonner les actions. Cette démarche facilite la mise en place d'opérations lourdes comme le covoiturage, qu'une entreprise seule n'aurait pas pu soutenir (une culture d'entreprise commune est fortement recommandée, le covoiturage nécessitant une entente entre les personnes ainsi qu'une bonne coordination des horaires).

Le Centre d'études techniques de l'équipement Centre-Ouest (400 salariés)
et le Centre interrégional de formation professionnelle (34 salariés et 300 stagiaires)
localisés à Grand Quevilly (76)

sont très mal desservis par les transports en commun. La voiture devient un critère déterminant dans le recrutement. Les deux entreprises ont entrepris une démarche commune pour déterminer leurs principaux besoins de déplacement et identifier les actions les plus efficaces à mettre en place.

Source : ADEME Haute-Normandie.

0.4 - Le schéma général de la démarche

ÉTAPE 1

▶▶ PRÉPARER ET PILOTER LE PROJET

- Choix des objectifs : problèmes à résoudre, priorités, échéances.
- Choix des parties prenantes : comité de pilotage, consultant, ADEME, autorité organisatrice des transports.

ÉTAPE 2

▶▶ RÉALISER LE DIAGNOSTIC

- Annonce du projet.
- Recueil et analyse des données internes : accessibilité, stationnement, dépenses.
- Brainstorming sur les solutions possibles.
- Enquête auprès des salariés et autres usagers du site : leurs pratiques, leurs demandes.
- Formalisation d'un diagnostic de la situation de l'établissement.

ÉTAPE 3

▶▶ ÉLABORER LE PLAN

- Élaboration des solutions : concertation avec les partenaires chargés du transport et les salariés.
- Réalisation du budget déplacement dont l'évaluation de l'impact environnemental et économique.
- Décision : objectifs retenus, choix des mesures, échéancier, moyens humains et organisationnels, budget.
- Formalisation finale du plan.

ÉTAPE 4

▶▶ METTRE EN ŒUVRE ET SUIVRE LE PDE

- Mise en œuvre et suivi des mesures.
- Évaluation : indicateurs, progression par rapport aux objectifs, enquête annuelle, modification des mesures, gestion de la demande.
- Actions de communication régulières : manifestations, exposition, témoignages.

1 - ÉTAPE 1 PRÉPARER ET PILOTER LE PROJET

1.1 - La nature des problèmes et le choix des objectifs

1.1.1 - La motivation

Selon la situation de l'entreprise, les raisons d'élaborer un Plan de déplacements sont économiques, environnementales et/ou sociales. Il s'agit de :

- résoudre un problème de stationnement,
- résoudre un problème de congestion aux abords du site,
- résoudre un problème d'accessibilité,
- affirmer une image environnementale,
- rassembler les salariés autour d'un projet d'entreprise.

La motivation doit orienter le PDE vers une réflexion spécifique correspondant aux attentes de l'entreprise. Si l'entreprise se lance pour la première fois dans la mise en place d'un PDE, il est recommandé de définir une seule motivation.

La motivation doit être partagée par les salariés et surtout être portée par la direction qui sera amenée à prendre des décisions pour atteindre les objectifs.

1.1.2 - Les objectifs

Les objectifs constituent l'ossature du PDE, ils doivent être réalistes et réalisables et en conformité avec la culture d'entreprise et le niveau d'acceptabilité sociale des employés. Ils peuvent être définis pour répondre aux problèmes dans leur ensemble et/ou s'appliquer à des groupes de personnes spécifiques tels que les cyclistes, les visiteurs ou les livreurs.

Plus les objectifs seront précis, plus ils seront susceptibles d'être atteints.

Les objectifs doivent être inscrits dans la durée pour réaliser une évaluation pertinente et espérer un résultat significatif. La durée varie selon l'objectif : elle peut être de 3 mois pour la mise en place d'une base de données covoiturage ou de 2 ans pour atteindre 10 % de covoitureurs parmi les salariés.

Le résultat du diagnostic (étape 2 de la réalisation du PDE) permettra de mieux comprendre les problèmes de déplacements et leurs impacts sur la vie de l'entreprise et ainsi de préciser, affiner ou rectifier la motivation principale en définissant des objectifs plus spécifiques.

Un problème concret, comme par exemple le stationnement, est un excellent fil directeur.

1.1.3 - Les indicateurs

La motivation et les objectifs donnent une idée des résultats à atteindre. Des indicateurs doivent être identifiés avant la définition des actions elles-mêmes pour évaluer si les objectifs sont atteints et, dans le cas contraire, modifier ou compléter le panel d'actions.

L'institut Gustave Roussy de Villejuif (94) compte 3 000 salariés

et 4 500 usagers quotidiens.

Il doit subir une diminution d'environ 400 places de stationnement.

Sa motivation est donc de résoudre son problème de stationnement et son objectif, de réduire l'usage de la voiture. Les salariés et les visiteurs sont les deux cibles du Plan de déplacements.

Source : ADEME Ile-de-France.

La compagnie agroalimentaire Nestlé (1 600 employés),

installée à Noisiel (77),

devait aménager ses locaux dans un site peu accessible. Sensible aux préoccupations environnementales, l'entreprise a orienté ses objectifs et ses actions vers la promotion de l'opération baptisée "l'éco-voiturage".

Source : www.mobilitymanagement.be.

STMicroelectronics (2 000 personnes),

implantée à Grenoble (38),

a deux problèmes :

- la saturation du parking,
- la préoccupation environnementale avec certification ISO 14001.

L'objectif de l'entreprise est d'impliquer 50 % des salariés aux actions PDE sur 5 ans.

Source : STMicroelectronics.

1.2 - Les parties prenantes concernées

1.2.1 - Internes à l'entreprise

Pour mener à bien un Plan de déplacements, il est recommandé de créer deux instances au sein de l'entreprise : un comité de pilotage et un groupe de projet.

👉 Le **comité de pilotage** discute des éléments recueillis et prend les décisions, notamment celles concernant les mesures mises en place à l'issue de la démarche de diagnostic. Il doit être composé a minima de **la direction** et des représentants des **salariés**. Dans un souci d'efficacité et pour ne pas affecter le fonctionnement habituel de l'entreprise, ce comité peut être le comité d'entreprise.

👉 Le **groupe de projet** conduit la démarche et prend en charge les modalités pratiques de chacune des étapes. L'appui d'un cabinet extérieur est envisageable si le groupe a peu de temps, ne se sent pas compétent ou souhaite un intervenant extérieur à la structure. Il est dirigé par un **chef de projet** qui assurera la coordination avec les autres services de l'entreprise, avec le comité de pilotage et avec les partenaires extérieurs. S'agissant d'une démarche transversale, le groupe de projet doit rassembler les représentants des services impliqués aux différentes étapes :

- la direction des ressources humaines ou le secrétariat général,
- le service communication interne,
- le Comité d'hygiène, sécurité et conditions de travail (CHSCT),
- certains services techniques : environnement, entretien, logistique, etc.

1.2.2 - Externes à l'entreprise

Les autorités organisatrices de transport (AOT)

L'autorité organisatrice de transport met en place l'offre de transport et la politique tarifaire. Ses ressources financières proviennent des usagers, des employeurs (versement transport⁷) et des collectivités locales (contribution directe).

C'est à son niveau que pourront être décidés certains aménagements de l'offre et les conditions générales de transport. L'AOT est chargée de conseiller les entreprises par l'intermédiaire de son **service de conseil en mobilité**.

⁷ - Le versement transport existe seulement pour les entreprises de plus de 9 salariés se situant à l'intérieur du périmètre des transports urbains, équivalent généralement à l'aire géographique des agglomérations.

Lors de la phase de préparation, il convient donc d'identifier l'interlocuteur⁸ et de définir les étapes précises où il pourra être associé aux réflexions de l'entreprise :

- ☞ **la commune**, ou **regroupement de communes** (communauté urbaine, communauté d'agglomération, syndicat intercommunal), a la responsabilité des transports et des déplacements urbains : réseaux de transport en commun (bus, tramway, métro), stationnements, voies piétonnes, pistes cyclables...
- ☞ **le Conseil général** organise les transports interurbains sur route (lignes de cars),
- ☞ **le Conseil régional** a compétence en matière de transport régional de voyageurs (trains et cars régionaux).

Le service de conseil en mobilité fournit l'information sur l'offre alternative à l'usage individuel de la voiture. Il fait la promotion des Plans de déplacements auprès des différents lieux d'activités. Il les accompagne par une assistance méthodologique et fait émerger des solutions en fédérant les partenaires techniques de l'agglomération. Il anime un réseau d'échanges et évalue les résultats de son action.

Source : extrait du guide "Conseil en mobilité : une nouvelle mission, un nouveau métier", CERTU, septembre 2003.

Les exploitants des réseaux de transport public

Les exploitants des réseaux de transport public doivent être associés à la démarche PDE. Si la politique générale est de la compétence de l'AOT, certaines modifications peuvent être réalisées directement par l'exploitant (modification d'un arrêt, d'une fréquence...). Des problèmes concrets peuvent et doivent donc trouver des réponses auprès du transporteur local sous couvert de l'AOT.

La délégation régionale de l'ADEME⁹

L'ADEME en région peut accompagner la démarche, par :

- ☞ des aides financières portant sur le diagnostic ou la mise en place de certaines mesures,
- ☞ des conseils méthodologiques,
- ☞ la diffusion d'informations sur les expériences menées dans d'autres entreprises régionales, françaises ou étrangères,
- ☞ l'aide à la réalisation de la partie "évaluation de l'impact environnemental des déplacements".

8 - Une liste des autorités organisatrices de transport est disponible sur www.gart.org/tsv-adh.htm.

9 - Les implantations de l'ADEME, voir page 90.

Un bureau d'études spécialisé

Selon sa situation, l'entreprise peut faire appel aux compétences d'un prestataire extérieur qui l'assistera dans sa démarche. Ce prestataire pourra être sollicité pour :

- ☞ produire et traiter l'ensemble des informations nécessaires à la prise de décision (traitement des données internes, rédaction de questionnaires, recueil, saisie et traitement statistique des données, analyse et synthèse des résultats, conduite d'entretiens individuels ou animation de réunions au sein de l'entreprise, etc.) ;
- ☞ assister le service communication, informer les salariés des avancées du projet et leur rendre compte des résultats des études (ce travail peut aller jusqu'à la rédaction d'articles pour un journal interne, un site Internet, une plaquette de présentation, etc.) ;
- ☞ faire le lien entre l'entreprise et les partenaires extérieurs (essentiellement les autorités organisatrices de transport et les exploitants de transport public) ;
- ☞ accompagner les débats et discussions du groupe de projet et du comité de pilotage en apportant une expertise et un regard extérieur ;
- ☞ budgéter les différentes mesures et formuler des recommandations précises.

1.3 - Le déroulement du projet

1.3.1 - Les conditions de réussite et le mode de pilotage

La gestion d'un tel projet doit se faire dans le respect de la culture de chaque entreprise. Les expériences déjà réalisées montrent qu'une approche participative et transparente, associant autant que possible l'ensemble des salariés, offrira les meilleures garanties de succès.

Pour réussir la mise en place d'un Plan de déplacements entreprise, deux dimensions doivent être prises en compte.

- ☞ **Une dimension managériale** : s'agissant à terme de faire évoluer des comportements individuels, qui pour la plupart relèvent de la sphère privée (c'est notamment le cas des trajets domicile/travail), il est essentiel que la méthode de travail adoptée puisse également être pensée comme un levier à part entière dans la conduite du changement.
- ☞ **Une dimension technique** : il faut veiller à recueillir, analyser et interpréter l'ensemble des informations nécessaires à la prise de décision des responsables de l'entreprise, pour leur permettre d'appliquer les solutions les plus pertinentes.

Une implication forte de la direction, qui se traduit par une volonté affichée et la mise à disposition de moyens humains et financiers (temps, ressources internes et externes, etc.), est indispensable à la réussite du projet.

1.3.2 - Le temps alloué

De la préparation du projet à la mise en œuvre des premières mesures, il faut prévoir une durée de 4 à 6 mois. S'il est difficile de faire moins, cette durée peut bien sûr être allongée. Ci-dessous un planning indicatif reprenant les différentes étapes et le temps qu'il est raisonnable de consacrer à chacune d'elles.

Étapes	Actions	Durées estimées*
Étape 1	● Choix des objectifs	3 à 4 semaines
	● Choix des parties prenantes	1 à 2 semaines
	● Définition du mode de pilotage	2 à 3 semaines
Étape 2	● Annonce du projet ¹⁰	1 semaine
	● Recueil et analyse des données internes	2 à 3 semaines
	● Profil d'accessibilité, état du stationnement	2 à 3 semaines
	● Étude des pratiques de déplacements	8 semaines
	● Évaluation de l'impact environnemental	1 semaine
	● Formalisation d'un diagnostic	1 semaine
Étape 3	● Concertation avec les partenaires chargés du transport et les salariés	3 semaines
	● Élaboration des solutions	3 semaines
	● Budget déplacement	1 semaine
	● Chiffrage et décision	2 semaines
Étape 4	● Mise en œuvre	2 à 3 semaines
	● Actions de communication	2 à 3 semaines
	● Suivi et maintien de l'élan	En continu, avec un point d'avancement tous les 6 mois

* Certaines actions peuvent être menées simultanément.

1.3.3 - L'intervention des différentes parties prenantes

Le tableau ci-dessous donne de manière indicative les étapes auxquelles peuvent être associées les différentes parties prenantes.

Étapes	Actions	Groupe de projet	Salariés	Comité de pilotage	Partenaires extérieurs (AOT/exploitants /ADEME)
Étape 1	● Choix des objectifs			✓	
	● Choix des parties prenantes			✓	
	● Définition du mode de pilotage			✓	
Étape 2	● (Annonce du projet) ¹¹	✓	(✓)	✓	
	● Recueil et analyses des données internes	✓	(✓) si enquête		✓
	● Profil d'accessibilité, état du stationnement	✓	✓		✓
	● Étude des pratiques de déplacements	✓	✓		✓
	● Évaluation de l'impact environnemental	✓			✓
	● Formalisation d'un diagnostic	✓		✓	
Étape 3	● Concertation avec les partenaires chargés du transport et les salariés	✓			✓
	● Élaboration des solutions	✓	✓		✓
	● Budget déplacement	✓			
	● Chiffrage et décision	✓		✓	
Étape 4	● Mise en œuvre	✓	✓	✓	✓
	● Actions de communication	✓			✓
	● Suivi et maintien de l'élan	✓		✓	✓

11 - Optionnel si besoin d'enquête.

2 - ÉTAPE 2 RÉALISER LE DIAGNOSTIC

Le diagnostic consiste à recenser les voies et les modes de transport qui permettent d'accéder au site de l'entreprise (infrastructures routières, lignes de transport en commun, accès en vélo, accès à pied...) et à analyser les problèmes existants, notamment en matière de sécurité et de confort.

2.1 - L'accessibilité à l'entreprise

L'accessibilité s'évalue pour **chacun des modes** de transport : voiture, bus, métro, tramway, car, train, vélo, marche à pied, etc. Elle est appréciée à partir de la **résidence des salariés**.

L'identification des flux de déplacements

A partir du fichier d'adresses du personnel, il est possible de réaliser des traitements statistiques afin d'identifier les principaux flux de déplacements domicile/travail.

Une représentation cartographique permettra de visualiser la répartition des salariés, en retenant le niveau de découpage le plus pertinent (par commune, arrondissement, quartier...) et d'en apprécier le poids en nombre de salariés. Dans le cas d'une entreprise implantée en ville, on peut représenter sur des cartes distinctes les salariés habitant en zone urbaine et ceux venant de l'extérieur de la ville.

Il est ensuite possible de faire coïncider cette représentation cartographique avec le plan des principaux axes routiers, la carte du réseau de transport en commun, ou encore les itinéraires cyclables sécurisés.

Cette première analyse permet de dégager des groupes cibles :

- ☞ ceux dont la distance domicile/travail est assez courte pour envisager des déplacements en vélo ou à pied ;
- ☞ ceux qui résident sur un territoire desservi par les transports en commun ;
- ☞ ceux qui résident sur des communes périurbaines ou non desservies par les transports en commun. Pour ceux-là, des solutions comme une navette, le covoiturage ou le rabattement sur un parc relais pourront être envisagées.

Permettant de quantifier de manière réaliste le nombre d'utilisateurs probables de chacun des modes de transport alternatifs à la voiture, tous ces éléments aideront à préciser les objectifs et à définir le potentiel de chaque mesure retenue.

Mais ces éléments ne sont pas suffisants, puisqu'ils ne tiennent pas compte des contraintes personnelles des salariés et de leurs attitudes par rapport aux différents modes de transport ; paramètres qui seront identifiés et mesurés par les enquêtes qualitatives (entretiens individuels, sondages) et quantitatives (questionnaires).

Le profil de mobilité des salariés

L'objectif est d'obtenir une vision qualitative des pratiques des salariés en matière de déplacements, et d'identifier les enjeux. Le recueil de l'information peut se faire par l'analyse des données internes (plan du site, données comptables) et des documents fournis par les collectivités compétentes et les exploitants des réseaux de transport public (plan du réseau, horaires, fréquences) mais aussi en ayant recours à des observations et des expérimentations sur le terrain et à des entretiens individuels. Ces entretiens sont réalisés auprès d'un échantillon de salariés, c'est-à-dire des individus suffisamment différents les uns des autres (notamment en termes de mode de transport utilisé et de situation professionnelle) pour couvrir la diversité des situations possibles. Une attention particulière sera portée aux salariés ayant des pratiques déjà alternatives à la voiture individuelle permettant ainsi d'apprécier les améliorations nécessaires ou le besoin de communication auprès des autres salariés.

Une méthode d'entretien individuel est proposée en annexe 2¹².

2.2 - L'état du stationnement

Une analyse spécifique de la situation de stationnement des salariés doit être réalisée. Il faut pouvoir connaître :

- ☞ l'offre de stationnement destinée aux voitures (nombre de places, surface),
- ☞ l'état du stationnement des véhicules deux roues motorisés et des vélos,
- ☞ la demande, en distinguant celle au moment de l'étude et celle amenée à évoluer.

2.3 - Les pratiques des salariés et leurs propositions

Solliciter les salariés permet de recueillir leurs premières attentes mais surtout de mieux connaître leurs déplacements :

- ☞ la part de chaque mode de transport (combien de salariés viennent travailler en voiture, par les transports en commun, en vélo, à pied, par covoiturage),
- ☞ les habitudes (retour à midi...),
- ☞ les contraintes liées aux déplacements (accompagnement d'enfants, courses...).

Le cas des déplacements professionnels peut être traité en même temps. Par exemple, dans un questionnaire distribué aux salariés, on peut inclure des questions spécifiques sur les déplacements professionnels. Cependant, pour les entreprises qui en génèrent un nombre important, il est recommandé de mener une réflexion distincte.

12 - Voir annexe 2, la conduite et l'analyse des entretiens individuels, page 70.

La forme de la consultation peut être plus ou moins engagée. Il peut s'agir d'une invitation à participer sous forme de boîte à idées mise en place par le comité d'entreprise ou d'un questionnaire officialisé par la direction.

Ainsi l'issue de cette étape est variable : le chef de projet peut disposer d'éléments plutôt qualitatifs permettant d'apprécier la réactivité et les premières demandes ou avoir un état des lieux quantifié.

Dans le cas où l'ensemble des salariés pourrait être sollicité par une enquête, il est important **d'informer les parties prenantes internes** du lancement de la démarche, de ses objectifs et de son déroulement prévu. Elle devra faire l'objet d'une prise de position de la direction, garantie de la mobilisation recherchée et de la volonté d'aboutir.

L'enquête par questionnaire¹³

Afin de pouvoir quantifier les pratiques recensées lors des entretiens, et de mesurer les opinions sur les modes de transport alternatifs et la démarche en général, il est nécessaire de réaliser une enquête quantitative par questionnaire.

Source précieuse d'information, cette enquête sera l'occasion de consulter l'ensemble des salariés et d'associer chacun à la démarche en lui donnant la possibilité de s'exprimer.

Parmi les différents modes de recueil existants, le recours à un questionnaire auto-administré, diffusé à l'ensemble des salariés, est préconisé.

Le questionnaire doit comporter au moins :

- ☞ une description des trajets actuels (point de départ, durée des trajets, mode de transport utilisé...), en n'omettant pas d'aborder le cas des trajets professionnels si cette question ne fait pas l'objet d'une analyse spécifique ;
- ☞ les attitudes et opinions par rapport aux différents modes de transport alternatifs à la voiture ;
- ☞ une partie signalétique (situation professionnelle, âge, sexe, situation familiale, nombre de voitures, etc.).

13 - Des modèles d'enquête sont proposés à l'annexe 3, page 73.

Afin de préparer la discussion avec les autorités organisatrices de transport et éventuellement les exploitants des réseaux de transport public, il est nécessaire de réaliser un tri permettant de distinguer :

- ☞ les salariés pour lesquels, compte tenu de leur lieu de domicile et de leurs horaires, il est possible d'utiliser les transports en commun (au sens où le trajet effectué en transport en commun est jugé suffisamment compétitif par rapport à la voiture) ;
- ☞ les salariés qui, en l'état actuel de l'offre, n'ont pas la possibilité d'utiliser les transports en commun (absence de desserte, absence de parc relais sur le parcours, etc.) ;
- ☞ les salariés pour lesquels il serait possible d'utiliser les transports en commun à condition d'aménager les horaires et d'adapter l'offre (fréquence, correspondances, arrêts, mise en place d'une navette complémentaire, possibilité et/ou conditions de stationnement dans un parc relais, etc...). C'est sur la base de cette catégorie de salariés que des discussions pourront être engagées avec l'autorité organisatrice de transport pour aboutir à des ajustements de l'offre vers le site.



2.4 - L'évaluation des impacts environnementaux

L'évaluation environnementale est fondée sur l'estimation des consommations énergétiques et des émissions polluantes ou à effet de serre. D'autres éléments d'évaluation peuvent enrichir ces données de base (réceptivité au discours, éléments de coût ou de faisabilité).

Dans le processus d'un PDE, l'évaluation intervient à deux niveaux :

- lors de **l'élaboration du diagnostic**, comme outil d'aide à la décision, pour le choix des objectifs et des solutions à mettre en œuvre ;
- lors du **suivi/évaluation du plan**, permettant de vérifier l'efficacité des mesures prises et de réorienter éventuellement les actions.

L'évaluation environnementale est très dépendante du contexte dans lequel elle s'effectue, a fortiori pour les entreprises. En effet, les déplacements d'une entreprise vont être fortement liés à sa localisation, à son organisation et aux comportements et caractéristiques socio-économiques de son personnel. Il est évidemment possible de choisir des paramètres issus d'études nationales pour avoir une idée de l'impact environnemental des déplacements, mais les résultats seront d'autant plus éloignés de la réalité que les particularités de l'entreprise la différencient de l'activité moyenne française. Dans le cadre du diagnostic, il est donc conseillé de réaliser une enquête pour déterminer les caractéristiques des déplacements de l'entreprise.

Des scénarii représentatifs des solutions et objectifs envisagés pourront ainsi être comparés à l'état initial, et participer au choix des actions à mener.

2.4.1 - Les deux niveaux d'évaluation

La méthodologie proposée par l'ADEME se décline en deux niveaux :

- un niveau d'évaluation simplifiée permettant de connaître l'ordre de grandeur des gains en émission de polluants et en consommation énergétique et du gain monétarisé pour la collectivité ;
- un niveau d'évaluation précise nécessitant la réalisation d'une enquête auprès des employés. Cette enquête permet d'affiner et de confirmer les résultats effectués au niveau simplifié, mais aussi de suivre l'évolution précise de l'impact des mesures sur le report modal et par voie de conséquence sur la qualité de l'air.

2.4.2 - La méthodologie générale

Deux étapes constituent l'évaluation environnementale :

- ☞ l'estimation des volumes de déplacement,
- ☞ le calcul des indicateurs énergétiques et environnementaux.

- L'estimation des volumes de déplacement

Afin de connaître l'impact environnemental des déplacements de l'entreprise, il est nécessaire de les inventorier. La finesse de cet inventaire sera déterminante pour son exploitation, puisqu'elle conditionne la perspicacité de l'évaluation des impacts.

Il s'agit donc de déterminer des volumes de déplacement, exprimés en véh/km, qui sont la résultante du nombre de véhicules et des distances parcourues. Pour déterminer ces volumes, il est nécessaire de connaître leurs 3 dimensions :

1. mode de déplacement,
2. nombre de véhicules,
3. distance parcourue.

Cet inventaire peut être affiné en déclinant les volumes de déplacement selon leurs motifs (domicile/travail, activité...), leurs qualités (fréquence, localisation...) ou leurs caractéristiques (vitesse...).

- Le calcul des indicateurs environnementaux

A partir des volumes de déplacement et des vitesses moyennes associées, des coefficients de consommations et d'émissions sont appliqués. Ces derniers, issus d'une modélisation, par un logiciel de type IMPACT ADEME¹⁴, peuvent être déterminés soit exactement, soit par l'utilisation de coefficients moyens.

Les délégations régionales de l'ADEME apportent une aide quant au niveau d'agrégation à choisir (en fonction des objectifs et moyens), ainsi que pour l'obtention des paramètres nécessaires au calcul des indicateurs environnementaux.

En résumé :

Pour définir les impacts environnementaux dus aux déplacements, il est nécessaire de déterminer les volumes de déplacement caractérisés par :

- ☞ leur flux (nombre de déplacements),
- ☞ les modes utilisés,
- ☞ les longueurs parcourues,
- ☞ la vitesse.

A partir des différents volumes de déplacement ainsi définis, des coefficients d'émissions et de consommations sont appliqués pour déterminer quantitativement les impacts environnementaux recherchés.

2.4.3 - L'application de la méthodologie

- L'évaluation simplifiée

Trois catégories de paramètres sont à différencier pour réaliser une évaluation simplifiée.

- ☞ les paramètres caractérisant l'entreprise (cases ■■■) :
 - le nombre d'employés,
 - le parc automobile (nombre de véhicules),
- ☞ les paramètres d'ajustement au contexte local (cases ■■■) :
 - la distance moyenne domicile/travail,
 - l'environnement territorial (urbain, extra-urbain ou mixte),
- ☞ les paramètres d'évolution, fixant les objectifs du plan (cases ■■■) :
 - les reports modaux,
 - les capacités de covoiturage.

¹⁴ - Logiciel IMPACT ADEME version 2.0 : Émissions de polluants et consommations liées à la circulation routière, référence 4779, 450 €, disponible à ADEME Éditions.

Évaluation environnementale annuelle d'un PDE¹⁵

Nombre de salariés	1935
Parc automobile (sans PDE)	1460
Distance moyenne domicile/travail	15,0
Facteur émission CO ₂ (g/km)	214,7
Facteur émission CO (g/km)	5,26
Facteur émission COV (g/km)	0,73
Facteur émission NOx (g/km)	0,94
Facteur émission particules (g/km)	0,09
Facteur consommation (g/km)	75,00
Report modal vers le covoiturage	0,0
Report modal vers SNCF et métros	5,1
Report modal vers le bus	19,6
Report modal vers les modes doux	8,7

Covoiturage	
Pers/voiture	2,2
% d'utilisation	80

Émissions

	Chiffres exprimés en tonnes				
	CO ₂	CO	COV	NOx	Particules
Émission totale automobile sans PDE	2 222,0	54,4	7,6	9,7	1,0
Émission covoitureurs avec PDE	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Émission bus avec PDE	179,6	0,3	0,2	1,5	0,1
Émission véhicules-solo avec PDE	1 409,2	34,5	4,8	6,2	0,6
Émission totale avec PDE	1 588,7	34,8	5,0	7,7	0,7
Gain total en tonnes	633,2	19,6	2,6	2,0	0,3
Gain en %	28,5	36,0	34,4	20,8	29,0

Consommations

Consommation automobile sans PDE (t)	776,1
Consommation automobile sans PDE (tep)	814,9
Consommation covoitureurs (t)	0,0
Consommation bus (t)	53,8
Consommation véhicules-solo (t)	492,2
Consommation totale avec PDE (t)	546,0
Consommation totale avec PDE (tep)	573,3
Gain total (tep)	241,6
Gain en %	29,7

Monétarisation (coût pour la collectivité des polluants émis)

Type de polluants		Etat initial (€)	Etat actuel (€)	Gain (€)
Pollution atmosphérique	urbain dense*	300 085	233 524	66 561
	hors effet de serre			
	urbain diffus**	103 478	80 679	22 799
	rase campagne***	10 348	7 703	2 645
Effet de serre (CO ₂)		62 215	44 485	17 730

* Urbain dense : correspond aux aires urbaines de plus de 700 000 habitants.

** Urbain diffus : correspond aux aires urbaines de moins de 700 000 habitants.

*** Rase campagne : correspond au reste du territoire (communes hors aires urbaines).

15 - "Les plans de mobilité en France : état des lieux, évaluation environnementale et élaboration de recommandations" TFE, ENTPE, 2003. Ce tableau a été réalisé par Christian Sautel en collaboration avec l'ADEME. Les facteurs d'émissions ont été calculés pour l'année 2000, les données sont indicatives.

- L'évaluation précise

La connaissance exacte des modes de déplacement utilisés par chaque employé permet de faire un suivi en part modale. D'où un double intérêt :

- ☞ une analyse environnementale précise,
- ☞ un outil de suivi du PDE performant.

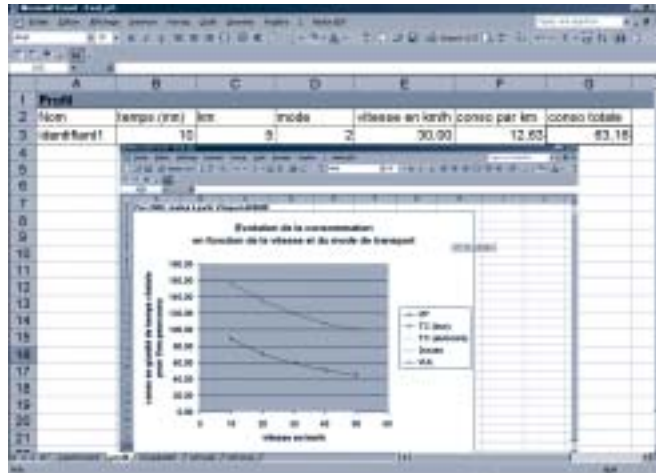
Afin d'illustrer ce propos, un exemple simple, ne demandant que très peu de moyens, est présenté. Son objectif est de faire le bilan des déplacements domicile/travail d'une entreprise. Par souci de lisibilité, l'exemple ne porte que sur les consommations (il est possible de calculer les émissions polluantes et à effet de serre, selon la même méthodologie).

Choix d'une enquête rapide (4 questions) qui permette un inventaire exhaustif des seuls déplacements domicile/travail.

	A	B
1	Questionnaire	
2	Quel est votre nom?	Identifiant1
3	Combien de temps passez-vous dans les transports par jour? en minutes	10
4	Combien de kilomètres effectuez-vous au total (AIR)?	5
5	Quel est votre mode transport?	BUS
6		VP conducteur
7		Bus
8		AUTOCAR
9		2 roues
10		VUL, conducteur
11		VUL, passager
12		TRAIN/BUS
13		VELO
14		MAR, roller, trottoir

Écran 1: questionnaire

Le questionnaire (écran 1) porte sur les trajets domicile/travail. Il permet en 4 questions d'obtenir toutes les informations nécessaires. Ce questionnaire court (moins de 2 minutes) est entièrement déclaratif (temps et distances), mais il aurait été possible de rentrer des informations plus précises (localisation : quartier, commune ; temporisation : heures de départ et d'arrivée) afin de réduire les risques d'erreur.



Écrans 2 et 3 : détermination du profil enquêté

Le choix d'un tableau comme celui-ci permet une automatisation du calcul par une macro (☺). On obtient ainsi pour chaque personne enquêtée (l'anonymat de l'enquête est recommandé), un profil environnemental (écran 2) indiquant le mode de transport, la vitesse, la distance, la consommation et les émissions. L'écran 3 (en encart) montre les données permettant de calculer les indicateurs environnementaux.

1 Réceptif	2 Nom	3 temps (min)	4 km	5 mode	6 vitesse en km/h	7 conso par km	8 conso totale
	identifiant1	10	5	2	30	12,63	63,18
	identifiant2	30	6	9	12	0,00	0,00
	identifiant3	30	30	5	60	82,06	2462,71
	identifiant4	15	10	4	40	22,46	224,56
	identifiant5	15	20	1	80	40,54	806,81

12 correspondance modalité/transport	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
VP conducteur	1									
BUS	2									
AUTOCAR	3									
2 ROUES	4									
VUL conducteur	5									
VP passager	6									
VUL passager	7									
TRAMBAY	8									
VELD	9									
MAR, roller, trottin	10									

Écran 4 : base de données constituée

La mise en perspective de l'ensemble des profils permet d'obtenir une base de données (écran 4) dont les exploitations peuvent être diverses (tri par mode, distance, vitesse et considérations environnementales au sens large...). L'évolution de cette base dans le temps permet de suivre efficacement les comportements de déplacements, et ainsi d'optimiser le PDE au cours de sa mise en place.

A partir des éléments recueillis, il est possible d'évaluer l'impact sur l'environnement des déplacements générés par l'entreprise.

Le type de véhicule utilisé par les différents usagers du site et le nombre de kilomètres parcourus permettent de quantifier les émissions de polluants atmosphériques (NOx, CO, etc.) et de gaz à effet de serre.

Les délégations régionales de l'ADEME aident à la réalisation de diagnostics par un traitement des données issues des enquêtes déplacements.

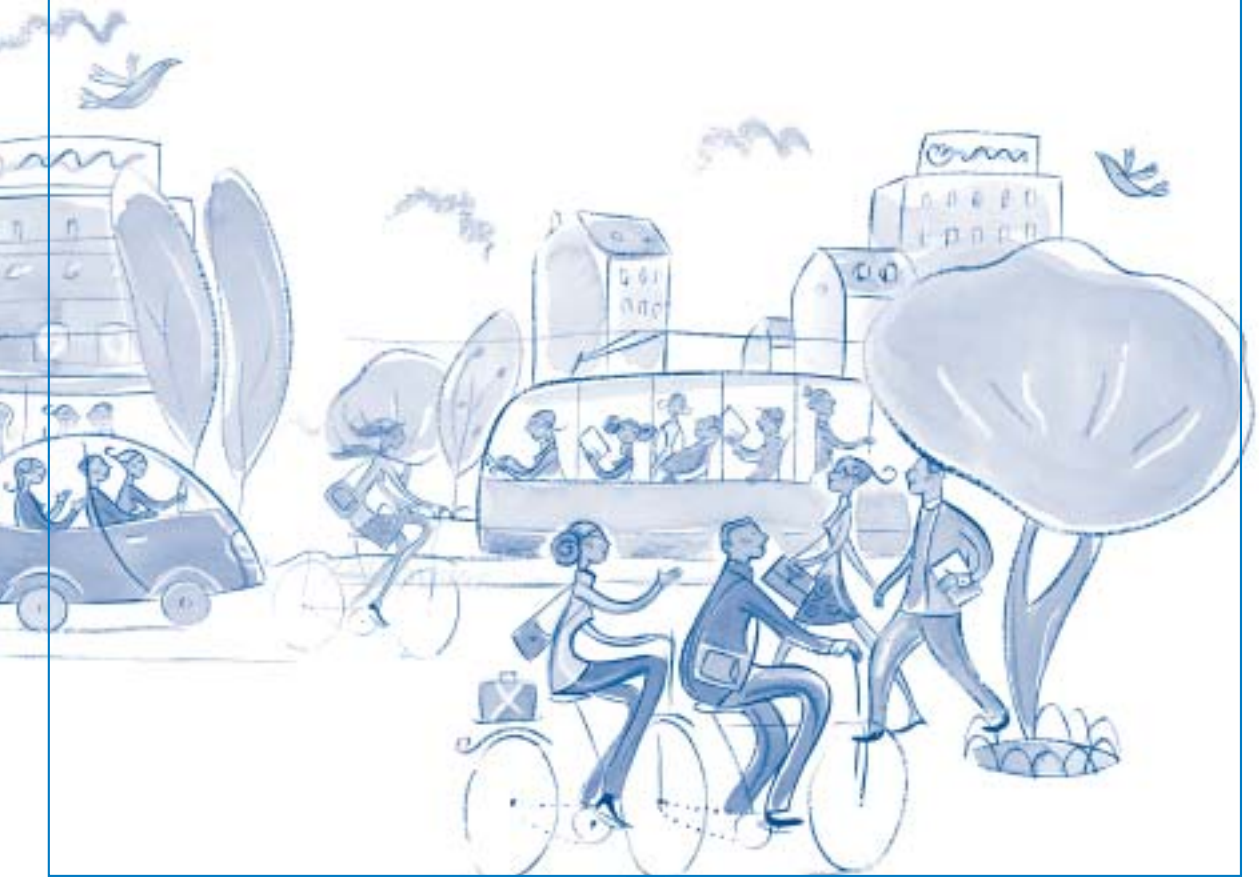


2.5 - La formalisation du diagnostic

Les données obtenues tout au long de cette étape sont regroupées en faisant apparaître :

- ☞ le coût des déplacements et du stationnement des salariés, et la part qui peut être réduite ;
- ☞ les parts actuelles de chaque mode de transport ;
- ☞ les difficultés et les problèmes à résoudre pour une utilisation optimale de chaque mode de transport par les salariés de l'entreprise et les autres usagers du site ;
- ☞ les différents profils d'usagers ;
- ☞ le potentiel de salariés "éligibles" à chacun des modes de transport et la part des automobilistes que l'on peut envisager de convaincre d'utiliser des modes alternatifs.

Ce diagnostic servira de base de discussions pour élaborer les solutions. A ce stade de la démarche, il est opportun de réunir le comité de pilotage, afin que le groupe de projet puisse présenter les principales conclusions. Il est également recommandé de communiquer ces informations à l'ensemble des salariés.



3 - ÉTAPE 3 ÉLABORER LE PLAN

3.1 - La concertation en interne et avec les partenaires chargés du transport

L'animation de groupes de créativité

Pour enrichir le diagnostic réalisé et impliquer les salariés, il est recommandé de réunir un ou plusieurs groupes de créativité constitués de volontaires. Ces groupes proposeront des solutions complémentaires en identifiant des pratiques et des contraintes nouvelles. Des expériences peuvent être collectées auprès d'entreprises déjà engagées dans une démarche de PDE.

Les réunions du groupe de projet

Le groupe de projet devra imaginer les mesures adaptées aux différentes situations constatées en vue d'une formulation précise des offres qui sera intégrée au questionnaire de la phase test.

La concertation avec les partenaires chargés du transport

Des réunions de travail avec les autorités organisatrices de transport doivent aboutir à des réponses précises sur les services de mobilité et les aménagements envisageables de l'offre de transport. Il est utile d'associer des entreprises voisines et de recueillir auprès d'elles des informations sur les déplacements de leurs salariés : les partenaires du transport seront nécessairement plus sensibles à des demandes concernant plusieurs entreprises et impliquant un grand nombre de salariés.

3.2 - Le catalogue des actions

3.2.1 - La création d'une fiche d'accessibilité

La fiche d'accessibilité informe des différents moyens disponibles pour accéder à l'entreprise et se déplacer au quotidien. Des informations attractives sur le vélo, le bus, le train, les chemins piétonniers, permettront aux employés d'utiliser plus facilement ces modes de transport alternatifs à la voiture et de prendre des bonnes habitudes de déplacements dès le début du PDE.

Cette fiche est un outil de communication très important pour les entreprises nouvellement créées ou celles qui se relocalisent. Elle permettra de lancer la démarche PDE auprès des nouveaux employés, d'introduire les principaux objectifs, d'évoquer les actions mises en place et, surtout, d'informer dès l'ouverture du site.

Le plan du site

Le plan du site est établi à l'échelle 1 : 25 000 ou 1 : 50 000 en fonction de la localisation des principaux arrêts de transport en commun ou autres. Si l'entreprise a plusieurs bâtiments, il est bon d'avoir une vision des itinéraires et des équipements à l'intérieur du site.

Un cercle de 500 m à 1 km sera tracé autour du site pour que les personnes aient un point de repère des distances.

Sur le plan, les éléments suivants apparaissent à l'aide d'icônes adaptés :




Les lignes de transports en commun :  Métro  Bus  Train  Tram

Les itinéraires :  Vélo  Piéton

Les bornes de taxis :  Taxi

Les parkings :  Parking  Parking handicapés  Parc Relais

Le plan peut fournir les noms des principaux arrêts de transport en commun, les accès pour les personnes à mobilité réduite et les endroits de chargement et déchargement des marchandises mais aussi :

-  les temps de marche et de vélo, des principaux centres d'intérêt (administrations, équipements sportifs, enseignement...) au site,
-  les prix du ticket de bus et du trajet moyen en taxi,
-  l'adresse du site Web et le numéro de téléphone de la société de transport public locale.

Ce plan d'accessibilité doit être accompagné d'une bonne signalisation sur le site qui peut prendre la forme d'une gamme de panneaux indiquant les équipements pour cyclistes (arceaux, douches, vestiaires) ou les chemins piétonniers entre les bâtiments et à l'extérieur du site.

Les horaires des lignes de transport en commun

Les horaires des différentes lignes de bus, tramway et train doivent figurer sur le plan : un code de couleurs entre les itinéraires et les grilles horaires permet de se repérer plus aisément.

Selon les fréquences, le cadencement et l'itinéraire, il faut choisir les points d'arrêts importants et les horaires les plus intéressants.

Attention : ne pas oublier de mettre à jour les grilles horaires selon la saison et les vacances scolaires.

3.2.2 - La marche

Les bonnes actions à mettre en place

1	Créer des chemins piétonniers dédiés, directs et sécurisés
	Adopter une signalétique spécifique. Entretien et éclairer les chemins à l'intérieur du site.
2	Aménager les entrées et sorties du site
	Sécuriser les accès par des passages piétons. Créer des accès directs aux chemins extérieurs pour rejoindre les arrêts de transport en commun.
3	Fournir des équipements adaptés
	Fournir des parapluies avec le logo du PDE, des chasubles fluorescentes,...
4	Démotiver la conduite automobile
	Inciter les employés habitant à moins de 2 km à venir à pied (ex. : information sur les bienfaits de la marche, sur les concentrations de polluants dans l'habitacle, etc.).
5	Donner le bon exemple
	Montrer la volonté de la direction de participer aux événements sur la marche à pied. Récompenser les marcheurs.

Q : "Combien de temps dois-je marcher pour ressentir les bienfaits ?"

R : Marcher est bon pour le cœur et les artères. Une étude récente de Harvard a montré que la marche, à une vitesse modérée de 4-5 km/h pendant au moins 3 heures par semaine, ou 30 min par jour, peut réduire, jusqu'à 40 %, les risques de maladies cardiovasculaires.

La marche :

- favorise la respiration et l'oxygénation du cerveau,
- combat la déprime et la dépression,
- soutient le système immunitaire,
- diminue les risques d'ostéoporose,
- aide à contrôler le diabète,
- aide à contrôler le poids.

Q : "Si je marche pour aller au travail, est-ce que ça implique que je dois venir tout le temps à pied ?"

R : Un petit encouragement donnera l'envie de marcher les journées où la météo est favorable. Les employés peuvent s'engager à marcher 2 ou 3 fois par semaine, ou venir le matin à pied et repartir le soir en bus s'il se met à pleuvoir et auquel cas, un ticket de bus peut leur être offert.

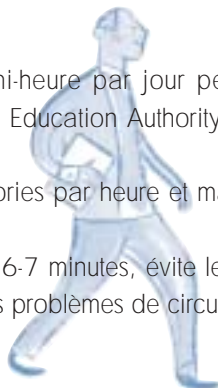
Système de récompense financière

Pour réduire le nombre de voitures, Pfizer Company (Grande-Bretagne), une entreprise pharmaceutique de 5 500 employés, a développé avec une entreprise voisine des équipements améliorant la sécurité des marcheurs. Elles ont réalisé une forte communication en interne et au niveau de l'agglomération. Elles récompensent de £2 par jour (environ 3 €) tous ceux qui n'utilisent pas la voiture. Cette mesure a été le démarrage d'autres actions encourageant l'utilisation des modes alternatifs.

En 3 ans, la part de marché des voitures a été réduite de 9 %. Le PDE a permis de supprimer 390 places de parking et les bâtiments de l'entreprise ont pu être étendus.

Source : Pfizer Company

- Marcher toniquement une demi-heure par jour peut réduire de moitié le risque de maladie cardiovasculaire - Health Education Authority.
- Marcher brûle environ 350 calories par heure et maintient en bonne forme - ADEME.
- Faire 500 mètres à pied prend 6-7 minutes, évite les problèmes de démarrage à froid qui endommagent les voitures, les problèmes de circulation et de stationnement - ADEME.



3.2.3 - Le vélo

Les bonnes actions à mettre en place

- | | |
|---|--|
| 1 | Créer des équipements spécifiques |
| | <p>Prévoir un stationnement vélos sécurisé et abrité près des entrées des bâtiments (un parking couvert, éclairé et sécurisé constitue la solution optimale).
Douches, vestiaires et casiers peuvent encourager l'usage du vélo.</p> |
| 2 | Identifier les itinéraires ad hoc |
| | <p>Identifier les itinéraires les plus agréables dans et au dehors de l'entreprise, avec l'aide d'un cycliste urbain confirmé.
Créer un plan identifiant les trajets cyclables (pistes et bandes cyclables, zones 30, rues tranquilles).
Des discussions avec la commune peuvent aider à définir des nouveaux itinéraires.</p> |
| 3 | Améliorer la sécurité et le confort des cyclistes |
| | <p>Distribution de kits intempéries et de sécurité (casques, réflecteurs, éclairage, chasubles, coupe-vents, etc.).</p> |
| 4 | Combiner vélo et transport public |
| | <p>Les cyclistes qui font la démarche de rouler 2 à 4 fois par semaine peuvent bénéficier de certains avantages sur les transports publics : par temps de pluie, un ticket de bus offert garantit le retour.</p> |
| 5 | Fédérer un club de cyclistes en partenariat avec une association vélo |
| | <p>Un groupe de cyclistes peut se constituer en club et bénéficier du soutien de l'association locale des cyclistes urbains : formation, mise en place d'un point maintenance, organisation d'événements ou d'un "check-up" vélo annuel.</p> |
| 6 | Organiser une journée "en vélo au travail" |
| | <p>Cette journée peut être soutenue par l'association des cyclistes qui diffuse l'initiative au sein de la vie locale. Le petit-déjeuner peut être offert à l'arrivée des cyclistes ainsi qu'une formation pour "mieux se déplacer à vélo" avec des intervenants spécialisés (brevet d'État, Sécurité routière).</p> |

7

Proposer des prêts ou des indemnités vélo

Des prêts pour l'achat d'un vélo peuvent être proposés.

Afin d'initier le plus grand nombre, l'utilisation d'un vélo de l'entreprise peut être autorisée pour les déplacements personnels (domicile/travail, déjeuner, achats) pendant une période d'essai de 1 à 3 mois.

Un accord avec un magasin de cycles peut être signé pour proposer des essais sur le site ou des réductions sur l'achat et l'entretien.

Une indemnité kilométrique peut être accordée aux cyclistes pour leurs trajets domicile/travail et professionnels.

8

Promouvoir les atouts du vélo

Des brochures et des affiches sur les bienfaits du vélo sur la santé, sur le budget déplacement, le temps gagné, les équipements de sécurité, les accessoires pour faciliter la vie du cycliste urbain sensibilisent les employés.

Q : "N'y a-t-il pas trop de trafic pour rouler à vélo ?"

R : Il n'est pas toujours nécessaire de prendre le même itinéraire que celui des voitures : vous pouvez trouver d'autres voies plus tranquilles, plus agréables et aussi rapides à travers les quartiers résidentiels, le long des parcs et rivières.

Q : "Quels équipements pour un stationnement sûr et confortable ?"

R : Le stationnement doit se faire avec du mobilier type "arceaux" en U inversé permettant d'attacher le cadre et éventuellement la roue du vélo. Les équipements type "pince" sont à proscrire car ils voilent les roues et n'empêchent en rien le vol. Le stationnement doit être placé au plus près de l'entrée des bâtiments et les emplacements seront, de préférence, couverts. Les antivols en U réduisent considérablement le risque de vol.

La Communauté urbaine de Strasbourg (67)

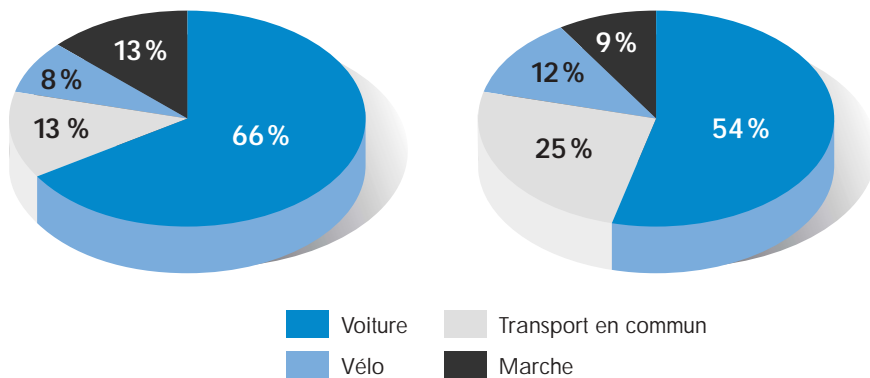
a orienté ses actions dans le cadre d'un plan de mobilité baptisé "GÉODES"

pour encourager les 6 675 salariés

à moins utiliser leur voiture lors des déplacements domicile/travail et des déplacements professionnels. Elle a développé une flotte de 150 vélos de service pour les déplacements professionnels, a mis en place 100 arceaux à vélos supplémentaires, des casiers, des douches et des vestiaires, et loue 270 vélos aux employés pour leurs déplacements domicile/travail.

Le succès du vélo a été facilité par la "culture vélo" de l'agglomération strasbourgeoise qui favorise depuis longtemps l'usage de ce mode en offrant des infrastructures adaptées.

En 3 ans, le plan de mobilité a entraîné une réduction de 12 points de l'utilisation de la voiture pour les déplacements domicile/travail.



Les projets pour aller plus loin concernent la généralisation d'arceaux si possible abrités, une "station vélo" pour les réparations et révisions sur place, des informations sur Intranet.

Source : Communauté Urbaine de Strasbourg.

Novartis, firme pharmaceutique de 17 000 salariés implantée à Bâle (Suisse).

L'entreprise dispose de 5 sites et a stimulé ses employés

pour qu'ils utilisent le vélo pour leurs trajets domicile/travail et professionnels.

La démarche a consisté à créer un réseau de pistes cyclables, entre et à l'intérieur des différents sites. Chaque site dispose d'une entrée spéciale vélos, d'un service de réparation, d'une flotte de vélos de service et de places de stationnement. En parallèle, Novartis décourage l'utilisation de la voiture en instituant un permis limitant le stationnement à 15 journées par an pour tous ceux qui peuvent accéder sur le site en moins de 45 minutes en utilisant les transports publics.

L'expérience en quelques chiffres (1997) :

- 27 % des déplacements domicile/travail à vélo,
- 4 630 cyclistes utilisent le vélo pour leurs déplacements domicile/travail,
- 1 000 cyclistes utilisent le vélo pour leurs déplacements professionnels,
- 2 600 vélos d'entreprise,
- portes d'accès vélos au site avec un système de badge,
- 4 800 places de stationnement vélos dont 4 400 places couvertes,
- 2,5 km de pistes cyclables internes.

Source : www.mobilitymanagement.be.

La société Julius Blum GmbH (Autriche) a mis en place au début des années 1990

l'impressionnant panel de mesures suivant :

- 580 places couvertes pour les vélos devant les entrées principales avec station de gonflage ;
- modification des indemnités de trajet, seuls les employés habitant à plus de 10 km de leur lieu de travail et ne pouvant utiliser aucun bus ont une indemnité de 0,12 €/km (avant, la limite était de 4 km) ;
- 20 vélos de service pour les déplacements professionnels et les trajets de la pause déjeuner ;
- stationnement et douches dans un parking souterrain ;
- conditions spéciales d'achat auprès des détaillants des alentours, expositions de vélos sur le site ;
- révision et réparation par un professionnel sur le site avec participation financière de l'entreprise ;
- participation financière (14,5 €) à l'achat d'un vêtement de pluie spécifique ou d'un kit d'éclairage ;
- articles sur les activités vélos dans le journal interne et sur les tableaux d'information ;

- loterie vélo : l'employé dont le nom est tiré au sort reçoit 7,3 € s'il est venu le jour même à vélo, sinon l'argent est remis en jeu pour la prochaine loterie ;
- fin de semaine d'apprentissage au vélo encadré par un professionnel ;
- courses de vélos pour les employés et leur famille ;
- manifestations sur le thème de la sécurité à vélo, distribution de 800 réflecteurs ;
- tombola mensuelle pour les cyclistes et concours photo ;
- pâtisseries locales offertes aux cyclistes pour Pâques et Noël ;
- accueil "glace à la crème" pour les cyclistes les jours de forte chaleur.

Le nombre de cyclistes est passé de 17 % en 1990 à 25 % en 2000 et 180 places de stationnement réservées aux voitures ont été économisées, soit 4 000 m² (sachant qu'une place de ce type occupe 25 m² et coûte 5 800 € dans le Vorarlberg, contre 3 m² et 1 070 € pour une place de vélo couverte). Aujourd'hui, la société Julius Blum pense que seule l'introduction du stationnement payant pour les voitures permettrait d'augmenter encore la part du vélo dans les déplacements domicile/travail.

Source : EPOMM, www.epomm.org.

- Une augmentation de 10 % du nombre de cyclistes réguliers réduirait de 4 % le nombre de personnes souffrant de maladie cardiovasculaire - Health Education Authority.
- 32 km de vélo par semaine réduit de moitié le risque de crise cardiaque - British Medical Association.
- Pour les distances domicile/travail de 2 à 5 km, la voiture est utilisée à 72 % : le vélo est idéal pour ces déplacements courts - ADEME.
- Le vélo est le mode de transport le moins consommateur d'énergie - INRETS.
- Pour un trajet domicile/travail de 10 km, "l'empreinte écologique transport" annuelle est de 2 050 m² en voiture, 420 m² en bus et 120 m² en vélo - WWF.
- Aux Pays-Bas, le risque d'accident est plus élevé en voiture qu'à vélo pour les 18-30 ans et les plus de 50 ans.
A Graz, les zones 30 ont entraîné une augmentation de 50 % des cyclistes tandis que le nombre d'accidents de vélo chutait de 20 % : "le risque décroît quand l'exposition s'accroît !". Le nombre d'années de vie gagnées par la pratique régulière du vélo est 20 fois plus important que le nombre d'années de vie perdues dans les accidents à vélo - Projet européen PROMISING.

3.2.4 - Les transports collectifs

Les bonnes actions à mettre en oeuvre

1	<p>Une information claire sur les transports en commun</p> <p>Pour aider les néophytes et les utilisateurs occasionnels des transports en commun, il faut offrir une information claire, mise à jour et visible dans des endroits fréquentés (plans de réseaux, horaires).</p>
2	<p>Simplifier les démarches des salariés pour utiliser les transports collectifs</p> <p>Vente de titres de transport au sein de l'entreprise. Gestion des abonnements par un correspondant mobilité.</p>
3	<p>Des encouragements financiers</p> <p>Participer au coût de certains abonnements. Faciliter l'achat de tickets à tarif réduit pour ceux qui voyagent une ou deux fois par semaine : cette solution est intéressante pour les employés à temps partiel dont l'abonnement n'est pas rentable ainsi que pour les visiteurs.</p>
4	<p>L'amélioration des services</p> <p>L'entreprise peut travailler en collaboration avec les compagnies de transport pour obtenir une meilleure desserte du site (amélioration des fréquences, redéfinition des itinéraires et des horaires, extension de lignes, nouvelles navettes...) et offrir des espaces d'attente de qualité (éclairage, coupe-vent, pare-soleil, poubelles...).</p>
5	<p>Permettre la flexibilité des horaires</p> <p>Une certaine flexibilité des horaires de travail peut être accordée pour certains types d'emplois. Elle permettra aux usagers des transports en commun d'optimiser les correspondances et de gagner du temps sur leurs trajets.</p>
6	<p>Garantir le retour</p> <p>Mettre en place un service de retour au domicile en cas d'urgence ou de grève. Cette mesure est généralement peu utilisée mais son existence rassure.</p>
7	<p>Les autobus et navettes d'entreprise</p> <p>En l'absence d'un réseau de transport public efficace, l'organisation en propre d'un service de bus ou de navettes d'entreprise est à envisager.</p>
8	<p>Organiser des opérations de promotion</p> <p>L'habitude de prendre la voiture obère les autres modes de déplacement : les campagnes de communication sont efficaces pour les rappeler (par exemple : des opérations d'essai en transport en commun).</p>

Q : “Est-ce que je peux utiliser à la fois les transports en commun et ma voiture pour aller travailler ?”

R : De plus en plus d'agglomérations disposent de parcs relais permettant de stationner à proximité immédiate d'un axe lourd de transport en commun. Des tickets combinés (parc relais + transport en commun) sont généralement proposés à un tarif intéressant et les aires de stationnement sont souvent sécurisées (présence d'un gardien ou d'une surveillance vidéo).

Q : “Les actions PDE sont-elles onéreuses pour l'entreprise ?”

R : Certaines mesures comme la mise en place d'un service d'autobus d'entreprise peuvent paraître onéreuses, mais ces coûts sont à relativiser par rapport à ceux de la voiture particulière. En outre, un bon nombre d'actions sont peu coûteuses : une bonne information, la garantie de retour, la flexibilité des horaires, etc.

Le PDE évite parfois la construction ou l'extension d'un parking, réduit le parc de voitures de service. Les économies ainsi réalisées justifient un investissement plus important dans le programme des déplacements.

ST Microelectronics, Grenoble (38)

Cette entreprise confrontée à un problème de stationnement sur un espace contraint a mis en place un large panel de mesures pour réduire l'utilisation individuelle massive de la voiture (80 %).

Pour inciter le recours aux transports publics, l'entreprise a d'abord pris en charge 80 % des abonnements et a créé sa propre navette pour desservir le site à partir de la gare ferroviaire. Cette navette a ensuite été intégrée dans le réseau public et a donné naissance à une nouvelle ligne de bus, gratuite pour le personnel de ST Microelectronics. Deux ans après l'introduction des mesures, le transfert modal de la voiture vers les transports en commun concernait 8 % des salariés.

Avec l'ensemble des mesures d'encouragement mises en oeuvre - transport collectif, vélo, voiture propre, services de proximité, rapprochement de l'habitat du lieu de travail - 40 % des 1 940 employés utilisaient au quotidien, à l'automne 2002, un moyen de transport autre que la voiture individuelle. L'objectif initial de 50 % pour 2005 est en bonne voie !

Source : European platform on mobility management, www.epomm.org.

Nokia, Bochum (Allemagne)

Le site de Nokia (2 600 personnes) avait des problèmes de connexion directe avec les transports en commun situés à l'extérieur de l'aire urbaine.

La solution a été d'améliorer l'accessibilité grâce à de meilleures connexions de train : modernisation des rames, extension du réseau avec des liaisons directes au site et amélioration des arrêts et gares ferroviaires. L'opération a été cofinancée par une association de transport et la compagnie ferroviaire allemande.

Nokia a diffusé très largement l'information grâce à un véhicule publicitaire. Le nombre de salariés utilisant le train a quadruplé et une station a pris le nom de la société.

- En agglomération, 1 trajet en voiture sur 2 fait moins de 3 km !

Consommation et émissions par voyageur x km

	Consommation (g)	CO (g)	CO ₂ (g)	NOx (g)	COV (g)	Particules (g)	SO ₂ (g)
Voiture	82,1	12,3	258,7	0,9	1,5	0,09	0,07
Bus	23,8	0,3	74,7	0,9	0,2	0,05	0,02
Gain d'énergie et d'émissions TC/VP	71 %	98 %	71 %	0 %	89 %	42 %	65 %

Taux d'occupation : 1 en voiture particulière (VP), fréquent pour le trajet domicile/travail et 16 en transport en commun (TC). Le bus devient "environnementalement efficace" dès que le nombre de passagers dépasse 16. Le transport ferroviaire urbain permet près de 100 % d'économie d'émissions de polluants et de gaz à effet de serre.

3.2.5 - Le covoiturage**Les bonnes actions à mettre en place**

- 1 Trouver les partenaires adéquats
 Pour faciliter la recherche de partenaires, l'entreprise peut s'occuper de la mise en place du logiciel de covoiturage.
 Les entreprises voisines peuvent s'associer pour partager la même base de données d'inscrits et donc multiplier les chances de constituer des équipages.
- 2 Des avantages pour les covoitureurs
 Des places de stationnement doivent être réservées à proximité des entrées de l'entreprise. Indemnités kilométriques, révisions gratuites, tests antipollution et contrôles techniques sont des avantages qui permettent aux employés d'adhérer au système plus facilement.
- 3 Une flotte de voitures ("Van pool")
 La mise à disposition par l'entreprise de voitures ou minibus peut inciter les employés à laisser leur voiture personnelle à la maison. Les utilisateurs du "Van pool" sont conducteurs à tour de rôle.

4	Diffusion d'informations : responsabilité, assurance...	L'information est une mesure peu coûteuse et efficace. Elle permet d'éliminer certaines craintes quant aux implications en termes de responsabilité et d'assurance.
5	Horaires flexibles	Les horaires de travail peuvent être redéfinis pour permettre à un maximum d'employés de faire du covoiturage.
6	Garantir le retour	La peur d'être "abandonné" par son covoitreur peut être surmontée en garantissant la prise en charge gratuite du retour, en cherchant un autre covoitreur disponible, en offrant un ticket de bus, en faisant appel à un taxi ou en empruntant exceptionnellement un véhicule de service.

Même si le partage des frais de déplacement entre covoitreur et covoiturés doit rester une affaire privée, l'entreprise doit veiller à ce que chacun y trouve son compte équitablement : le covoitreur qui utilise son véhicule et les covoiturés qui se font transporter. Des contreparties telles que la prise en charge d'une révision du véhicule ou l'octroi d'indemnités selon le nombre de trajets effectués en covoiturage par mois, peuvent être proposées par l'entreprise.

La Société Nestlé, implantée à Noisiel (77) a conduit, dès 1995,

après de ses 1 600 employés une campagne de promotion pour "l'éco-voiturage".

L'entreprise a prévu pour les covoitreur, une garantie de retour, une indemnité équivalente à la moitié de la carte orange, les meilleures places de parking, un contrôle technique gratuit annuel et des avantages spéciaux dans les garages automobiles locaux.

Résultat

550 enregistrements, 125 covoitreur réguliers parmi les 900 travailleurs qui avaient déclaré venir en voiture à leur travail, une cinquantaine de places de stationnement et 400 000 km annuels économisés.

Source : www.mobilitymanagement.be.

Langley, une entreprise informatique, localisée à Berkshire (Royaume-Uni),

a mis en place un programme très réussi pour inciter les salariés à la pratique du covoiturage. Les employés faisant plus de 25 trajets en covoiturage sur 6 mois reçoivent environ 274 € à la fin de cette période.

Source : a travel plan resource pack for employers Energy Efficiency 06/2001.

Pour participer à l'intégration du Technocentre dans son environnement à Guyancourt (78),

la société Renault a mis en place un panel de mesures incitant à l'usage des transports collectifs et au covoiturage pour ses 8 000 employés. Un serveur Intranet permet les inscriptions et la constitution des équipages. Actuellement, 10 % du personnel covoiture régulièrement.

Source : Renault SA.

Une autre manière de covoiturer

La société Bio Mérieux, basée à Saint-Vulbas (01), a mis en place un système "Van pool" : il s'agit d'un covoiturage utilisant un minibus de 9 personnes. Des conducteurs volontaires font le ramassage au domicile le matin et assurent le retour le soir ; ils se chargent de l'entretien du véhicule et de la gestion de l'équipage. En compensation, ils peuvent utiliser le véhicule le soir et la fin de semaine pour leur usage personnel dans la limite d'un certain nombre de kilomètres.

Source : ADEME Rhône-Alpes.

Sa demande d'extension de parking ayant été refusée,

L'hôpital de Derriford, 5 700 salariés, Plymouth (Royaume-Uni),

s'est orienté vers le covoiturage. Depuis avril 2000, un programme de retour garanti a été mis en place et plus de 250 personnes utilisent le covoiturage tous les jours. Le système s'est accompagné d'un changement de politique de stationnement : seulement 54 % des employés disposent d'une autorisation de se garer dans l'enceinte de l'hôpital ; la congestion a été réduite significativement.

Source : a travel plan resource pack for employers Energy Efficiency 06/2001.

Q : "Je travaille en horaires postés ou flexibles, puis-je utiliser le covoiturage ?"

R : Le covoiturage est souple. Pour les employés travaillant en poste (en 2/8 ou en 3/8) le covoiturage est un outil tout à fait adapté car les sorties retardées du travail sont moins fréquentes et les trajets du travail au domicile sont généralement directs. Pour les horaires flexibles, le traitement des inscriptions et la constitution des équipages sont deux actions importantes pour que chaque employé trouve les bons partenaires.

Q : "Dois-je faire du covoiturage tous les jours ?"

R : Non, la plupart des entreprises ont un programme de covoiturage réussi lorsque les employés utilisent ce système au moins une fois par semaine. Si les employés apprécient et trouvent une utilité et un gain à cette pratique, ils l'utiliseront petit à petit plus souvent.

Le stationnement

Les questions liées au stationnement sont nombreuses et sont généralement associées à d'autres mesures. La réduction de places de parking, la mise en place d'une tarification sur le site ou bien la définition de places pour certaines catégories d'usagers doivent s'accompagner d'actions complémentaires pour développer l'utilisation de moyens de transport alternatifs à la voiture.

Le problème du stationnement n'est pas seulement celui des places de parking dans l'entreprise, la conséquence de certaines mesures restrictives pourrait conduire à un report dans les rues voisines qu'il faut éviter.

Les fiches techniques sur le vélo, la marche à pied, les nouvelles pratiques de travail, les transports publics et les alternatives à la voiture, proposent des actions à mettre en place pour mieux gérer le stationnement et ses effets.

Q : "Comment sait-on que l'argent économisé sur le parking est attribué au PDE ?"

R : Les améliorations apportées doivent être visibles et les coûts connus de tous. Par exemple, il est possible d'apporter des aménagements dans les parkings, comme un meilleur éclairage ou un système de surveillance, qui favorisent l'accès aux covoitureurs.

- Un problème partagé est un problème à moitié résolu !
- Le covoiturage peut être une solution aux déplacements domicile/travail.

3.2.6 - Le véhicule partagé

Le covoiturage est généralement la première action du PDE imaginée. Une autre initiative peut être envisagée afin de mieux utiliser la voiture : le véhicule partagé dans le temps (car sharing), appelé aussi "auto partage", "voiture partagée" ou "multivoiturage".

Le véhicule partagé est un système répandu en Suisse, en Allemagne et aux Pays-Bas, qui fait son apparition en France (Paris, Strasbourg, Lyon, Marseille...). L'idée est de permettre aux salariés de louer, en self-service fonctionnant 24 h/24 et 7 jours/7, des voitures, des petits utilitaires voire même des vélos pour une courte durée.

Grâce à une centrale de réservation (par téléphone et/ou Internet), le véhicule est réservé pour le créneau horaire souhaité et pris en charge sur le lieu de stationnement le plus proche de l'entreprise. La facturation mensuelle est calculée selon les kilomètres parcourus et le temps de réservation.

Les bénéfices

Bénéfices	Employeur	Employé
Financiers	<ul style="list-style-type: none"> ● Économies sur l'achat, l'assurance, les réparations, la maintenance et le stationnement. La voiture partagée est pratique et rentable pour des durées d'utilisation inférieures à la demi-journée et pour remplacer les véhicules de service qui font moins de 10 à 15 000 km/an. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Moins on roule, plus la voiture partagée devient intéressante. 10 à 15 000 km est le seuil de rentabilité selon les opérateurs. De plus, l'économie s'accroît avec le temps et la pratique.
Temps	<ul style="list-style-type: none"> ● Les véhicules sont stationnés sur des emplacements réservés : pas de temps perdu dans la recherche d'une place. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Le paiement à la course conduit à optimiser les déplacements et organiser leur enchaînement pour réduire les kilomètres et la durée d'utilisation.
Autres	<ul style="list-style-type: none"> ● Véhicules récents, adaptés au type de déplacement, en parfait état, fiables et sûrs. Les sites de stationnement sont équipés d'emplacements sécurisés. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Service complémentaire avec le train et les transports en commun (abonnements combinés). Partenariats possibles avec les loueurs traditionnels et les compagnies de taxi pour compléter l'offre sur de plus longues périodes et des trajets simples sans retour. Certaines sociétés de voitures partagées rendent accessibles les véhicules pour les déplacements personnels des employés, le soir ou en fin de semaine.

Ce service permet de réduire le parc automobile (en Suisse, une voiture en moins pour 7 abonnés), de réduire les trajets en voiture (moins 20 % pour chaque adhérent aux Pays-Bas), et d'augmenter l'utilisation des transports collectifs, la pratique du vélo et de la marche.

Q : “Est-ce qu’un véhicule peut être pris à un point et déposé à un autre ?”

R : Une telle possibilité nécessite des “jockeys” pour répartir les véhicules entre les différents points de collecte, ce qui augmente le coût du service. C’est pourquoi la plupart des opérateurs demandent de rendre le véhicule à l’endroit où il a été emprunté. Chez Mobility Car Sharing (53 000 adhérents, 1 750 véhicules dans 400 villes suisses), une enquête a montré qu’une telle demande reste très marginale.

Caisse Commune est un service de voitures partagées à Paris (75) :

1 400 adhérents, 62 véhicules (GPL/essence)

répartis sur 7 sites (chiffres mars 2003).

Caisse Commune ouvre une nouvelle station à partir de 10 demandes d’adhésion dans un même quartier.

Contact : www.caisse-commune.com.



L’association Auto’trement de Strasbourg (67)

a démarré en décembre 2000



avec des stations localisées à proximité du tramway et des parcs relais. Le système fonctionne surtout pour des déplacements de loisirs, le soir et la fin de semaine. L’association souhaite développer la complémentarité de ses services avec les entreprises qui ont des besoins de déplacement sur toute la journée.

Avec un réseau de 22 voitures réparties sur 8 quartiers de Strasbourg, l’abonnement Auto’trement a déjà séduit plus de 300 Strasbourgeois.

Le service strasbourgeois appartient à la coopérative France Autopartage, comme les services de Marseille et Lyon, permettant ainsi à un abonné d’emprunter un véhicule dans les trois villes.

Contact : www.autotrement.com.

3.2.7 - Les nouvelles pratiques de travail

Ces nouvelles pratiques sont :

- le télétravail au domicile ou dans des sites décentralisés,
- la visioconférence et la réunion téléphonique,
- les horaires flexibles et la semaine de 4 jours,
- les services de proximité.

Q : Qu'est-ce que le télétravail ?

R : Le télétravail permet aux employés de travailler ailleurs que sur le site de leur entreprise. La France compterait 400 000 télétravailleurs, soit 2 % de la population active. Cette pratique est beaucoup plus répandue dans le Nord de l'Europe. Le salarié peut travailler soit à son domicile, soit dans une antenne décentralisée : le bureau de proximité ou " télé espace". Les bureaux de proximité sont des locaux loués pour permettre aux télétravailleurs d'avoir un espace adapté à leur activité avec une atmosphère de travail recréée. Ces centres sont plus proches du lieu d'habitation et raccourcissent les déplacements quotidiens et leur durée. Ce système est très pratique pour les entreprises qui emploient des personnes habitant assez loin avec une mauvaise accessibilité au site. Le télétravail réduit les déplacements physiques en offrant beaucoup de flexibilité dans la gestion du temps et des activités. Il est particulièrement recommandé pour les activités sédentaires.

Comment mettre en place le télétravail ?

Louer des bureaux de proximité.

Etablir une connexion Internet et/ou réseau.

Disposer d'un pool d'ordinateurs portables.

Prévoir un système de remboursement des appels professionnels et/ou l'acquisition d'un téléphone cellulaire.

Q : “A quoi correspondent la visioconférence et la réunion téléphonique ?”

R : Ce sont des moyens de communication utilisant soit la vidéo, soit le téléphone pour participer à une réunion. Ces outils sont adaptés aussi bien pour les réunions de longues distances que pour les réunions dont les participants habitent la même région. Le déplacement, qui parfois consomme plus de temps que la durée de la réunion elle-même, est ainsi éliminé.

Comment réussir la visioconférence et la réunion téléphonique ?

La visioconférence et la réunion téléphonique nécessitent une bonne préparation pour garantir l'efficacité dans un temps de parole généralement contraint.

Encourager les employés à utiliser ces techniques de communication par des démonstrations et une formation.

Prévoir une salle spécialisée équipée en moyens de télécommunication (système vidéo, téléphone...).

Q : “Que signifient les horaires flexibles et la semaine de 4 jours ?”

R : Le système des horaires flexibles est basé sur la présence obligatoire des employés durant les heures importantes de la journée (par exemple 10 h-12 h et 14 h-16 h) avec une flexibilité pour les heures d'arrivée et de départ. Cette flexibilité permet un étalement des pointes de trafic, réduit la congestion et facilite la gestion des activités personnelles comme l'accompagnement à pied ou en vélo des enfants à l'école.

La compression de la semaine sur 4 ou 4 jours et 1/2 offre aux employés un jour de congé par semaine ou par quinzaine ; en contrepartie, ils s'engagent à faire des journées plus longues pour produire le même volume de travail.

La facilité d'accès aux locaux doit être la même aux heures creuses qu'aux heures de pointe.

Q : “Pourquoi des services de proximité ?”

R : Ils évitent les déplacements pendant le déjeuner, font vivre les commerces de proximité et facilitent les démarches : achat de titres de transports, boîte aux lettres, borne Internet pour les démarches administratives ou bancaires, livraison de plateaux repas et restauration légère...

3.2.8 - Les déplacements professionnels

Les bonnes actions à mettre en place

1	Encourager le transport public
	<p>Les employés doivent pouvoir préparer leur voyage et commander à l'avance leurs billets pour le compte de l'entreprise sans avance d'argent. Une personne désignée dans l'entreprise ou une agence de voyages peut les aider.</p> <p>Permettre l'accès aux sites Internet des sociétés de transport public ou la consultation de Cd-rom pour connaître les horaires.</p>
2	Créer une flotte de vélos d'entreprise
	<p>Créer une flotte de vélos de service pour les déplacements professionnels mais aussi disponible pour le retour au domicile.</p> <p>Mettre en place une indemnité kilométrique "vélo" pour les déplacements.</p>
3	Utiliser les nouvelles technologies de communication
	<p>Etudier comment la visioconférence et la réunion téléphonique peuvent limiter les déplacements professionnels.</p>
4	Évaluer précisément le besoin en véhicules de service
	<p>Les véhicules de service doivent être tous mis en pool et non attribués à certaines personnes.</p> <p>Ils doivent être utilisés par besoin et non comme un avantage en nature.</p>
5	Vers une utilisation plus efficace de la voiture
	<p>Une meilleure organisation des déplacements professionnels peut mener à une réduction substantielle de la part modale de la voiture pour les déplacements domicile/travail. Si les salariés n'ont plus besoin de leur propre voiture (ou d'une voiture qui leur est attribuée) pour les déplacements professionnels, ils seront moins incités à utiliser la voiture pour se rendre au travail.</p>
6	Revoir la répartition des indemnités kilométriques
	<p>Prendre en compte la possibilité d'utiliser d'autres modes de transport que la voiture et réorganiser les indemnités avec des conditions d'attribution. Selon le déplacement professionnel, remplacer les indemnités par des tickets de bus ou offrir des facilités permettant la pratique du vélo.</p>
7	Taxis, véhicule partagé, location courte durée...
	<p>Encourager l'utilisation de ces prestations en complément ou en remplacement des véhicules de service.</p>

Q : “Comment assurer une sécurité pour mon vélo sur le lieu de la réunion ?”

R : Il n'y a pas souvent d'aménagements pour les vélos dans les lieux publics et les lieux de réunion. Des petites astuces sur les manières de garer un vélo en toute sécurité doivent être communiquées aux employés. Par exemple, un antivol en U de bonne qualité, rendant solidaires le cadre et éventuellement une roue à un poteau fixe, est un excellent moyen de se prémunir contre le vol.

Inciter les employés à se renseigner sur les aménagements spécifiques sur les lieux de réunion et encourager les partenaires à équiper un endroit pour attacher les vélos (parking sécurisé, couloir ou entrepôt aménagés).

Q : “Comment puis-je valoriser les salariés qui utilisent un mode alternatif pour les déplacements professionnels ? ”

R : Il existe plusieurs manières de valoriser les employés. Les outils de communication sont les plus faciles à mettre en œuvre. Il est aisé de faire un article sur les déplacements professionnels dans les journaux interne et externe de l'entreprise en relatant l'expérience d'un pratiquant régulier. La culture commune de l'entreprise aidant, les collègues auront envie d'essayer à leur tour...

La Ville de Gand (Belgique),

a décidé de montrer le bon exemple en développant les déplacements alternatifs et respectueux de l'environnement.

Une flotte de vélos de service a été mise en place pour les déplacements d'affaires et un remboursement de 0,15 €/km a été instauré. La Ville a organisé une large campagne de promotion et une tarification du parking spécifique pour les employés venant toujours en voiture.

Les vélos de service sont destinés :

- pour les courts trajets entre les différents bâtiments de la collectivité,
- pour les déplacements professionnels,
- pour les trajets privés (selon la disponibilité des vélos, les employés peuvent les utiliser pour le retour à leur domicile).

L'expérience a montré que 20 % des déplacements professionnels se font dorénavant à vélo et les frais ont été considérablement réduits. Les mesures proposées ont également permis de faire progresser l'usage du vélo de 20 % pour les déplacements domicile/travail.

Source : www.mobilitymanagement.be.

3.2.9 - Les visiteurs

Les bonnes actions à mettre en place

1

La publicité

L'entreprise est soucieuse de l'environnement : il faut le publier ! Cela encouragera les visiteurs à adopter le même état d'esprit lors de leurs déplacements.

2

L'information

Réaliser une carte en faisant clairement apparaître les accès aux sites par tous les modes de transport, les temps de parcours, les gares les plus proches, les parkings à vélo...

S'assurer que les employés informent correctement les visiteurs des possibilités d'accès.

3

La réunion à distance

La réunion téléphonique et la visioconférence peuvent éviter le déplacement.

STMicroelectronics (38)

offre un ticket de bus à tous les visiteurs partant de l'entreprise. Il est, en effet, plus facile et rapide de prendre la ligne de bus, avec une fréquence de 10 minutes à l'heure de pointe, que d'appeler et d'attendre un taxi pour rejoindre la gare SNCF de Grenoble. Cette initiative est très appréciée et l'entreprise a reçu de nombreux commentaires positifs de la part de ses visiteurs.

Source : STMicroelectronics.

3.3 - La validation des choix

Avant de décider des mesures à adopter, les solutions pressenties peuvent être testées auprès des salariés afin de connaître les intentions et d'estimer les coûts.

Ce test peut prendre la forme d'un questionnaire diffusé à l'ensemble des salariés.

Il s'agit de décrire les différentes mesures envisagées et demander au répondant de se prononcer. Exemple de formulation : *Si votre employeur vous rembourse la moitié de votre abonnement aux transports en commun en échange d'un engagement de votre part à ne pas prendre, sauf exception, votre voiture pour venir travailler, utiliseriez-vous les transports en commun ?*

Les traitements statistiques et les analyses des réponses permettront de segmenter la population des salariés en fonction de leurs intentions d'utilisation et de prévoir une communication plus ciblée sur les mesures adoptées.

3.4 - L'évaluation du budget PDE

Le budget est estimé en temps et en argent. Les effets et les bénéfices sont progressifs et se mesurent sur le long terme.

Domaines	Indications	Coûts
L'étude PDE	Selon la taille de la société, l'étude peut aller de 30 000 € à 50 000 €.	
● Groupes de travail		
● Coordinateur animateur	A plein temps ou à mi-temps, il peut déjà faire partie de l'entreprise.	
● Communication		
● État des lieux		
● Enquête	Pour minimiser les frais, elle peut être faite via Intranet.	
Piéton et Vélo		
● Achat	Environ 300 € par vélo.	
● Parking vélo	1 arceau pour 2 vélos, environ 150 € pose comprise.	
● Maintenance	Même équipe que pour les voitures de service.	
● Douches et casiers	1 douche pour 5 casiers. Environ 1 500 € l'ensemble.	
Voiture		
● GPL/GNV/ électrique	Aides à l'investissement. Coût de fonctionnement faible, carburant peu onéreux.	
● Maintenance des véhicules de service ou de fonction		
Transport en commun		
● Participation abonnement	Soit mensuelle ou annuelle. Coût d'un abonnement de 32 à 43 € /mois.	
● Nouvelle ligne de bus	Négociation avec l'autorité compétente, l'entreprise peut participer à son coût de fonctionnement.	

Domaines	Indications	Coûts
Covoiturage		
● Logiciel	Coût d'achat ou de location.	
● Gestion base de données	Faite par l'équipe informatique.	
● Maintenance des véhicules	Même équipe que pour les voitures de service.	
Nouvelles pratiques de travail		
● Formation		
● Location de locaux	Variable en fonction de la surface.	
● Installation du réseau		
Autres		
● Fiche d'accessibilité	Peut être réalisée par le service communication.	
● Mise en place d'un point information transport	Prise en charge possible par la société de transport.	
La vie du PDE		
● Coordinateur	Évalué à un mi-temps minimum pour environ 1 000 personnes sur un site unique ou plusieurs sites groupés sur une même ville.	
● Actions de communication	Événementiel, témoignages, nouveautés, etc.	
● Évaluation	Méthode et moyens d'évaluation environnementale fournis par l'ADEME.	
	Coût global de la démarche PDE	

La Communauté urbaine de Strasbourg (67)

a investi dans un poste à mi-temps pour le conseil en mobilité auprès de ses employés et dans un poste à temps plein pour le conseil en mobilité auprès des entreprises.

Source : Communauté Urbaine de Strasbourg.

Les aides possibles

- La délégation régionale ADEME peut subventionner une partie de l'étude PDE : jusqu'à 50 % du montant des études plafonnées à 75 000 €.
- Selon les cas, l'autorité organisatrice de transport peut aider à concrétiser certains projets comme l'amélioration du service de bus, la participation à l'élaboration de la fiche d'accessibilité, l'information et le conseil personnalisé auprès des salariés.
- La ville peut aider à réfléchir sur les questions de stationnement sur la voie publique et aménager des chemins cyclables et piétonniers.

La Ville de Lyon et Lyon Parc Auto

mettent à disposition du personnel municipal 30 vélos dans un parc de stationnement proche de l'Hôtel de Ville pour les déplacements professionnels.

Source : ADEME Rhône-Alpes.

Les bénéfices socio-économiques d'un PDE

Selon les actions choisies, les bénéfices seront différents. Les actions engendrent une autre manière de se déplacer pour les trajets domicile/travail et, à plus long terme, une nouvelle façon de penser sa mobilité. Ces bénéfices ont des répercussions qualitatives sur l'entreprise, sur la vie de l'employé lui-même et sur son environnement local.

L'employeur	L'employé	La collectivité
Meilleure répartition des dépenses	Meilleure santé et salariés plus dynamiques.	Meilleur partage de l'espace public entre toutes les catégories d'usagers.
Nouvel usage des places de parking libérées	Moins de dépenses pour la voiture particulière.	Moins de congestion, de nuisances sonores et de pollution atmosphérique.

Les mesures prises par Hewlett Packard,

située dans une zone industrielle de Bristol (*Royaume-Uni*),

ont coûté à peu près la même somme que ce qu'aurait dû dépenser l'entreprise si elle n'avait rien fait et elle n'aurait pas eu les bénéfices qualitatifs.

Source : The benefits of green transport plans, 1999 DETR.

La Royal Bank of Scotland (*Royaume-Uni*) estime gagner environ 100 000 € par mois en introduisant la téléconférence qui est utilisée en moyenne 450 fois par mois entre ses 33 sites équipés. Toute demande de trajet doit être justifiée et ainsi 60 % des téléconférences remplacent un ou plusieurs trajets.

Source : The benefits of green transport plans, 1999 DETR.

L'entreprise PSA Peugeot Citroën, Centre de Vélizy (78),

avait un problème de stationnement causé par la forte croissance de ses effectifs. Le covoiturage a permis l'économie de 120 places soit l'équivalent de 382 000 €.

Source : ADEME Ile-de-France.

- Une place de parking en surface représente pour l'entreprise entre 1 500 € et 2 300 € d'investissement pour 25 m².
- Les accidents de circulation sont la première cause d'accidents mortels parmi les accidents du travail (62 % en 2001).

3.5 - L'élaboration du budget déplacement de l'entreprise

En principe, le budget consacré aux transports est intégré dans les coûts de fonctionnement de l'entreprise. Les dépenses doivent donc être extraites de plusieurs postes à identifier. Ce budget va dépendre de plusieurs facteurs : la localisation de l'entreprise, les efforts déjà investis, les installations existantes, etc. Il s'agit de regarder les postes suivants dans le plan comptable :

- 611 : sous-traitance (surveillance des parkings...)
- 613 : location mobilière (parkings...)
- 615 : entretien
- 616 : assurance
- 624 : transport collectif entre établissements
- 625 : voyages et déplacements (indemnités kilométriques...)
- 633 : versement transport
- 641 : indemnité de transport (abonnements aux transports en commun...)
- 645 : taux d'accidents du travail
- 681 : amortissement des infrastructures (parkings...)

Une fois rempli, le tableau page suivante donne une idée un peu plus précise des sommes investies pour chacun des domaines.

Généralement, les dépenses les plus importantes sont :

- le versement transport,
- les dépenses liées au stationnement et à la voirie interne,
- les dépenses liées aux déplacements d'affaires,
- les dépenses liées à la flotte des véhicules de service.

Domaines	Indications	Coût avant le PDE	Estimation après le PDE
Versement transport	Obligatoire pour une entreprise de plus de 9 personnes et selon sa situation géographique. Remboursement en cas d'organisation d'un transport collectif par l'employeur, au prorata du personnel concerné.		
Stationnement	Variable selon les coûts fonciers.		
● Location	En centre-ville, le coût est d'environ 900 € par an et par place.		
● Achat	A titre indicatif, toutes dépenses confondues : 3 049 € par place en surface ; entre 15 000 € et 23 000 € par place en souterrain ou en étages.		
● Surveillance			
● Entretien			
● ...			
Déplacements d'affaires			
● Location véhicule			
● Indemnités kilométriques	Dans le cas où le salarié utilise sa voiture personnelle.		
● Carburant			
● Temps improductif	Temps passé à conduire un véhicule lors des déplacements.		
● Location de salles			
● ...			

Domaines	Indications	Coût avant le PDE	Estimation après le PDE
Véhicules de service ou de fonction	Montant généralement annuel (investissement et amortissement).		
● Carburant			
● Maintenance			
● ...			
Primes et indemnités kilométriques			
Accidents du travail	Coûts liés aux accidents sur les trajets professionnels et domicile/travail.		
● Invalidité	Frais d'assurance et de procédure, salaires versés au personnel de remplacement, frais de gestion. Un accident représente en moyenne 2 mois d'arrêt de travail.		
● Cotisation	Majoration forfaitaire "accident de trajet" de la cotisation d'accident du travail. En 2002, elle représentait 0,36 € pour 100 € de salaire. Une ristourne de 35-40 % est possible si l'entreprise met en œuvre des mesures favorables à la réduction des accidents.		
Autres... par exemple, coût qu'engendrerait l'extension d'un parking ou une construction de structure (en investissement et en fonctionnement)			
Rappel du coût global de la démarche PDE			
Total général du budget déplacement prévisionnel de l'entreprise			

3.6 - La formalisation finale

Cette dernière étape, avant la mise en œuvre, consiste à rédiger un document de synthèse présentant l'ensemble du Plan de déplacements entreprise, à savoir :

- ☞ les principaux éléments du diagnostic,
- ☞ les objectifs généraux et les améliorations attendues,
- ☞ la liste des mesures retenues, avec leur description et leurs objectifs,
- ☞ un échéancier des réalisations,
- ☞ les moyens humains et organisationnels communs à l'ensemble des mesures,
- ☞ les moyens de communication interne et externe qui seront mobilisés,
- ☞ le budget global.



4 - ÉTAPE 4 METTRE EN ŒUVRE ET SUIVRE LE PDE

4.1 - L'organisation de la mise en œuvre des mesures

Les détails concernant les modalités de mise en œuvre sont propres à chaque mesure choisie par l'entreprise. Cependant, certaines étapes sont communes.

- Identifier et désigner un responsable chargé de la mise en place et du suivi des actions : cette personne, nommée "coordinateur mobilité" ou animateur PDE, peut être un salarié de l'entreprise à qui un minimum de temps sera alloué pour cette fonction ou une personne recrutée pour l'occasion.
- Définir les objectifs et les moyens de la communication interne et externe. Il est recommandé de formaliser la mise en place des premières mesures par l'organisation d'une journée de lancement.
- En parallèle à ces actions, il faut préparer la collecte des candidatures aux différentes mesures et constituer une base de données avec les demandes de chacun des salariés.

4.2 - L'accompagnement par les actions de communication / sensibilisation

Tout au long du projet, il est essentiel de communiquer régulièrement sur l'avancement et les enjeux du Plan de déplacements. Mais, s'agissant in fine de modifier des comportements, la communication doit sensibiliser et donc favoriser l'implication de tous, en convainquant les salariés qu'ils ont un rôle actif à jouer.

Il est recommandé de privilégier des actions de communication directe permettant un contact avec les salariés, pour qu'un dialogue puisse être engagé et que chacun comprenne de quelle manière il peut concrètement participer au succès du Plan de déplacements de l'entreprise.

L'organisation de manifestations sur le site doit être privilégiée : des ambassadeurs mobilité au sein de chaque service, des stands animés sur des lieux de passage (accueil, restaurant...) par les participants du groupe de projet ou d'autres volontaires.

Le succès engendre le succès, si les salariés trouvent que quelque chose marche bien, ils y prendront part. Il est donc important d'informer sur le résultat des réalisations et de les promouvoir.

L'annexe 4, page 81, détaille quelques éléments de communication.

4.3 - La pérennisation de la démarche

Lorsque les actions sont mises en place, il est indispensable d'en assurer le suivi : ce travail permettra de vérifier la réalisation des objectifs fixés au départ, d'engager d'éventuelles mesures correctives et d'identifier des idées nouvelles pour maintenir la démarche.

Il est recommandé d'entretenir la dynamique par des messages réguliers sur les pratiques de déplacement.

- Enquêtes de satisfaction auprès des utilisateurs.
- Gestion des réclamations et problèmes rencontrés.
- Communication régulière sur les résultats de la démarche, témoignages et valorisation de salariés qui ont changé de pratiques au profit de modes de déplacement alternatifs, etc.

4.3.1 - Le suivi

Les mécanismes de suivi sont intégrés au déroulement du PDE :

- observations et expérimentations des actions mises en place,
- mesures régulières de l'utilisation de chaque mode de transport (enquêtes, comptage).

Les résultats sont très utiles pour reconnaître la réalisation des actions entreprises, encourager les meilleures façons de faire et accroître la sensibilité des employés.

L'enquête photographique

Il est méthodologiquement recommandé qu'une enquête d'évaluation soit menée en continu mais c'est un système consommateur de temps et d'investissement. Une alternative est "l'enquête photographique" qui demande simplement aux employés par quel moyen ils sont venus au travail et comment ils se déplaceront pour leurs trajets professionnels le jour de l'enquête. Elle ne fournit pas le niveau de détails atteint par une enquête traditionnelle, mais elle indiquera le mode de transport choisi qui pourra être comparé aux données issues du diagnostic.

Une enquête photographique à intervalles réguliers permet d'identifier quelles actions fonctionnent et quels modes de transport ont besoin de promotion supplémentaire.

Les points clés de l'enquête photographique :

1. Réalisable à intervalles réguliers et à faibles coûts.
2. Les salariés peuvent être interrogés à l'entrée des locaux ou sur leur lieu de travail.
3. La messagerie électronique peut être utilisée.
4. Si les salariés ne sont pas tous interrogés, il faut définir un échantillon de salariés représentatif.

5. Choisir les mardi et jeudi, jours de la semaine les plus représentatifs des pratiques de déplacement, et préférer le printemps ou l'automne et un jour non pluvieux.

6. Dans les énoncés des questions, distinguer les conducteurs seuls, les conducteurs de covoiturage, les passagers, les différents usagers des transports publics, les cyclistes et les marcheurs.

7. Identifier les interviewés permet de connaître les freins pour chaque type de personne. Par exemple, s'il n'y a pas beaucoup de femmes qui marchent c'est peut-être à cause du manque d'éclairage sur les chemins piétonniers.

On peut profiter d'une journée festive particulière, par exemple le 22 septembre lors de la journée "En ville, sans ma voiture !" pour réaliser une enquête flash sur les modes de déplacement utilisés. Cependant, les résultats risquent d'être faussés par rapport à un jour de semaine ordinaire. Il faudra nécessairement demander aux enquêtés de préciser aussi quels modes de transport ils utilisent habituellement et compléter cette enquête flash par une enquête photographique à une autre période de l'année.

Le comptage

Le tableau suivant présente des indicateurs utiles pour chaque catégorie de salariés, il en existe beaucoup d'autres...

Usagers du bus

Nombre d'abonnements subventionnés.
Nombre de tickets distribués.

Usagers du train

Nombre d'abonnements subventionnés.

Taxis

Nombre de courses payées.

Covoitureurs

Nombre d'inscrits à la base de données.
Comptage des voitures sur les places réservées.

Cyclistes

Comptage des vélos garés sur le site.
Nombre de prêts/indemnités pour l'achat d'un vélo.
Nombre de vélos de service utilisés.

Conducteurs individuels

Comptage des véhicules dans le parking.

Marcheurs

Nombre de réflecteurs ou parapluies fournis.
Comptage des salariés habitant à proximité.

Des indicateurs comme les économies financières, les émissions de CO₂ évitées, la quantité de carburant non consommé, le temps et les kilomètres gagnés peuvent être ajoutés.

4.3.2 - Comment maintenir l'élan

Quelques mois après le début du PDE, l'enthousiasme initial est peut-être retombé. Il est important que les employés gardent à l'esprit que le concept est vivant. Un PDE surchargé au départ peut être aussi dommageable qu'un PDE pas assez consistant.

Construire des bases solides

Les personnes se découragent facilement, un petit problème peut être suffisant pour dissuader ceux qui sont sceptiques ou peu intéressés. Si les salariés estiment que le plan est bien géré, ils y apporteront plus de crédibilité et passeront le mot à leurs collègues. Inversement, si le PDE est faible, le mot passera encore plus rapidement.

1. S'assurer de la mise en place des actions sur le lieu de travail. Passer en revue régulièrement les initiatives.

2. Un problème doit être élucidé. Les réponses doivent être appropriées et apportées rapidement. Il peut s'agir d'un problème de gestion du covoiturage, de la perte des clefs d'un casier, d'une chambre à air à réparer sur un vélo de service.

3. Garder une information disponible et actualisée, par exemple sur la fiche d'accessibilité.

4. Encourager les commentaires aussi bien positifs que négatifs (boîte à idées). Les problèmes les plus vites évoqués sont les mieux résolus et les employés n'hésiteront pas à entretenir le dialogue, à exposer leur point de vue et à faire preuve d'imagination s'ils se sentent écoutés.

5. Chaque entreprise a son propre système de valeur, sa propre culture. Ce qui marche bien pour un établissement n'est peut-être pas forcément bon pour un autre et vice versa.

Le rôle clé de l'animateur

La création d'un poste d'animateur PDE est le moyen le plus sûr de promouvoir en continu la démarche : "M^{me} ou M. PDE". L'existence de cette fonction démontre déjà l'implication de l'entreprise. Les employés demandant de l'information, ou de l'aide, trouveront plus simple d'aller voir une personne spécialisée et obtiendront des réponses efficaces et rapides. L'animateur sera vigilant, fera le lien entre la direction et les salariés et garantira la cohérence du plan dans son ensemble.

Si la taille de l'entreprise est petite ou si ses ressources financières ne permettent pas la création d'un poste à plein temps, un poste à mi-temps peut suffire. Des problèmes peuvent apparaître si l'animateur exerce d'autres responsabilités qui empiètent progressivement sur son rôle d'animateur. Pour éviter ce genre de complication, un bureau ou une salle peut lui être alloué avec des horaires spécifiques.

Introduire de nouvelles actions

L'introduction de nouvelles idées permet de garder les salariés intéressés et d'attirer les nouveaux convertis. Il faut s'assurer que la publicité soit suffisante et que tout le monde connaisse les changements opérés.

LES BASES

1. Mettre en valeur des initiatives actuelles.
2. S'assurer que le service des ressources humaines informe les nouveaux arrivants.
3. Recueillir les commentaires sur le PDE des personnes quittant l'entreprise.
4. Cibler un service et réaliser un audit des déplacements pour savoir où les dépenses peuvent être économisées.
5. Incorporer des objectifs "déplacements" dans les missions annuelles du personnel, ex. : utilisation de la visioconférence.
6. Mettre en place une garantie de retour pour les cyclistes.
7. S'assurer que la fiche d'accessibilité concerne tous les modes et préciser l'accès en transport en commun sur chaque courrier et sur le site Internet.

LE MARKETING

1. Mettre en place une campagne d'information.
2. Poser des affiches dans des lieux hors du commun (ex. : restaurant d'entreprise).
3. Animer un concours d'idées (logo, slogan, mesures).
4. Créer une page PDE sur le site Internet.
5. Organiser des petits-déjeuners PDE.
6. Utiliser un papier à en-tête spécifique PDE.
7. Organiser un événement tout les mois ou tous les semestres sur le vélo, le transport public, le déplacement sans voiture.
8. Introduire un système de points donnant droit à des prix. Par exemple, l'utilisation d'un vélo pour les réunions permet d'acquérir des points et de gagner un kit réparation, un vêtement de pluie ou des bons d'achat vélo...
9. Produire une vidéo sur le PDE qui sera diffusée pendant les événements ou à la cantine.
10. Créer une tombola quotidienne ou hebdomadaire : celui qui est venu en mode alternatif ce jour-là gagne ; sinon, l'argent est remis au tirage suivant.
11. Profiter de la journée "En ville, sans ma voiture !" pour accueillir le personnel autour d'un café-croissant et d'une enquête flash sur les déplacements.

LE VÉLO

1. Offrir le petit-déjeuner aux cyclistes une fois par mois.
2. Utiliser une campagne nationale organisée en faveur du vélo.
3. Promouvoir les vélos électriques.
4. Organiser régulièrement des révisions avec un réparateur local.
5. Introduire la location de vélos.
6. Introduire l'indemnité kilométrique.

LA MARCHÉ

1. Certaines suggestions pour les cyclistes peuvent être employées pour les marcheurs.
2. Créer une carte des chemins piétonniers et veiller à leur entretien.
3. Introduire la "récompense du marcheur".

LA VOITURE

1. Réduire ou supprimer l'indemnité kilométrique.
2. Si des voitures sont louées, obtenir les données sur les émissions de polluants pour informer les salariés sur le choix du mode utilisé¹⁶.
3. Aménager le parking pour le covoiturage.
4. Promouvoir une initiative spécifique comme de laisser la voiture à la maison une fois par semaine ou une fois par mois.
5. Pour les covoitureurs, offrir un nettoyage mensuel de la voiture ou un contrôle technique annuel.

LE TRANSPORT PUBLIC

1. Transmettre une information mise à jour régulièrement et disponible sur Intranet avec un accès aux sites des compagnies de transport.
2. Introduire le service voyage, endroit où acheter les tickets à l'avance et souscrire des abonnements.
3. Participer financièrement aux abonnements et fournir des tickets unitaires pour les déplacements professionnels.

16 - Données disponibles sur www.ademe.fr, rubrique les transports.

LES NOUVELLES PRATIQUES DE TRAVAIL

1. Investir dans un équipement de visioconférence et inciter à la conférence téléphonique.
2. Organiser des formations pour les utilisateurs potentiels.
3. Créer un pool d'ordinateurs portables pour ceux qui veulent travailler occasionnellement à la maison.
4. Introduire le travail à la maison.
5. Introduire le travail à horaires flexibles.

L'indice de déplacement

L'indice de déplacement représente pour chacun des salariés sa part relative d'utilisation des modes alternatifs à la voiture particulière pour ses déplacements quotidiens. *Je me déplace exclusivement en voiture : mon indice déplacement est de 0 %. Si en revanche pour une semaine de 5 jours, j'utilise un jour le bus, un autre jour le vélo, un autre encore je covoiture avec un collègue et j'utilise ma voiture en solo les 2 jours restants, mon indice de déplacement atteint 60 % (20 + 20 + 20 + 0 + 0). Une compétition interservices crée un dynamisme au sein de l'entreprise.*

L'institut Gustave Roussy de Villejuif (94)

a créé un "point-info transport" avec un animateur transport à temps plein qui aide et renseigne les salariés et les visiteurs sur les différentes possibilités de déplacement. Il incite à l'usage des transports en commun.

Source : ADEME Ile-de-France.

Les 2 000 employés de STMicroelectronics, implanté à Grenoble (38),

ont été moteurs dans la vie du PDE. Un groupe de "militants" fait vivre le PDE en encourageant et expliquant spontanément les diverses options qui s'offrent aux salariés.

Grâce à un ensemble d'actions diverses, l'entreprise a créé une dynamique au sein de la zone d'activité du Polygone, et de nouvelles sociétés voisines entreprennent une démarche PDE, comme le Commissariat à l'énergie atomique.

Source : STMicroelectronics.

- Les salariés sont les acteurs du PDE. Tous les jours, ils l'animent et le rendent vivant.

ANNEXE 1 : LE CADRAGE JURIDIQUE ET FISCAL

Les lois fondatrices de la politique des déplacements urbains

La loi d'orientation des transports intérieurs (LOTI), n° 82-1153 du 30 décembre 1982, est le texte de base qui définit la politique et l'organisation des transports en France. La LOTI a été plusieurs fois modifiée afin d'intégrer de nouvelles préoccupations, notamment environnementales.

La loi sur l'air et l'utilisation rationnelle de l'énergie, n° 96-1236 du 30 décembre 1996, a redéfini les objectifs des Plans de déplacements urbains (PDU) et les a rendus obligatoires pour toutes les agglomérations de plus de 100 000 habitants.

Au niveau de l'agglomération, le PDU constitue l'outil central de la politique de déplacements. Son objectif majeur est la maîtrise de la circulation en ville, notamment grâce à une amélioration de l'offre de transports en commun et une revalorisation des modes "doux" : le vélo et la marche. Parmi ses prescriptions, le PDU porte sur *"l'encouragement pour les entreprises et les collectivités publiques à établir un plan de mobilité (ou déplacements) et à favoriser le transport de leur personnel, notamment par l'utilisation des transports en commun et le covoiturage"* (article 28-1 de la LOTI modifié). La loi relative à la solidarité et au renouvellement urbains (SRU), n° 2000-1208 du 13 décembre 2000, aborde la politique des transports urbains en renforçant la cohérence entre les politiques d'aménagement, de déplacements et de stationnement dans les Schémas de cohérence territoriale, les PDU et les Plans locaux d'urbanisme. Elle incite les collectivités locales à être plus attentives aux besoins spécifiques des employeurs et gestionnaires d'activités (publics ou privés) en termes de déplacements de leurs personnels, clients ou visiteurs et ce, notamment, par la promotion des Plans de déplacements et par une aide à la mise en place d'actions.

Dans les agglomérations de plus de 100 000 habitants, l'autorité publique responsable de l'organisation des transports doit :

- établir un **compte "déplacements"** dont l'objet est de faire apparaître, pour les différentes pratiques de mobilité dans l'agglomération ou dans son aire urbaine, les coûts pour l'usager et ceux qui en résultent pour la collectivité ;
- mettre en place un **service d'information multimodale** à l'intention des usagers ;
- mettre en place un **service de conseil en mobilité** à l'intention des employeurs et des gestionnaires d'activités générant des flux de déplacements importants (article 27-1 de la LOTI modifié).

Les aspects fiscaux

La loi relative à la participation des employeurs au financement des transports publics urbains, n° 82-684 du 4 août 1982, dispose que les entreprises de la région parisienne doivent prendre en charge, au taux de 50 %, le prix des titres d'abonnements souscrits par les salariés pour leurs déplacements effectués au moyen de transports publics de voyageurs, entre leur résidence habituelle et leur lieu de travail (article 5).

Cette participation est exonérée de charges sociales, seule la part supérieure à 50 % est soumise à cotisation si l'entreprise décide de rembourser plus de 50 % de l'abonnement.

La loi SRU complète ce dispositif pour les employeurs de province : *"en dehors de la zone de compétence de l'autorité organisatrice des transports parisiens, toute personne physique ou morale, publique ou privée, employant un ou plusieurs salariés, peut prendre en charge tout ou partie du prix des titres d'abonnement souscrits par ses salariés pour leurs déplacements au moyen de transports publics de voyageurs entre leur résidence et leur lieu de travail"* (article 5-1 de la loi 82-684 du 4 août 1982 modifié).

Cependant, la loi SRU n'a pas permis de clarifier certains aspects fiscaux qui font l'objet d'interprétations diverses.

Les charges patronales et salariales

Concernant les charges sociales qui pourraient être dues par l'employeur au titre de cette participation à l'abonnement, le ministère chargé des Affaires sociales admet que, dans un souci d'harmonisation, les indemnités de transport public versées aux salariés de province soient exonérées dans les mêmes conditions que dans la région parisienne, c'est-à-dire jusqu'à hauteur de 50 % du coût total réel et selon les modalités suivantes : l'assiette retenue est le tarif seconde classe de la SNCF ou des entreprises de transport public urbain ; un justificatif doit être présenté (attestation sur l'honneur ou titre de transport) ; les conditions d'éloignement doivent être respectées.

Cependant, les organisations locales de l'Union de recouvrement des cotisations de sécurité sociale et d'allocations familiales (URSSAF) ont une interprétation parfois différente concernant le plafond de non-exonération de cette prise en charge par l'employeur : certaines URSSAF admettent l'exonération des indemnités dans la limite du coût de l'abonnement de transport en commun nécessaire aux déplacements.

Pour couper court à ces interprétations, certaines entreprises versent directement à l'exploitant de transport public urbain leur participation aux abonnements, ce qui leur permet de ne pas avoir à gérer d'indemnité sur les salaires.

L'avantage en nature

L'exonération de l'impôt pour l'employé qui perçoit une indemnité pour tout ou partie de son abonnement de transport public pour effectuer ses déplacements domicile/travail fait l'objet de discussions. Jusqu'à présent, cette exonération de l'impôt sur le revenu se limite à une indemnité de 3,51 € par mois.

La question de l'avantage en nature concerne tous les modes : en particulier, l'attribution d'une place de stationnement sur son lieu de travail est un avantage en nature à déclarer.

La prise en compte des accidents de trajet

Les ristournes sur la majoration M1

Chaque entreprise dispose d'un taux spécifique de cotisation pour les accidents du travail en fonction de son activité, cotisation à laquelle s'ajoute la majoration M1 en cas d'accident de trajet.

En 2002, cette majoration est égale à 0,36 % du salaire brut mensuel (ce taux est fixé chaque année en fonction du coût global des accidents de trajet inscrits à un compte collectif national). Il est possible de s'adresser à la Caisse régionale d'assurance maladie (CRAM) pour une demande de ristourne sur la cotisation forfaitaire trajet qui peut aller de 25 à 50 %, à condition de prouver qu'une réelle politique de prévention des risques est menée dans l'entreprise. Deux éléments peuvent permettre d'obtenir une ristourne :

- l'organisation par l'entreprise du transport de ses salariés ;
- la présence d'un restaurant d'entreprise ayant une forte fréquentation, ce qui limite le nombre de trajets.

Une ristourne ne pourra être accordée que si l'établissement demandeur assure déjà correctement la sécurité des déplacements à l'intérieur de ses propres murs.

D'autres facteurs sont pris en compte mais ne sont pas aussi déterminants :

- élaborer une démarche PDE dans un souci de faire baisser l'accidentologie des salariés ;
- prévoir le logement de ses salariés aux environs de l'entreprise ;
- créer un plan de formation à la sécurité routière, point essentiel dans le cadre de la mise en place de mesures favorisant le covoiturage (le covoiturage seul n'ouvre droit à aucune ristourne) ;
- réaliser des infrastructures améliorant la sécurité lors des déplacements : aménagement d'une sortie d'usine, raccordement à des pistes cyclables.

Covoiturage et accident de trajet

Les accidents qui surviennent lors d'un trajet effectué par des salariés qui covoiturent sont-ils considérés comme des accidents de trajet ou des accidents du travail ?

En fonction de la réponse, les conséquences sont différentes pour l'employeur. En revanche, cela n'a pas d'incidence pour la personne accidentée qui dans tous les cas est prise en charge par la Sécurité sociale.

☞ Dans le cas d'un accident de trajet, la responsabilité de l'employeur n'étant pas mise en cause, l'entreprise ne peut pas être pénalisée : un accident reconnu comme accident de trajet n'entraînera donc pas une hausse de la cotisation forfaitaire payée par l'entreprise.

☞ Un accident du travail peut entraîner une hausse de la cotisation, voire le paiement de pénalités puisque la responsabilité de l'employeur est engagée.

Pour apprécier la nature d'un accident, la Caisse primaire d'assurance maladie (CPAM) s'intéresse à **l'heure et à l'endroit** où celui-ci a eu lieu. Un accident est lié au trajet s'il s'est produit suffisamment près du trajet habituel du salarié, c'est-à-dire le trajet le plus pratique pour se rendre du domicile au lieu de travail. Seuls les détours justifiés par des actes indispensables de la vie courante sont admis (dépose des enfants à l'école par exemple).

Un accident survenant à un salarié faisant un détour pour récupérer des collègues pour covoiturer risquerait donc d'être considéré comme un accident du travail.

Cependant, la loi portant diverses dispositions d'ordre social, éducatif et culturel, n° 2001-624 du 17 juillet 2001, prévoit, dans son article 27, que le trajet domicile/travail puisse ne pas être le plus direct : si le détour a été rendu nécessaire dans le cadre d'un covoiturage **régulier**, le salarié victime d'un accident dans ces conditions est protégé par la législation sur les accidents de trajet.

Afin que la responsabilité de l'employeur ne puisse pas être engagée, aucun lien de subordination ne doit être établi entre l'employeur et les salariés dans l'organisation de ce covoiturage.

ANNEXE 2 : LA CONDUITE ET L'ANALYSE DES ENTRETIENS INDIVIDUELS

L'objectif est de recueillir et analyser des données sur les pratiques de déplacements des salariés. La méthode préconisée est l'entretien individuel. Les contraintes et les expériences de chacun s'exprimeront de manière beaucoup plus riche et variée que dans le cadre de réunions de groupe.

Constitution de l'échantillon des répondants

L'objectif étant ici de nature qualitative, on ne cherchera pas à constituer un échantillon statistiquement représentatif de l'ensemble des salariés. On veillera en revanche à couvrir la diversité des situations rencontrées par les salariés : l'échantillon doit alors être typique, c'est-à-dire composé d'individus suffisamment différents les uns des autres (notamment en termes de modes de transport utilisés et de situation professionnelle).

L'expérience montre qu'il n'est pas nécessaire de rencontrer un trop grand nombre de personnes pour collecter l'information nécessaire : un échantillon de 15 à 30 personnes suffit, avec au moins une personne correspondant à chaque catégorie identifiée (sans chercher à recruter un nombre d'individus au prorata du poids de chacune des catégories). L'échantillon typique se constitue à partir des critères de sélection suivants :

- ☞ le genre (homme ou femme),
- ☞ le statut,
- ☞ le mode de transport utilisé (voiture, transport en commun, vélo, marche),
- ☞ la commune de résidence par rapport au lieu principal de travail (une personne habitant en ville et à 2 km de son lieu de travail n'aura pas les mêmes réactions qu'une personne habitant à 20 km en milieu rural),
- ☞ le métier et les contraintes qui lui sont associées (horaires, secteur d'intervention, travail sur plusieurs sites...).

Conduite des entretiens

L'entretien semi-directif est une technique très efficace dans le cas présent car elle permet à l'enquêteur d'aider la personne interrogée à raconter son expérience et à faire part de ses jugements sans l'influencer. Cette technique paraît ici la plus adaptée car elle réalise la meilleure synthèse possible entre le "laisser-faire" de l'entretien non directif - où la personne interrogée se décrit plus qu'elle ne parle de l'objet de l'étude - et la "brutalité" de l'enquête par questions ouvertes - où elle ne peut s'exprimer librement ni suivre sa propre logique. Concrètement, un entretien semi-directif comporte deux parties : la première vise à recueillir un discours spontané, la seconde aborde une série de thèmes déterminés au préalable par l'enquêteur.

Par exemple, on peut dans un premier temps inviter la personne interrogée à s'exprimer de manière très générale sur le thème des déplacements, avec une formulation du type "*Parlez-moi de vos déplacements entre votre domicile et votre lieu de travail*". Dans un second temps, on peut lui demander de s'exprimer sur des thèmes plus précis :

- ☞ la question du stationnement,
- ☞ l'utilisation des transports en commun,
- ☞ la manière dont est perçue la politique actuelle de l'entreprise en matière de déplacement.

La confrontation de ces deux parties permet à la fois de comprendre et d'expliquer l'importance que revêt chaque thème pour la personne interrogée. L'enquêteur utilise, pour ce faire, un **guide d'entretien spécifique** où sont listés les thèmes à aborder, ainsi que d'éventuelles relances sur certains points précis.

La conduite de l'entretien exige de l'enquêteur qu'il soit capable de maîtriser suffisamment les hypothèses de départ pour amener la personne interrogée à s'exprimer sur les points qui intéressent l'étude, tout en lui manifestant une écoute attentive indispensable à la richesse de l'information recueillie. L'enquêteur devra veiller à écouter activement ce qui lui est dit et à recourir à des relances pour l'inciter à préciser ce qu'elle pense et ce qu'elle dit.

Conditions matérielles

La durée d'un entretien individuel est variable : d'une demi-heure à deux heures. Il faut donc s'assurer que le salarié interrogé soit disponible pendant ce laps de temps, et réunir les conditions matérielles pour que l'entretien se déroule sereinement. La personne interrogée ne doit être ni dérangée par des appels téléphoniques ni gênée par ses collègues. Aussi veillera-t-on à réunir ces conditions en choisissant le moment et le lieu les plus appropriés pour conduire l'entretien.

La pratique montre qu'il est très intéressant de réaliser de manière informelle des entretiens en allant déjeuner en tête-à-tête avec certaines catégories de salariés : c'est notamment le cas de personnes appartenant à l'encadrement et pour lesquelles le contexte favorisera largement la qualité des propos recueillis.

Au-delà des entretiens individuels, l'animation de forum de discussions est l'occasion, pour les salariés d'écouter les réactions et les solutions de chacun. Bien que les problèmes de déplacement et les choix qui en découlent soient vécus comme une question individuelle et particulière, ces forums permettent aux participants de s'identifier à d'autres situations et de comprendre pourquoi et comment telle personne a choisi de ne plus utiliser sa voiture.

Analyse des entretiens

L'analyse des entretiens est thématique. Elle consiste, après une mise à plat des discours de chaque personne interrogée, à extraire les différentes idées émises et ainsi à recenser les thèmes abordés, qui ne se recoupent pas nécessairement avec la décomposition initiale. L'ensemble des assertions de sens équivalent est ensuite regroupé dans les différentes catégories constituées, en veillant à ce que ces catégories soient :

- ☞ pertinentes par rapport à l'objectif de l'étude,
- ☞ exclusives (on doit ne pouvoir classer un élément que dans une seule catégorie),
- ☞ objectives (plusieurs personnes réalisant l'analyse doivent pouvoir sans ambiguïté classer les idées émises à l'intérieur des mêmes catégories),
- ☞ exhaustives (toutes les idées abordées doivent pouvoir être classées dans les catégories constituées).



ANNEXE 3 : DES MODÈLES D'ENQUÊTE

Questionnaire simplifié pour une enquête auprès des salariés

AUJOURD'HUI, VOS TRAJETS QUOTIDIENS

Vos déplacements entre le domicile et le travail

Votre commune de résidence : _____

Précisez le code postal et/ou le quartier : _____

Retournez-vous à votre domicile pour aller déjeuner à midi ?

oui, souvent (deux fois ou plus par semaine) oui, parfois non, jamais

→ Parmi les modes de déplacement suivants, vous utilisez :

	à l'aller	au retour	
marche à pied (uniquement)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si vous utilisez occasionnellement un autre mode de déplacement, quel est-il ? _____ _____ _____ _____ _____
vélo/roller/trottinette	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
moto, scooter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
autobus/tram/métro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
car du Conseil général	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
car/bus de l'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
train	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
voiture (seul)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
covoiturage (2 personnes ou plus)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

→ Si vous utilisez les transports en commun, êtes-vous abonné (train, bus-métro, car) ou achetez-vous des tickets ?

Abonnement Tickets

→ Avez-vous une contrainte particulière qui vous oblige à utiliser votre mode de déplacement habituel ?

Accompagnement des enfants

Horaires (début matinal, sortie tardive)

Mauvaise desserte en transport en commun

Déplacements professionnels

Aucune

Autre (précisez) :

Si vous venez le plus souvent au travail en voiture, cette voiture est :

- Votre voiture personnelle
 Une voiture de service ou de fonction

Vos déplacements professionnels

Êtes-vous souvent amené à vous déplacer dans la journée pour votre travail ?

- Tous les jours
 Une à deux fois par semaine
 Deux à trois fois par mois
 Moins souvent

→ Parmi les modes de déplacement professionnel suivants, vous utilisez :

	Mode principal	Mode occasionnel
marche à pied	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vélo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
moto, scooter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
autobus/tram/méto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
train	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
voiture de service ou de fonction	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
voiture personnelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
véhicule utilitaire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

VOS TRAJETS DEMAIN

Pour de nouvelles habitudes dans vos déplacements domicile/travail

Qu'est-ce qui vous encouragerait à venir plus souvent en transport en commun ?

- Une participation de l'employeur à l'abonnement
 Des informations sur mon lieu de travail
 Des offres de service combinées (SNCF + bus, bus + parcs-relais, métro + vélo, etc.)
 Autre (précisez) : _____

→ Qu'est-ce qui vous encouragerait à venir plus souvent à vélo ?

Un garage à vélos abrité à proximité de mon bâtiment de travail

La possibilité d'utiliser les vélos de service pour rentrer chez soi

Des aménagements cyclables sur mon trajet

Autre (précisez) : _____

→ Qu'est-ce qui vous encouragerait à covoiturer plus souvent ?

Une aide pour trouver des collègues intéressés et constituer les équipages

Des places de stationnement réservées aux covoitureurs

Un retour assuré en cas de défaillance du covoitureur

Autre (précisez) : _____

→ Qu'est-ce qui vous encouragerait à venir à pied plus souvent ?

Des chemins piétonniers vers l'entreprise pratiques et sûrs

Des bons d'achats réservés aux piétons chez les commerçants de proximité

Autre (précisez) : _____

→ Qu'est-ce qui vous permettrait de limiter vos déplacements ?

Une crèche ou une garderie pour les enfants à proximité de l'entreprise

L'organisation du télétravail

Une aide financière pour trouver un nouveau logement plus près de l'entreprise

Autre (précisez) :

Pour de nouvelles habitudes dans vos déplacements domicile/travail

Indiquez la (les) mesure(s) que pourrait prendre votre entreprise et qui vous encouragerait à utiliser plus souvent les transports en commun ou le vélo et qui vous permettrait de limiter vos déplacements professionnels :

.....

.....

.....

.....

.....

QUELQUES RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

→ Dans votre foyer, vous disposez :

Indiquez le nombre (0, 1, 2, 3,...)

Voiture	<input type="checkbox"/>
Moto/scooter	<input type="checkbox"/>
Vélo	<input type="checkbox"/>

→ Combien avez-vous d'enfants par niveau scolaire ?

Indiquez le nombre (0, 1, 2, 3,...)

Non scolarisé	<input type="checkbox"/>
En maternelle ou primaire	<input type="checkbox"/>
Au collège ou lycée	<input type="checkbox"/>

Vous êtes : un homme une femme Votre âge : _____ ans
 Votre statut : cadre non cadre intérimaire/saisonnier

→ Vous avez des horaires :

Fixes	<input type="checkbox"/>
Variables avec des plages fixes	<input type="checkbox"/>
Entièrement variables	<input type="checkbox"/>
En équipe, postés	<input type="checkbox"/>

Questionnaire simplifié pour une enquête auprès des visiteurs

A réaliser lorsque les visiteurs sortent

AUJOURD'HUI, VOTRE TRAJET POUR VENIR ICI

Vos déplacements entre le domicile et le travail

Votre commune de résidence : _____

Précisez le code postal et/ou le quartier : [] [] [] [] [] _____

Venez-vous souvent ici ?

au moins 1 fois/semaine au moins 1 fois/mois moins souvent

→ Comment êtes-vous venu ici ?

	à l'aller	au retour	Si vous utilisez occasionnellement un autre mode de déplacement, quel est-il ? _____ _____ _____ _____
marche à pied (uniquement)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
vélo/roller/trottinette	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
moto, scooter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
autobus/tram/méto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
car, train	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
voiture (seul)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
covoiturage (2 personnes ou plus)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

VOTRE TRAJET DEMAIN

Ne poser la question qu'à ceux qui sont venus en voiture

→ Seriez-vous prêt à venir ici autrement qu'en voiture ? Oui Non

→ Si "oui" quel moyen de transport pourriez-vous utiliser ?

marche à pied (uniquement)	<input type="checkbox"/>
vélo/roller/trottinette	<input type="checkbox"/>
moto, scooter	<input type="checkbox"/>
autobus/tram/méto	<input type="checkbox"/>
car, train	<input type="checkbox"/>
covoiturage (2 personnes ou plus)	<input type="checkbox"/>

→ Si "non", qu'est-ce qui vous encouragerait à venir ici par un autre moyen de transport ?

- Des offres combinées avec des transports collectifs (train + bus, train + taxi, parcs relais + bus, bus + vélo, etc.)
- Des arceaux et un abri pour garer mon vélo.
- Des chemins piétonniers plus agréables.
- Des pistes ou bandes cyclables.
- Autre, précisez _____

→ Qu'est-ce qui vous permettrait d'éviter de venir ici ?

- Obtenir mes renseignements par téléphone, courrier, e-mail.
- Qu'une personne de cet établissement vienne chez moi.
- Autre, précisez _____

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

→ Vous êtes : Un homme Une femme Votre âge : _____ ans

Le traitement statistique

Après codification et saisie des réponses, le traitement statistique de l'enquête permettra de présenter :

- ☞ des tris à plat, faisant apparaître, pour chaque question, les poids respectifs des modalités de réponse proposées pour l'ensemble de l'échantillon (ex. : 15 % des salariés viennent travailler en autobus) ;
- ☞ des tris croisés, faisant apparaître d'éventuelles corrélations entre les variables prises deux à deux comme le croisement de la variable "commune de résidence" avec la variable "mode de transport utilisé pour venir travailler" (ex. : "75 % des salariés habitant la ville X viennent travailler en voiture") ;
- ☞ des analyses multivariées (analyse en composantes principales, segmentation, typologie...), qui renseigneront sur les principales dimensions qui sous-tendent les opinions sur la question des déplacements, et qui feront apparaître des groupes homogènes de salariés (ex. : les cadres commerciaux travaillant sur plus de 3 sites sont favorables, pour 80 % d'entre eux, aux outils de travail à distance, ils utilisent tous une voiture de service pour leurs déplacements).

L'échantillonnage

Le plus souvent, le questionnaire sera diffusé à l'ensemble des salariés, il s'agit donc d'un questionnaire autoadministré. Cette méthode ne garantit pas d'obtenir un échantillon statistiquement représentatif de la population étudiée, en termes de catégorie professionnelle et d'usage des modes de transport, mais elle constitue le meilleur moyen de mobiliser l'ensemble des salariés et de montrer que chacun peut s'exprimer sur ce thème. Il conviendra de s'assurer, par une communication interne adaptée et d'inévitables relances, que le taux de retour permettra de constituer un échantillon fiable et crédible.

Les expériences déjà réalisées dans diverses entreprises donnent les indications suivantes :

- ☞ Plus la population enquêtée est faible, plus le taux de réponse devra être élevé. Par exemple, dans une entreprise de 100 salariés, on cherchera à obtenir un taux de retour d'au moins 50 % alors que dans une entreprise de 3 000 salariés, on pourra se limiter à un taux de retour de 30 % sachant que 1 000 réponses constituent statistiquement un excellent échantillon.
- ☞ La représentativité de l'échantillon doit cependant toujours être vérifiée : si certaines populations sont fortement sous-représentées, une relance complémentaire est nécessaire ; si l'échantillon est suffisant, il sera possible de redresser les résultats pour améliorer la représentativité, par exemple en pondérant par âge des salariés, sexe, ancienneté, etc.

La diffusion

La diffusion du questionnaire à l'ensemble des salariés peut se faire de trois manières :

- par courrier interne ou "de la main à la main" sur un lieu de passage ;
- envoi au domicile dans un pli spécifique ou en pièce jointe d'un autre document tel que le journal interne ou la feuille de paie ;
- envoi du questionnaire par courrier électronique personnalisé. Cette méthode présente l'avantage d'effectuer certains contrôles de cohérence et de faire des relances. Attention cependant au taux de retour qui pourra être limité par le nombre pléthorique de messages électroniques et par le risque de non-confidentialité ressenti par les salariés. L'expérience montre que l'enquête par courriel ne donne pas forcément des taux de retour supérieurs aux enquêtes "papier".

Le retour du questionnaire

Les modalités de retour de l'enquête sont également à déterminer : les questionnaires remplis peuvent être remis à un correspondant désigné par le groupe de projet, dans une urne ou à un responsable hiérarchique. Ils peuvent aussi être retournés, grâce à une enveloppe préaffranchie fournie avec le questionnaire, directement à l'adresse du prestataire chargé des traitements statistiques de l'enquête. La tenue de stands ou l'animation de forums de discussions permettent d'obtenir un bon retour des questionnaires.

Il n'est pas possible de définir des règles strictes pour optimiser le retour des questionnaires : l'efficacité des solutions présentées ici dépend des modes d'organisation de l'entreprise et de ses habitudes de fonctionnement. Un faible taux de retour peut être attribué à plusieurs causes :

- ☞ un manque de communication sur l'enquête,
- ☞ une confidentialité mal assurée,
- ☞ un manque d'implication de la hiérarchie,
- ☞ une absence de relance,
- ☞ des salariés trop sollicités par d'autres enquêtes internes,
- ☞ un climat social peu favorable.

Nota :

Pour aider à l'élaboration des solutions en étape 3, le questionnaire salarié comporte des propositions d'actions. L'intérêt de les envisager dès l'étape 2 permet de mesurer le plus en amont possible l'intérêt des salariés et leurs intentions d'utilisation. Cette méthode tient lieu de test et permet d'évaluer au plus tôt dans la démarche l'impact de chacune des mesures (Combien de salariés envisagent d'adopter les modes de transport favorisés ?) et par conséquent d'estimer leur coût. Les traitements statistiques et les analyses permettent de segmenter la population des salariés, ce qui permet notamment de prévoir, au moment de la mise en œuvre, une communication plus ciblée sur les mesures adoptées.

En outre, cette forme de test permet d'engager, en amont, la concertation avec les partenaires chargés du transport et les salariés sur la base de données concrètes et d'élaborer des solutions personnalisées. Le budget déplacement achèvera le processus en analysant à partir d'éléments financiers et environnementaux l'efficacité des solutions presentées.



ANNEXE 4 : LES ÉTAPES IMPORTANTES DE LA COMMUNICATION

Sensibiliser et communiquer sur le Plan de déplacements

Le succès du Plan dépend de la bonne volonté des salariés et de la motivation de la direction de l'entreprise. Les campagnes de sensibilisation et de communication doivent donner envie aux employés de se renseigner, elles les rassurent sur certaines de leurs questions et les encouragent à participer. Les campagnes bien amenées et planifiées sont vitales pour faciliter les changements, l'information doit être sincère et fiable. L'exemplarité des personnes à l'origine du PDE est indispensable pour obtenir une adhésion des salariés. Les membres de la direction impliqués dans le pilotage de la démarche doivent montrer l'exemple en adoptant les premiers de nouvelles attitudes vis-à-vis des modes de déplacement alternatifs à la voiture.

La campagne de sensibilisation et de communication fera la promotion, soutiendra et complétera le PDE. Elle suivra le déroulement du plan et annoncera les changements. À chaque étape les porteurs du projet doivent se demander ce qui doit être réalisé et comment cela doit être fait pour obtenir les meilleurs résultats possibles.



La campagne de sensibilisation et de communication

ÉTAPE 1

» PRÉPARER ET PILOTER LE PROJET

● Définir les messages clés

Chaque entreprise a ses propres motivations pour développer un PDE, les salariés doivent comprendre pourquoi la direction s'y engage.

- Le PDE n'est pas un outil pour bannir la voiture mais pour offrir un choix aux salariés parmi les différents modes de déplacement existants.

- L'entreprise encourage les changements mais ne les force pas, les nouvelles mesures sont là pour susciter le volontariat.

- Le PDE est réaliste pour atteindre des résultats. Pour certains, il ne sera pas possible de changer leur manière de se déplacer pour aller au travail et ils ne sont pas diabolisés pour autant.

- Le PDE offre un système plus juste. Par exemple, la possibilité d'un emplacement gratuit pour la voiture ou la moto tend à la discrimination par rapport aux salariés qui viennent avec d'autres modes de transport. Le PDE soutient désormais ces usagers-là.

- Le PDE offre des bénéfices aux employés en termes de santé en encourageant l'utilisation du vélo et la marche à pied.

- Le PDE montre que l'entreprise est concernée par les impacts de ses activités sur l'environnement et sur la vie de quartier.

- Les entreprises, mettant en place de tels plans, sont créatives et innovatrices.

● Identifier les moyens de communication les mieux adaptés

Identifier tous les moyens de diffusion de l'information de l'entreprise, permet de choisir le plus approprié au moment opportun :

- diffusion par les circuits internes (chefs de service, direction des ressources humaines, syndicats),
- diffusion papier (journaux, affiches, posters),
- diffusion électronique (Internet, Intranet et email),
- presse, radio et télévision locales,
- stands,
- événements.

L'email peut être un moyen idéal pour les employés travaillant dans les bureaux alors que les brochures seront plus utiles pour les travailleurs en horaires décalés dans les usines.

La campagne de sensibilisation et de communication

ÉTAPE 2

» RÉALISER LE DIAGNOSTIC

● Identifier les cibles

L'objectif est d'atteindre chaque employé de l'entreprise et de l'informer correctement sur la démarche. Cependant tous les employés ne pourront pas changer leur manière de se déplacer. Les "personnes cibles" peuvent être définies en fonction du mode de transport qui leur semble le plus attractif. Par exemple, ceux qui habitent à moins de 5 km de l'entreprise peuvent être ciblés pour des actions sur le vélo ou la marche à pied alors que ceux qui habitent à proximité d'un arrêt de bus pourront bénéficier d'une information individualisée sur les itinéraires des transports en commun.

● Identifier et écouter les salariés ayant déjà des pratiques alternatives à la voiture individuelle

Certains salariés se présenteront spontanément dès qu'ils apprendront que l'entreprise souhaite développer des pratiques alternatives. Cela permet d'avoir une idée rapide des possibilités et des freins et d'orienter l'investigation.

● Encourager les discussions de groupe

Pour chaque groupe d'usagers, des groupes de discussion ou de créativité permettent de recueillir des propositions et de les évaluer par rapport aux objectifs initiaux.

● Informer les salariés des résultats des différentes études

Afin de préparer la discussion avec l'ensemble des salariés, il est indispensable de communiquer les résultats (production de feuilles d'informations et de journaux, mise en ligne sur Intranet) et d'insister sur les chiffres clés (coût de l'utilisation individuelle de la voiture comparé aux autres modes). La création d'un email PDE et d'un numéro de téléphone permet aux employés d'obtenir des informations ou de donner leur avis.

La campagne de sensibilisation et de communication

ÉTAPE 3

» ÉLABORER LE PLAN

- **La concertation entre représentants des salariés, comité d'entreprise et direction**

Il s'agit d'apprécier si les solutions envisagées sont partagées par les différentes composantes de l'entreprise avant de les proposer aux salariés. Dans le cas d'un doute sur une mesure à mettre en œuvre, une consultation pourra permettre d'en quantifier l'intérêt.

- **La relation avec les acteurs locaux**

Les mesures concernant les acteurs extérieurs doivent être présentées en montrant qu'elles contribuent à un effort partagé de diminution de l'utilisation de la voiture. L'autorité organisatrice des transports, la municipalité et la Chambre de commerce et d'industrie sont des acteurs décisifs, ils doivent connaître les projets pour conseiller la démarche et les actions. Ils demanderont éventuellement de quantifier le volume des salariés intéressés.

Associer les entreprises voisines permet une promotion commune et des effets de synergie.

- **Lancement d'une enquête sur les déplacements et les propositions envisagées**

Une enquête pourra être lancée à la suite du diagnostic et des discussions en interne (pour les mesures découlant de l'entreprise) et en externe (pour les mesures impliquant l'autorité organisatrice des transports et les collectivités). Cette enquête pourra être ciblée en fonction d'une typologie de salariés établie en rapport avec les enjeux.

- **Créer un logo PDE et un slogan**

Le PDE est un produit à promouvoir. Tout matériel produit doit être reconnaissable : un logo PDE paraît être un moyen efficace pour identifier toutes les actions. La conception d'un logo PDE doit être simple et peut ressembler au logo de l'entreprise.

Le slogan est important pour communiquer en quelques mots sur l'objectif. Ce slogan reflétera la culture de l'entreprise et son engagement dans la démarche.

La campagne de sensibilisation et de communication

ÉTAPE 4

►► METTRE EN ŒUVRE ET SUIVRE LE PDE

● Lancement du PDE

Lancer la mise en place des actions PDE grâce à un grand événement ou par une série de petits. Des actions peuvent être menées lors de journées nationales. Par exemple, pendant la journée "En ville, sans ma voiture !" tous les employés peuvent être incités à venir sans voiture au travail même si l'entreprise n'est pas localisée dans le périmètre défini par la ville.

D'autres événements, tels que la "Semaine européenne de la mobilité et du transport public", la "Journée nationale du Vélo", la "Semaine du développement durable" ou la journée "Marchons vers l'école" sont de bonnes opportunités pour organiser des actions spécifiques.

● L'emploi du logo PDE et du slogan

Le logo peut figurer sur chaque vélo de la flotte de l'entreprise, le slogan sur tous les courriers. Les habitants et les clients seront informés de l'existence du PDE.

● La promotion des bienfaits et des équipements

Promouvoir les bienfaits sur la santé de la marche à pied ou de l'utilisation du vélo. Montrer à tous les usagers du site - employés, visiteurs, clients - les équipements qui ont été installés (ex. : pose d'arceaux pour les vélos devant l'entrée principale). Informer que les places de parking identifiées à certains privilégiés sont désormais réservées au covoiturage.

Les employés apprécieront de faire partie d'une entreprise qui reçoit des commentaires positifs localement, régionalement ou même nationalement du fait de son engagement dans une telle démarche positive et novatrice. En constatant que l'information est discutée à l'extérieur, certains employés donneront plus de crédibilité au PDE.

La campagne de sensibilisation et de communication**▶▶ METTRE EN ŒUVRE
ET SUIVRE LE PDE****● Publier les premiers résultats et fournir
une information régulière**

Le premier mois, publier les résultats des activités, en termes de kilomètres gagnés, de réduction d'émissions de CO₂, etc.

Fournir une information écrite sur ce que l'entreprise propose (résumer sur des affiches et donner plus de détails séparément).

● Encourager l'utilisation des mesures mises en place

Il est intéressant d'interroger des personnes ayant changé de mode de déplacement au cours du PDE.

Ce sont les exemples de salariés appartenant à l'entreprise qui seront les plus marquants pour leurs collègues.

ANNEXE 5 : LES SITES INTERNET DE RÉFÉRENCE

Les sites francophones

- ▶ Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie
www.ademe.fr
- ▶ Service de véhicules partagés sur Strasbourg
www.autotrement.com
- ▶ Service de véhicules partagés sur Paris
www.caisse-commune.com
- ▶ Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques
www.certu.fr
- ▶ Service de covoiturage en Rhône-Alpes
www.covoiturage.net
- ▶ Covoiturage dans les environs de Genève
www.covoiturage.ch
- ▶ Constitution d'équipages pour des déplacements en Ile-de-France et dans les Alpes-Maritimes
www.covoiturons.net
- ▶ Service de covoiturage à partir de la France
www.ecotrajet.com
- ▶ Union européenne
www.europa.eu.int
- ▶ Fédération française des usagers de la bicyclette
www.fubicy.org
- ▶ Groupement des autorités responsables des transports
www.gart.org
- ▶ Institut français de l'environnement
www.ifen.fr

- ▶ Service public de la diffusion du droit
www.legifrance.gouv.fr
- ▶ Ministère de l'écologie et du développement durable
www.environnement.gouv.fr
- ▶ Ministère de l'équipement, des transports, du logement, du tourisme et de la mer
www.equipement.gouv.fr
- ▶ Institut bruxellois pour la gestion de l'environnement
www.ibgebim.be
- ▶ Mairie de Montreuil (Plan de déplacements des employés)
www.mairie-montreuil93.fr
- ▶ Centrale de mobilité de l'agglomération Bisontine
www.mobilignes.com
- ▶ Mobility CarSharing
www.mobility.ch
- ▶ Outil de recherche pour la gestion de la mobilité d'entreprise
www.mobilitymanagement.be
- ▶ Fédération nationale des associations d'usagers des transports
<http://perso.wanadoo.fr/fnaut>
- ▶ Programme national de recherche et d'innovation dans les transports terrestres
www.predit.prd.fr
- ▶ Réseau des agences régionales de l'énergie et de l'environnement
www.rare.asso.fr
- ▶ Délégation interministérielle de la Sécurité routière
www.securiteroutiere.equipement.gouv.fr/
- ▶ Semaine européenne de la mobilité et du transport public
www.semaine-mobilite.org

- ▶ Service de covoiturage pour la région de Bruxelles
www.taxistop.be
- ▶ Syndicat professionnel des entreprises de transport urbain
www.utp.fr
- ▶ Club des villes cyclables françaises
www.villes-cyclables.org

Les sites anglophones

- ▶ Carfree cities
www.carfree.com
- ▶ European Mobility Management Day
www.emma-day.info
- ▶ European Platform On Mobility Management
www.epomm.org
- ▶ The International Council for Local Environmental Initiatives
www.iclei.org
- ▶ European mobility week
www.mobilityweek-europe.org
- ▶ United Nations Environment Programme
www.unep.org

Les implantations de l'ADEME

	Adresses	Téléphone	Fax
Centre d'Angers Siège social	2, square La Fayette - BP 406 49004 ANGERS cedex	02 41 20 41 20	02 41 87 23 50
Centre de Valbonne	500, route des Lucioles 06560 VALBONNE	04 93 95 79 00	04 93 65 31 96
Centre de Paris-Vanves	27, rue Louis Vicat 75737 PARIS cedex 15	01 47 65 20 00	01 46 45 52 36
Bureau à Bruxelles	53, avenue des Arts 1040 BRUXELLES	00 322 545 11 41	00 322 545 11 44

Délégations régionales	Adresses	Téléphone	Fax
ALSACE	8, rue Adolphe Seyboth 67000 STRASBOURG	03 88 15 46 46	03 88 15 46 47
AQUITAINE	6, quai de Paludate 33080 BORDEAUX cedex	05 56 33 80 00	05 56 33 80 01
AUVERGNE	63, boulevard Berthelot 63000 CLERMONT-FERRAND	04 73 31 52 80	04 73 31 52 85
BASSE-NORMANDIE	"LE PENTACLE" avenue Tsukuba 14209 HÉROUVILLE ST-CLAIR cedex	02 31 46 81 00	02 31 46 81 01
BOURGOGNE	"LE MAZARIN" 10, av. Foch BP 1042 - 21025 DIJON cedex	03 80 76 89 76	03 80 76 89 70
BRETAGNE	33, bd Solférino CS 41217 35012 RENNES cedex	02 99 85 87 00	02 99 31 44 06
CENTRE	22, rue d'Alsace-Lorraine 45058 ORLÉANS cedex 1	02 38 24 00 00	02 38 53 74 76
CHAMPAGNE ARDENNE	116, avenue de Paris 51038 CHÂLONS- EN-CHAMPAGNE cedex	03 26 69 20 96	03 26 65 07 63

Délégations régionales	Adresses	Téléphone	Fax
CORSE	Parc Sainte-Lucie - Immeuble Le Laetitia - BP 159 20178 AJACCIO cedex 1	04 95 10 58 58	04 95 22 03 91
FRANCHE-COMTÉ	25, rue Gambetta - BP 26367 25018 BESANÇON cedex 6	03 81 25 50 00	03 81 81 87 90
HAUTE-NORMANDIE	"LES GALÉES DU ROI" 30, rue Gadeau de Kerville 76000 ROUEN	02 35 62 24 42	02 32 81 93 13
ILE-DE-FRANCE	6-8, rue Jean Jaurès 92807 PUTEAUX Cedex	01 49 01 45 47	01 49 00 06 84
LANGUEDOC ROUSSILLON	Résidence "ANTALYA" 119, rue Jacques Cartier 34965 MONTPELLIER cedex 2	04 67 99 89 79	04 67 64 30 89
LIMOUSIN	38 ter, avenue de la Libération 87007 LIMOGES cedex	05 55 79 39 34	05 55 77 13 62
LORRAINE	34, avenue André Malraux 57000 METZ	03 87 20 02 90	03 87 50 26 48
MIDI-PYRÉNÉES	Technoparc Bât. 9 Rue Jean Bart - BP 672 31319 LABÈGE cedex	05 62 24 35 36	05 62 24 34 61
NORD PAS-DE-CALAIS	Centre Tertiaire de l'Arsenal 20, rue du Prieuré - 59500 DOUAI	03 27 95 89 70	03 27 95 89 71
PAYS DE LA LOIRE	5, boulevard Vincent Gâche BP 16202 44262 NANTES cedex 02	02 40 35 68 00	02 40 35 27 21
PICARDIE	2, rue Delpech - 80000 AMIENS	03 22 45 18 90	03 22 45 19 47
POITOU-CHARENTES	6, rue de l'Ancienne Comédie BP 452 - 86011 POITIERS cedex	05 49 50 12 12	05 49 41 61 11

Délégations régionales	Adresses	Téléphone	Fax
PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR	2, boulevard de Gabès 13008 MARSEILLE	04 91 32 84 44	04 91 32 84 66
RHÔNE-ALPES	10, rue des Émeraudes 69006 LYON	04 72 83 46 00	04 72 83 46 26

Départements d'Outre-Mer	Adresses	Téléphone	Fax
GUADELOUPE	Immeuble Café Center Rue Ferdinand Forest 97122 BAIE MAHAULT	05 90 26 78 05	05 90 26 87 15
GUYANE	28, avenue Léopold Heder 97300 CAYENNE	05 94 29 73 60	05 94 30 76 69
MARTINIQUE	42, rue Garnier Pagès 97200 FORT-DE-FRANCE	05 96 63 51 42	05 96 70 60 76
RÉUNION	Parc 2000 - 3 av. Théodore Drouhet BP 380 - 97829 LE PORT cedex	02 62 71 11 30	02 62 71 11 31

Représentations dans les Territoires d'Outre-Mer	Adresses	Téléphone	Fax
NOUVELLE CALÉDONIE	56, rue Bataille - BP C5 98800 NOUMÉA	00 687 27 39 44	00 687 24 35 15
POLYNÉSIE FRANÇAISE	BP 115 - 98713 PAPEETE	00 689 46 84 55	00 689 46 84 49
SAINT-PIERRE ET MIQUELON	Direction de l'Agriculture et de la Forêt - BP 4244 - 97500 SAINT-PIERRE ET MIQUELON	05 08 41 19 80	05 08 41 19 85