

## Action n°1 : Désigner un chef de projet PDE

### Les enjeux et grands principes

- Le chef de projet PDE est un des acteurs majeurs de l'élaboration du PDE ;
- Il fédère les différents moyens et outils mis en œuvre dans le cadre du projet ;
- Il fait le lien entre tous les acteurs internes et externes à sa structure.
- Son rôle : coordonner et mobiliser un maximum de personnes autour du projet.
- Toutes les études réalisées sur le sujet, et en particulier l'évaluation des PDE en Alsace, montrent qu'il est indispensable de désigner un chef de projet PDE, légitime, reconnu et disposant de moyens humains et financiers.

### Pilote de l'action

- Le chef de projet PDE doit rapporter directement à la Direction ;
- Dans le cadre de démarches collectives type PDIE, le chef de projet peut appartenir à la structure porteuse (GIE, association, communauté de communes), en tant que salarié ou en tant que membre du CA.
- De manière indirecte, les conseillers en mobilité (rendus obligatoires par la loi SRU pour les agglomérations de plus de 100 000 habitants) jouent également un rôle de chef de projet, sans pour autant le remplacer.

### Partenaires de l'action

- Dirigeants de la structure ;
- Eventuels financeurs : ADEME, ...
- Structure porteuse pour les PDIE.

### Facteurs de réussite

- Un nom, une légitimité, des moyens, du temps ...

### Coût

- Le coût d'un poste, à temps partiel ou temps plein, peut être supporté de manière partagée par l'organisme et ses partenaires (collectivité et organismes publics), surtout si la démarche est collective.
- Les économies générées par le projet en lui-même (coûts évités) permettent de justifier le financement d'un tel poste : meilleure gestion du parc de véhicules de service, réduction du coût de stationnement, des accidents de travail ...

### Résultats attendus

- Un pilotage régulier, des partenaires mobilisés, un projet qui vit dans le temps.

### Des exemples pour s'inspirer

#### Les Hôpitaux Universitaires de Strasbourg

- Un poste de chef de projet a été créé pour accompagner la mise en place des actions de cet établissement public hospitalier employant 12 000 agents.
- Le poste a été cofinancé par l'ADEME Alsace, sur une durée de 6 mois, à hauteur de 30%.
- Le chef de projet a pu engager les actions définies, suite à la phase de diagnostic pilotée en partenariat avec un Bureau d'Etudes.
- A la mise en œuvre des actions, et pour des raisons de budget, le poste n'a pas été reconduit ; les missions du chef de projet ont été redéployées au sein de la Direction de site et des Ressources Humaines.
- Pour un établissement de cette taille (12 000 agents), l'animation des actions et la pérennisation du plan d'actions nécessiteraient un poste à temps plein.

## L'ASPA

(Association pour la Surveillance et l'Etude de la Pollution atmosphérique à Strasbourg)

- L'ASPA est implantée sur l'Espace Européen de l'Entreprise (E<sup>3</sup>), qui a engagé un PDIE en 2005. Ce PDIE a été piloté par l'association de la zone, l'AUE3M et co-réalisé avec un Bureau d'Etudes.
- Malgré sa petite taille (une quarantaine de salariés), un poste d'animateur PDE a été créé au sein de l'ASPA, à raison de 60 h par an.

### Les missions de l'animateur PDE

- Participation aux groupes de travail du PDIE ;
- Mise en œuvre des actions ;
- Traitement des données de trajet, renseignées par le personnel ;
- Analyse des résultats et présentation en réunion du personnel ;
- Suivi des indicateurs du PDE ;
- Veille sur le thème de la mobilité ;



## Les missions du chef de projet PDE

Chaque structure définira son propre besoin ; voici toutefois quelques exemples de missions qui peuvent être confiées au chef de projet PDE :

- Organiser l'étude, être le relais entre le bureau d'études et les parties prenantes ;
- Mettre en place et tenir à jour les tableaux de bord PDE ;
- Coordonner la mise en œuvre des actions planifiées ;
- Etre l'interlocuteur privilégié des parties prenantes du projet (internes et externes à l'organisme) ;
- Mettre à jour le compte déplacements pour reporting auprès de la Direction ;
- Superviser et organiser les actions de communication, les éventuels événementiels, les actions de sensibilisation ;
- Réaliser une veille sur les mobilités et déplacements dans le cadre du travail ;
- Gérer la flotte de vélos de services, veiller à sa bonne utilisation et à son entretien ;
- Suivre l'utilisation des transports en commun, être le relais entre les utilisateurs, l'AOT (autorité organisatrice des transports) et l'opérateur des transports en commun ;
- Gérer la centrale de covoiturage, assurer la mise en relation des salariés souhaitant covoiturer, garantir des actions spécifiques pour les covoitureurs ;
- Développer et mettre régulièrement à jour un site intranet dédié à la mobilité ;
- Réaliser une sensibilisation au PDE pour les nouveaux embauchés ;
- Réaliser le reporting auprès de la Direction, au moins deux fois par an (dans le cadre des comités de Direction)
- Organiser des espaces d'échanges virtuels ou physiques avec les salariés ; suivre les demandes et faire connaître les réponses au plus grand nombre ;
- ...

## Action n°2 : restreindre l'accès au stationnement

### Les enjeux et grands principes

- Il faut compter 20 m<sup>2</sup> pour une place de stationnement voiture (y compris le dégagement).  
Pour un vélo, il suffit de 2 m<sup>2</sup>.
- Pour un organisme, gérer son stationnement, c'est définir précisément les usages utiles et souhaités des places dont il dispose.
- La réduction des places de stationnement est le premier levier pour limiter les trajets domicile-travail en véhicule personnel : en France, 76% des salariés utilisent une voiture si leur employeur leur fournit une place de stationnement, contre 34 % pour ceux dont l'entreprise n'en fournit pas (*données 1994*).

### Pilote de l'action

- Direction

### Partenaires

- Utilisateurs du stationnement et leurs représentants : délégués du personnel, membres du CE / CHSCT
- Gestionnaire du stationnement du site
- Autres organismes utilisateurs du stationnement, si ce dernier est partagé.

### Résultats attendus

- Garantir un meilleur report modal (cf. chiffres avec et sans place de stationnement ci-dessus) ;
- Rentabiliser l'espace de stationnement en valorisant l'espace récupéré (places dédiées aux covoitureurs, aux vélos et deux roues motorisés, extension d'un bâtiment, création d'un espace vert, résiliation de locations externes ...) ;
- Faciliter l'accès au site, en réduisant le flux de voitures.

### Coût

- En moyenne, en milieu urbain, la location d'une place de stationnement coûte 1000€ par place et par année.
- L'achat revient, lui, à environ 3 k€ en surface et 20 à 25 k€ en ouvrage.

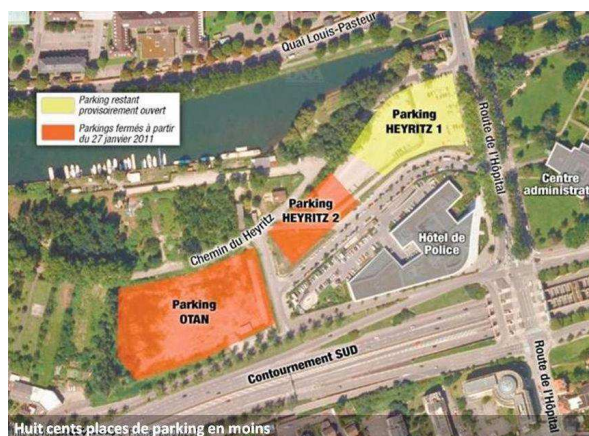
### Facteurs de réussite

- Avant toute chose, partager le constat et expliquer le bien-fondé de l'action ;
- Prévoir des critères d'accès, co-construits et négociés avec toutes les parties prenantes ;
- Appliquer les critères à tous sans distinction de fonction ou niveau ;
- Prévoir un comptage initial du nombre de voitures sur site, puis des comptages réguliers, pour évaluer la pertinence de cette action difficile sur le plan social.

### Des exemples pour s'inspirer

#### La Communauté Urbaine de Strasbourg

- En raison de projets d'aménagement et d'urbanisation d'un site jouxtant le Centre Administratif, 800 places de stationnement (servant aux employeurs du secteur : CUS, Hôtel de Police, Hôpital Civil, 22 % autres) sont supprimées fin janvier 2011.



Huit cents places de parking en moins

### Quelques chiffres

- Créé en 1991, ce parking accueille plus de 300 véhicules par jour, auxquels viennent s'ajouter 220 le long du « Chemin du Heyritz » et 500 sur le parking « OTAN ».
- Selon une enquête réalisée par la CUS, 90 % des utilisateurs de ce parking habitent à moins de 10km.

### Les mesures proposées

- Pour contrebalancer ces suppressions, la CUS mène des actions auprès de ses propres agents : incitation au covoiturage, à l'utilisation de parking-relais proche du site avec prise en charge à 75% de l'abonnement de transports en commun, location de vélos à 1€ par mois ...
- La CUS mène aussi des actions auprès des autres employeurs, utilisateurs de ces parkings, en leur proposant de les accompagner dans leur démarche PDE.

## Les Hôpitaux Universitaires de Strasbourg

### Contexte et objectifs

- Cet établissement public hospitalier emploie 12 000 agents, répartis sur 7 sites de la CUS.
- Le premier site cible du PDE est celui de l'Hôpital Civil, implanté dans l'hyper centre de Strasbourg, donc très bien desservi par les transports en commun et les pistes cyclables.
- Le stationnement à l'intérieur du site est partagé entre agents (badge gratuit mis à disposition) et visiteurs/patients (stationnement payant, géré par la SEM PARCUS).
- Le stationnement sur le site est complètement congestionné en journée, où se retrouvent des agents (notamment aux heures de changement d'équipes) et des usagers du site (visiteurs, patients).
- Le stationnement doit pouvoir rester accessible pour les consultants qui se déplacent difficilement ou viennent régulièrement, ainsi que le personnel qui travaille en horaires décalés ou sur plusieurs sites.

### Mesures retenues

- Dans le cadre du PDE, une concertation est menée avec les représentants des usagers et les délégués du personnel.
- Des critères d'accès au stationnement sont définis pour les agents :

#### Critères « suffisants » (un critère suffisant donne un accès voiture non limité) :

- avoir un enfant de moins de douze ans
- souffrir d'un manque de mobilité lié à un problème de santé (sur présentation d'un certificat médical)
- travailler de nuit en permanence
- travailler sur plusieurs sites

#### Critères « non suffisants » (un ou plusieurs critères non suffisants donnent accès de façon limitée, en crédits d'accès annuels),

- habiter à plus de 500 m d'un arrêt de tram
- habiter à plus de 300 m d'un arrêt de bus
- habiter à plus de 3 km du site de travail principal
- travailler en horaires variables jour/nuit
- travailler sur le site de l'hôpital civil.

- En contrepartie, l'établissement propose à l'agent de changer de mode de transport et l'accompagne par des services, au travers d'un « contrat Mobipl'HUS » :

### Contrat Mobipl'HUS

Ce contrat est à compléter et à renvoyer à « Mobipl'HUS – Direction de l'Hôpital Civil ».

Nom	Enfant(s) de moins de 12 ans :
Matricule	UF n°
Travail sur plusieurs sites des HUS :	
Vos solutions indicatives de transport en commun	

Cycle de travail :  Jour permanent  Nuit permanent  Variable jour / nuit

Nombre de jours travaillés par semaine \_\_\_\_\_

Cochez cette case si vous souffrez de **problèmes de santé** réduisant votre mobilité :   
(Joindre un certificat médical)

Je m'engage à réaliser mes trajets domicile – travail **principalement** suivant le mode de transport suivant : (cochez la case correspondante)

Vélo

Marche à pied

Transports en commun  
Barrez les mentions inutiles : Urbain (CTS) - Interurbain (Réseau67) - Ferré (TER Alsace)

Multimodal (utilisation consécutive de deux modes de transport lors d'un même trajet)  
Précisez en barrant les mentions inutiles :  
Vélo - Urbain (CTS) - Interurbain (Réseau67) - Ferré (TER Alsace)

Deux-roues motorisé

Covoiturage\*  
(Plaque d'immatriculation : .....)(matricule du covoitreur:.....)

Voiture en solo\*  
(Plaque d'immatriculation : .....)

Je précise que ce mode de transport :

Correspondait déjà à mes habitudes

Correspond à un changement puisque j'utilisais avant : \_\_\_\_\_

Je tenterai d'utiliser, autant que possible, des modes de transports autres que la « voiture en solo ». Je signalerai au coordinateur Mobipl'HUS (voir coordonnées ci-dessous) toute modification remettant en cause mon contrat Mobipl'HUS.

**En contrepartie de cet engagement de l'agent, les HUS s'engagent à fournir les services détaillés au verso du présent document.**  
Les HUS se réservent le droit de contrôler le respect de ces engagements. Tout manquement entraînerait le retrait des avantages dont l'agent a bénéficié.

A Strasbourg, le \_\_\_\_\_ Signature de l'agent :

Le Directeur du Pôle de Gestion des Sites :  
ou son représentant

\*Joindre obligatoirement la copie du permis de conduire et de la carte grise.  
N'oubliez pas d'apposer le macaron comportant votre n° de badge sur le pare-brise

Note : afin d'assurer la prise en charge financière de l'abonnement de transport en commun, les nom, prénom et adresse des agents ayant souscrit un contrat transport en commun sont susceptibles d'être communiqués à la CTS, la SNCV ou au réseau 67  
Pour toute question concernant Mobipl'HUS : [mobiplus@chru-strasbourg.fr](mailto:mobiplus@chru-strasbourg.fr) - tél. 03 88 11 50 50

## Action n°3 : Dédier des places de stationnement aux covoitureurs

### Les enjeux et grands principes

- Le covoiturage est encore vécu comme une contrainte, malgré les économies qu'il peut faire réaliser.
- Le covoiturage fonctionne bien sur les trajets longue distance (puisqu'il permet de faire des économies), sur des trajets dont l'accès final est difficile (bouchons) ou encore, sur des sites dont le stationnement est difficile.
- Dans tous ces cas, le levier reste l'incitation et notamment, les avantages concédés aux covoitureurs.

### Pilote de l'action

- Direction de l'entreprise, ou Chef de projet PDE, à l'initiative et pilote de la démarche.

### Partenaires de l'action

- Partenaires sociaux
- Eventuel gestionnaire du parc de stationnement (ou services généraux)

### Facteurs de réussite

- Comme pour toutes les mesures délicates sur le plan social, il est indispensable de co-construire cette action avec les représentants du personnel.
- Les places doivent être identifiées clairement, pour assurer la notoriété du covoiturage mais aussi donner envie en réservant les meilleures places (proches des poches d'emploi, accessibles facilement, ...)
- Un contrôle doit être ponctuellement réalisé sur site pour assurer la crédibilité de la démarche.



### Coût

- Un coût minime, de marquage de places de stationnement (15€) et d'un poteau de signalisation (50 €).

### Résultats attendus

- Sans être révolutionnaire, cette mesure simple peut donner envie de passer à l'action pour nombre de covoitureurs potentiels qui hésiteraient encore.



### Des exemples pour s'inspirer

#### Caisse Fédérale du Crédit Mutuel

- Le PDE a été engagé d'abord pour des problématiques de stationnement : trop de voitures de salariés étaient stationnées aux abords du site, sur les trottoirs, provoquant une gêne des riverains.
- La réservation de places de stationnement à l'intérieur du site, pour les covoitureurs, a rencontré un vif succès, car il a conforté ceux qui covoituraient déjà, et achevé de décider ceux qui se posaient la question.

#### Merck Millipore

- Pour accompagner le site internet de covoiturage, développé spécialement pour l'entreprise, cette dernière a décidé de dédier des places réservées aux covoitureurs.



## Action n°4 : Mieux utiliser la voiture

### L'éco-conduite

#### Les enjeux et grands principes

- L'éco-conduite est une façon plus souple de conduire, qui permet de réduire la consommation de carburant, les émissions de gaz à effet de serre et le taux de gravité des accidents.
- La formation se déroule sur route ou sur simulateur.



- Des organismes spécialisés se déplacent pour former vos employés.

#### Pilote de l'action

- Direction de l'entreprise ou Chef de projet PDE

#### Partenaires de l'action

- Partenaires sociaux, représentants du personnel, membres du CHSCT
- Prestataire de formation à l'éco-conduite

#### Facteurs de réussite

- Baser la formation sur la pratique et le concret : montrer le bénéfice de l'éco-conduite par des comparatifs chiffrés sur un même trajet.
- Prévoir une session de rappel, grâce par exemple à un formateur interne.

#### Coût

- Pour une formation pratique d'une journée, compter de 300 à 400 € par stagiaire (formations éligibles au DIF).

#### Résultats attendus

- L'éco-conduite permet de réduire les dépenses liées aux déplacements :
  - en moyenne 15% de carburant en moins par an,
  - réduction des coûts d'entretien du véhicule (source : Michelin / ADEME).

#### Des exemples pour s'inspirer

##### Laboratoires Weleda

- En partenariat avec l'Automobile-Club d'Alsace, les Laboratoires Weleda ont engagé en 2008 une démarche de sensibilisation à la sécurité routière et au contrôle des véhicules (pneus, phares, freins, pollution).
- Accompagnée d'autres mesures visant à réduire l'usage de la voiture individuelle, cette action a permis de :
  - diminuer les coûts de la flotte d'entreprise,
  - diminuer le taux d'accidents de trajets (donc diminuer la cotisation versée à la CRAM),
  - contribuer à une meilleure santé de ses salariés (moins de stress),
  - améliorer son image interne et externe.



##### CUS Habitat

- Cet organisme demande à ses employés de renseigner dans un carnet de suivi leur consommation de GNV à chaque déplacement.
- Cette action très simple a eu un impact significatif sur les consommations de carburants.

##### Groupe ES

- 20 employés ont été formés à l'éco-conduite en mars 2010.
- Depuis, leurs consommations sont suivies et une baisse de 8% est déjà observée sur une période de 6 mois (pour 148 000 km parcourus sur cette même période par les 20 utilisateurs).



## Action n°5 : Maintenir l'intérêt et faire essayer

## La communication Les journées d'essai

### Les enjeux et grands principes

- L'un des enjeux de la réussite d'un PDE consiste à maintenir l'intérêt des employés dans la démarche engagée.
- Il est fréquemment observé que ceux qui ont une image négative du vélo ou des transports en commun sont souvent ceux qui n'ont jamais essayé ces modes de transport.
- Il existe une variété très large de supports de communication et d'animations :
  - Communication écrite (affichages, lettres d'infos, site internet ...)
  - Communication orale : comités de Direction, CHST, réunions d'équipes, ...
  - Information et outils pratiques : points info-transport, éco-calculateurs, recherches d'itinéraires ...
  - Animation : évènementiels autour de la semaine européenne de la mobilité, la semaine du développement durable, des offres d'essai, des challenges inter-entreprises ...

### Pilote de l'action

- Chef de projet PDE, en collaboration avec le service communication.

### Partenaires de l'action

- En interne : les partenaires sociaux, représentants du personnel, le CHSCT
- En externe : les acteurs locaux des mobilités alternatives à la voiture, pour l'organisation de challenges, séances d'essai, journées d'information ...

### Facteurs de réussite

- Proposer constamment de nouvelles animations, en cohérence avec l'évolution des besoins des salariés.

### Coût

- La plupart de ces animations n'engagent que le coût de la communication (affiches d'information, flyers).

### Résultats attendus

- La communication, si elle est régulière et positive, permettra de pérenniser et d'entretenir la dynamique.
- Les séances d'essai permettront aux sceptiques de se faire un avis concret quant à un mode de déplacement, et ainsi d'opter pour celui-ci de temps à autre.

### Des exemples pour s'inspirer

#### Merck Millipore

- Pour accompagner la mise en ligne de son site internet de covoiturage, cette entreprise a réalisé de nombreuses et régulières animations :
  - Challenges de covoiturage avec lots,
  - Quizz, vidéos sur la sécurité routière,
  - Mise à disposition d'un ordinateur connecté au site de covoiturage en libre service,
  - Accueil matinal des covoitureurs avec café et gâteaux.



#### Le Printemps du Vélo

- C'est un challenge inter-entreprises, organisé en Alsace par les associations cyclistes.
- L'objectif est de faire un maximum de kilomètres à vélo sur une durée d'un mois pour les déplacements domicile - travail (en 2010, 65000 km parcourus et 12 T.éq. CO<sub>2</sub> évitées).
- Ce challenge sert à faire essayer le vélo dans ses déplacements professionnels.

Plus d'informations sur  
<http://www.fubicy.org/challengealsace/>



## Action n°6 : Utiliser son vélo pour aller travailler

### Les enjeux et grands principes

- Le report de l'utilisation de la voiture vers le vélo est un incontournable pour diminuer la part modale du véhicule personnel.
- Comme pour les transports en commun, les employés ont souvent une mauvaise image de la pratique du vélo (difficile, intempéries, transpiration, durée), faute d'avoir essayé.
- Tout l'enjeu réside donc dans le passage à l'action (essai) et les conditions pour rendre le changement pérenne.
- L'incitation se matérialise par des équipements (arceaux, matériel mis à disposition, marquages anti-vol) et de l'animation (journées d'essai au vélo à assistance électrique, formations).

### Pilote de l'action

- Chef de projet PDE, en collaboration avec le service communication pour les actions de promotion et d'animation.

### Partenaires de l'action

- Interne : partenaires sociaux, représentants du personnel, CHSCT
- Externe : acteurs locaux de promotion du vélo : associations, vélocistes, ...

### Facteurs de réussite

- Démystifier l'usage du vélo, en le rendant ludique et sympathique : proposer notamment des essais de vélos à assistance électrique.
- Déculpabiliser : rappeler qu'il n'est pas demandé que les employés viennent tous les jours à vélo, ni qu'ils changent d'habitude du jour au lendemain ;
- Concentrer les actions sur les cibles à potentiel (identifiées lors du diagnostic et des groupes de travail thématiques).

### Coût

- Les animations n'engagent fréquemment que le coût de la communication (affiches, flyers).
- Une journée d'intervention d'une association sur le lieu de l'entreprise revient à 300 € (formations en sessions), auxquels il faut ajouter le coût de matériel mis à disposition (marquage anti-vol, chasubles, lumières, casques ...).

### Résultats attendus

- Les séances d'essai permettront aux sceptiques de se faire un avis concret quant à l'utilisation du vélo pour venir au travail et ainsi d'opter pour celui-ci de temps à autre.



### Des exemples pour s'inspirer

#### L'ASPA

- Cette association, qui surveille et étudie la pollution atmosphérique en Alsace, a engagé un plan d'actions conséquent en 2007, malgré sa petite taille (env. 40 salariés) :
  - Agrandissement du garage à vélos, installation de casiers/vestiaires et matériel vélo, mise à disposition de gilets jaunes ;
  - Mise en place de parrainages de trajet (accompagnement d'une remise en selle) ;
  - Remise d'un bon de révision vélo, proportionnel au temps passé sur le vélo (pour les déplacements domicile-travail) ;
  - Organisation d'un petit déjeuner mensuel avec les non-automobilistes.

#### Magasin Leroy Merlin (Eckbolsheim)

- La problématique de ce magasin, situé en zone commerciale mais desservi par une piste cyclable, était de libérer de l'espace de stationnement voitures pour ses clients.
- Deux mesures particulièrement efficaces ont été mises en place, suite au diagnostic partagé avec les salariés :
  - Mise à disposition de vélos pour les salariés, pour la pause de midi ou le soir ;
  - Parking vélos sécurisé (code d'accès) et éclairé, pour les salariés uniquement.



## Action n° 7 : Mieux se déplacer dans le cadre du travail

### Les enjeux et grands principes

- Les déplacements professionnels en voiture représentent souvent un montant significatif dans un budget : location de véhicules, achat et entretien si parc privé, indemnités kilométriques pour les salariés, frais de carburant, taxes ... sans parler du temps improductif (passé à conduire un véhicule lors des déplacements).
- Les déplacements en avion ne permettent pas de gagner beaucoup sur le temps improductif (embarquement, consignes) et émettent beaucoup plus de gaz à effet de serre que le train, sur des trajets courts.
- Les nouvelles technologies (télé, web ou visioconférences) permettent aujourd'hui de limiter les déplacements professionnels.

### Pilote de l'action

- Même si la volonté doit émaner de la Direction Générale, la mise en œuvre sera suivie par le Chef de Projet PDE.

### Partenaires de l'action

- Internes : services généraux, contrôle de gestion, ressources humaines ...
- Externes : fournisseurs de solutions vidéo, sociétés d'autopartage, d'autres organismes souhaitant mutualiser l'achat d'un matériel de visioconférence ...

### Facteurs de réussite

- Un message fort de la Direction est indispensable pour accompagner ces nouvelles pratiques de déplacements professionnels ;
- Ne pas mener de front trop de projets : réduire d'abord les déplacements les plus émetteurs (par leur distance ou par leur fréquence).

### Coût

- Des mesures simples seront du ressort de l'organisation du travail, donc sans coût direct.
- Le coût d'une solution de visioconférence est très variable : de gratuit pour des services open-source sur le web, à plusieurs milliers d'€ pour les solutions plus pointues, nécessitant l'acquisition de matériel et logiciel spécifiques.

### Résultats attendus

- Grâce aux mesures proposées, les déplacements professionnels sont rationalisés et optimisés ; une nouvelle organisation du travail émerge (moins de déplacements, mais plus efficaces).



### Des exemples pour s'inspirer

#### Groupe HAGER

- Des vélos de service sont mis à la disposition des salariés pour les déplacements entre le site principal et le site secondaire.
- L'entreprise accueille trois véhicules hybrides rechargeables dans son parc automobile, dans le cadre d'une expérimentation initiée par Toyota, la CUS, EDF et l'ADEME.

#### Laboratoires Weleda

- Grâce au groupe de travail mis en place sur le sujet, et à la création d'un guide « Petit Futé pour se rendre à Paris en train », la moitié des déplacements professionnels entre le site haut-rhinois et celui en région parisienne s'effectuent en TGV.
- L'entreprise a également fait évoluer son parc de véhicules, en achetant des véhicules hybrides, équipés de filtres à particules, afin d'atteindre une moyenne de 120 g CO<sub>2</sub>/km pour la flotte d'entreprise.

#### Le Groupe ES

- L'entreprise a mis en place un logiciel permettant d'optimiser les déplacements pour ses agents d'intervention clientèle ; cela lui permet, en outre, d'optimiser les prises de rendez-vous pour faire gagner du temps à tous.



## Action n°8 : mener une action collective dans le cadre d'un PDIE

### Zoom sur les transports collectifs

#### Les enjeux et grands principes

- Aborder efficacement les enjeux liés aux transports en commun sur une zone d'activités ;
- Formuler des mesures qui trouvent une cohérence économique pour la collectivité, puisqu'elles répondent aux demandes de plusieurs centaines d'utilisateurs potentiels ;
- Organiser la concertation de manière structurée, et passer à l'action en cohérence avec tous les partenaires.

#### Pilote de l'action

- Chargé de mission « mobilité » de la ZI/ZA ou de la CCI, du Conseil Général ...

#### Partenaires

- Association d'entreprises de la ZI
- Autorité organisatrice du transport (AOT) : commune, département, région
- Opérateurs de transports publics
- Entreprises de la zone

#### Résultats attendus

- Meilleure desserte de la zone, donc plus d'utilisateurs et ainsi, meilleure rentabilité de la ligne.

#### Coût

- Très variable d'un besoin à un autre, il est supporté par la collectivité mais peut aussi l'être par les entreprises (et leurs salariés).
- Les coûts d'exploitation diminuent si la mesure mise en place augmente la fréquentation d'une ligne existante.
- Un exemple pour la mise en place d'une navette (cf. page suivante) : 60 k€ par an.
- L'abonnement à l'autopartage pour les professionnels (3 cartes d'accès) coûte moins de 20 €/mois, la facturation est ensuite faite au kilomètre.

#### Facteurs de réussite

- Une association qui regroupe les entreprises de la zone ;
- Un chef de projet, relais des différents acteurs ;
- Un besoin identifié (chiffres de l'enquête mobilité à l'appui)

#### Des exemples pour s'inspirer

##### La Zone d'Activités E3 / Mittelfeld - Schiltigheim

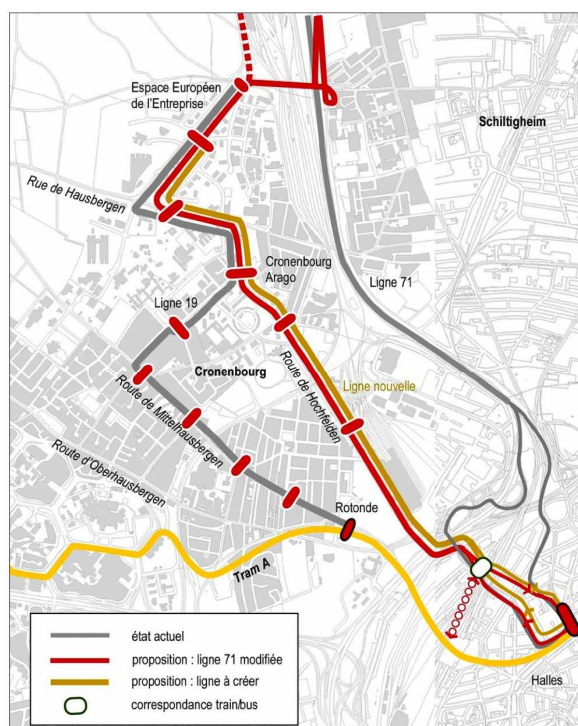
- Les salariés de la zone ont soulevé la forte rupture de charge en transports en commun depuis le centre de Strasbourg et la gare pour accéder à la zone.
- La desserte en bus n'était pas adaptée aux horaires des entreprises : l'une des lignes ne desservait le site qu'en heures de pointe, l'autre ne permettait une desserte que dans un seul sens le dimanche et en soirée.
- En plus des lignes urbaines, deux navettes existent entre la gare et le site (mises en place par France Telecom et la SNCF, accessibles aux salariés de BNP et Arpège). La pérennisation de la navette est en question, si le nombre d'entreprises intéressées n'évolue pas.

#### Les objectifs

- Créer une liaison directe avec la gare de Strasbourg et le centre-ville.
- Tirer parti des emprises disponibles pour la mise en place de bus en sites propres et d'une liaison efficace en temps de parcours.
- Renforcer le service bus existant pour répondre aux besoins identifiés (salariés travaillant à horaires variables et entreprises travaillant 7j/7 et 24h/24).
- Optimiser les services privés de navettes, en faire profiter les autres entreprises,

### Les mesures retenues

- Créer une ligne de bus urbaine en site propre vers le centre-ville (modification d'une ligne existante afin qu'elle emprunte elle aussi le site propre).
- Renforcer le service sur les lignes de bus existantes, adapter la desserte jusqu'au bout de la zone aux heures de pointe.
- Développer l'amplitude horaire et la fréquence des lignes de rocade.
- Améliorer les conditions de circulation du bus en site propre.
- Améliorer les correspondances entre les lignes existantes du car interurbain et des bus urbains, entrant dans l'E<sup>3</sup>.
- À plus long terme, envisager une déviation de ligne de bus interurbain passant par la zone.
- Informer les entreprises de la zone sur l'offre de navettes existantes ; identifier celles qui sont intéressées et en fonction de leur nombre, mettre en place un cadre permettant de gérer et développer cette offre.



### Le Parc d'activités du Ried et de la ZA de Weyersheim

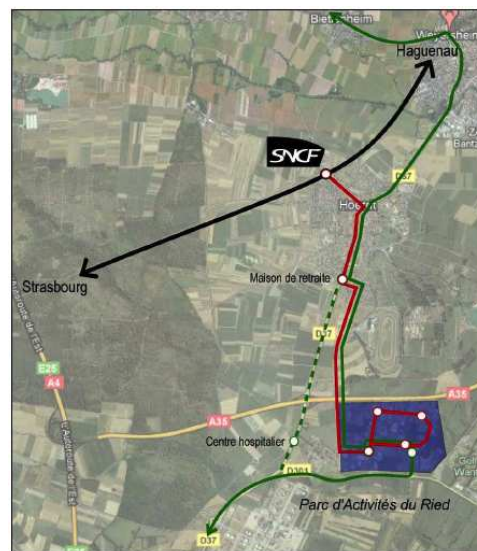
- Le parc d'activités n'est accessible en transports en commun que par certains bus du car interurbain.
- La Z.A. n'est desservie par aucun arrêt de cette ligne, qui pourtant passe à proximité.

### Objectifs

- Organiser le rabattement depuis le réseau existant : TER en provenance de Haguenau et de Strasbourg depuis la gare de Hoerdtsheim et bus interurbain en provenance de Brumath.
- Affiner la desserte du Parc et desservir la ZA.

### Mesures retenues

- Créer une navette complémentaire entre la gare et le Parc d'activités, qui fonctionne aux heures de pointe du matin et du soir, les jours ouvrés, et intégrée au réseau interurbain. Cette navette se substituerait à la ligne interurbaine pour certains arrêts sur le site.
- Expérimenter un deuxième arrêt de bus pour le Parc d'Activités (sans exclure à moyen terme encore plus d'arrêts).
- Créer un nouveau point d'arrêt à l'entrée de la ZA.



### ZOOM sur le projet de navette

- Le projet est porté par la communauté de communes.
- Le coût total estimé est de 60 k€ par an, dont 6 k€ pourraient être financés par les usagers, 6 k€ par les entreprises, 24 k€ par le département et 24 k€ par la collectivité.
- La Région participe au financement du déficit au démarrage du service ; les frais d'aménagement des nouveaux arrêts sont partagés entre le Département et la collectivité.

