

Cellule d'appui France mobilités Bretagne



agence nationale
de la cohésion
des territoires



CELLULE FRANCE MOBILITES BRETAGNE 2023-2024

Groupe de travail opérationnel – Accompagnement au changement de comportement en mobilité

Le 1^{er} février 2024 à Rennes de 14h à 17H au 19b Rue de Châtillon à la Banque des Territoires.

Nombre de participant.e.s : 30

Nombre de groupes de travail : 3

Nombre de sessions de travail par table : 1, soit 3 sessions de travail de 45 minutes chacune au total.

Méthodologie utilisée : le Fast Codev est une approche qui se base sur l'intelligence collective pour trouver des solutions à des problèmes communs grâce à l'écoute et aux témoignages de chacun au sein d'un cadre strict défini au préalable.

L'objectif était d'apporter aux participants une approche concrète dans laquelle chacun.e a proposé une problématique qu'il/elle rencontre dans le cadre de ses missions concernant l'accompagnement au changement de pratiques de mobilité. Par la suite, l'un des problématiques, jugée la plus impactante par l'ensemble du groupe, s'est vue traitée plus en profondeur.

Le/La représentant.e du territoire présentant une problématique est le client ; les autres participants essaient d'apporter leurs regards, expériences, suggestions, ressentis et pistes d'action en fonction du contexte, de la situation et de la demande exposés.

COMPTE-RENDU DES SESSIONS DE FAST CODEV

Groupe de travail n°1

Cliente

Mme Cécile Le Guennec, chargée de mission Vélo – CC du Pays Fouesnantais

Problématique retenue par l'ensemble des participant.es après vote

Comment inciter nos collègues à venir sur leur lieu de travail à vélo ?

Exposition de la situation et réponses aux questions de contexte posées par les autres participants

La Communauté de communes du Pays Fouesnantais dispose d'un certain nombre d'aménagements cyclables, or de nombreuses personnes travaillant au sein de l'intercommunalité, habitant dans la même commune que le siège, continuent de se rendre sur leur lieu de travail en voiture.

Un forfait « mobilité durable » a été mis en place, dans l'idée que cela inciterait les employé.es à venir à vélo, ou au moins à moins utiliser leur voiture. En revanche, la CC ne met pas de vélo de service à disposition.

Cela concerne environ 200 agent.es, dont 80 au siège de la CC. Il n'y a pas de donnée disponible sur leur lieu de domicile.

Il y a du stationnement vélo à proximité direct des locaux, mais il n'est pas couvert, c'est prévu qu'il le soit avec une extension prochainement.

Il y'a eu peu de communication sur la mise en place du forfait mobilité durable et en parallèle peut d'animation ont été réalisé autour du vélo pour rendre visible le nouveau dispositif au sein des salariés de la communauté de communes. Néanmoins, une campagne de sensibilisation a été réalisée pour le grand public. Il existe une association vélo sur le territoire qui fait de la sensibilisation.

Les aménagements cyclables sur la CC sont globalement sécurisés mais en partie seulement. Il existe une carte de ces itinéraires sécurisés, sans les distances et les temps de trajet. La géographie n'est pas vallonnée donc plutôt favorable à la pratique cycliste.

Interprétation de la problématique et recommandations

Certaines entreprises acquièrent et mettent à disposition des vélos pour les déplacements professionnels, mais permettent à leurs salarié.es de les utiliser sur leur temps personnel.

Il serait peut-être opportun de réaliser une campagne de communication pour faire connaître le forfait mobilité durable, et accompagner ensuite les bénéficiaires dans les démarches. Cela peut passer par une animation avec une présentation des cartes des itinéraires cyclables, un parcours test un matin où les collègues font le trajet ensemble à vélo. L'idée serait de profiter de la campagne autour du FMD pour faire de la remise en selle.

Les animations du style « challenge de la mobilité » ou « défi vélo » peuvent aussi renforcer une dynamique de changement de comportement au sein des salariés de la CC :

- Un défi vélo a été organisé en 2023 auprès des collègues avec 8 participant.es, ce qui a saturé les arceaux vélo et permis la construction d'un abris vélo sécurisé. En 2024, l'objectif serait d'avoir un mouvement plus grand pour montrer aux élu.es que cela se généralise. Le fait que les élu.es ou les DGS jouent le jeu, challengent les agent.es, participe au fait que cela fonctionne.
- Présenter une association vélo sur le temps d'un midi, avec des tests de vélos différents, voire qui sortent de l'ordinaire.
- S'appuyer sur les groupes de collègues déjà cyclistes, par exemple un groupe d'une dizaine de personne qui utilisent le train + le vélo pour leur trajet, pour avoir une bonne dynamique.

- Expérimentation de vélos à assistance électriques (VAE) : mise à disposition de VAE pour une certaine durée, pour les déplacements domicile-travail et les déplacements professionnels. Il faut faire néanmoins attention à ce que cela ne soit pas perçu comme un avantage en nature et bien comme un dispositif à destination de l'accompagnement au changement.

Réfléchir à une plus grande sobriété des déplacements, en rationalisant ou supprimant des déplacements inutiles.

Retours et réactions de Mme Le Guennec

Inciter les collègues à venir à vélo au travail nécessite une coordination entre différentes actions, à la fois de la communication et de la formation autour du forfait mobilité durable, la mise en lien avec des ateliers de remise en selle, de sensibilisation, et des animations du style « défi vélo » etc.

Profiter des 2h de pause déjeuner pour ce genre d'action dans le cadre de la mise en place du FMD.

Eventuellement, réaliser une enquête mobilité interne pour comprendre les habitudes actuelles de mobilités des agent.es.

Proposer potentiellement des vélos en libre-service ou de fonction pour les agent.es et pourquoi pas les élu.es.

Essayer d'inciter à réaliser les petites courses du midi à vélo pour commencer, pourquoi pas via un défi interne.

Besoin de l'exemplarité du DGS et des chefs de service.

Groupe de travail n°2

Client

Mickaël Moing, chargé de mission Mobilité – Liffré Cormier Communauté

Problématique retenue par l'ensemble des participant.es après vote

Comment embarquer les entreprises du territoire sur la mobilité et avec quels outils peut-on promouvoir la mobilité durable auprès de leurs salariés ?

Exposition de la situation et réponses aux questions de contexte posées par les autres participants

Liffré Cormier Communauté, territoire de la couronne de métropole rennaise, dont les entreprises sont pour la plupart de petite taille (10-15 salariés), avec une petite dizaine d'entreprises comptant plus de 50 salariés. Elles sont majoritairement situées dans des zones d'activité commerciale (ZAC) assez proches des centralités communales, et ont des activités liées à la logistique. Elles ne sont pas bien desservies par des pistes cyclables ou d'arrêts de bus BreizhGo.

Ces entreprises ne sont pas impliquées dans l'objectif d'inciter leurs salariés à utiliser d'autres modes de déplacement que la voiture pour venir sur leur lieu de travail. Globalement, elles n'ont pas d'appétence pour le sujet de la mobilité. Il y a eu des tentatives de la part de l'intercommunalité de les embarquer, mais cela s'est soldé par des échecs.

Il se trouve que ces entreprises rencontrent des difficultés de recrutement en raison de la mobilité des potentielles recrues, car l'offre de transports en commun n'est pas adéquate, or beaucoup de salarié.es viennent de la Rennes Métropole.

Il y a eu une tentative de créer des communautés de covoiturage intra et inter-entreprises au travers de la plateforme Klaxit (BlaBlaCar Daily) mais, sur 50 entreprises, seules 2 se sont inscrites.

Il y a aussi des difficultés liées à la prise de contact, car on ne sait pas à quel interlocuteur s'adresser dans l'entreprises pour que les choses avancent.

Des petits déjeuners thématiques ont déjà rencontré du succès auprès de certaines entreprises, mais elles ne viennent pas d'elles-mêmes, il faut aller les chercher.

Interprétations de la problématique

C'est une problématique qui touche beaucoup d'intercommunalités.

Il se trouve que ce sont des acteurs qui ne sont que très peu voire pas du tout sensibles à l'argument écologique des mobilités durables, en particulier les directions.

Il y aussi une vraie difficulté pour identifier les partenaires à contacter au sein des entreprises : qui fait quoi ? Cela arrive régulièrement de contacter quelqu'un qui a le « titre »

de chargé.e de la mobilité au sein de l'entreprise mais qui en réalité ne se préoccupe pas des problèmes de mobilité.

Parfois, même des comités de partenaires sont annulés faute de participants.

Les entreprises ne font pas le lien entre leurs difficultés à recruter et les enjeux liés à la mobilité.

Recommandations

Insister auprès des directions des entreprises sur les liens qu'il existe entre emploi et mobilité, que cela impacte leurs capacités de recrutement.

Profiter d'ateliers entrepreneurs à l'échelle des zones d'emplois, qui ne concernent pas forcément la question des déplacements, pour glisser le sujet de la mobilité dans les problématiques, donc attirer l'attention des entreprises d'une manière détournée.

Si possible, croiser les fichiers RH des entreprises avec la carte des services de mobilité du territoire pour réaliser une cartographie de covoiturage, d'alternatives, et donc arriver déjà vers les entreprises avec une solution un peu concrète pour elles. Cela s'inspire de ce qui a été fait au Mans, mais cela implique d'avoir accès aux fichiers RH au préalable.

Proposer une plaquette mobilité de l'offre disponible (par exemple plateforme de covoiturage), faire en sorte que cela crée de l'échange et donc un effet boule de neige.

Profiter du fait que les collaborateur.ices d'une entreprise se connaissent, et donc soient dans des relations de confiance, pour développer le covoiturage.

Groupe de travail n°3

Cliente

Carmen Jaffrelot, chargée de mission Mobilité et Habitat - Roi Morvan Communauté

Problématique retenue par l'ensemble des participant.es après vote

Comment accompagner les entreprises au changement de comportement en mobilité ?

Exposition de la situation et réponses aux questions de contexte posées par les autres participants

Roi Morvan Communauté travaille propose avec Ehop des audits mobilité aux entreprises du territoire. Plusieurs entreprises ont sollicité et bénéficié de cet audit. Il s'agit désormais de les accompagner sur des choses concrètes à mettre en place. L'objectif est bien d'aller au-delà du covoiturage.

Il y a eu une rencontre avec l'entreprise et la Communauté de Communes au moment de l'audit. Les audits avec les meilleurs taux de réponse des salariés, sont ceux où les équipes de Roi Morvan Communauté/Ehop sont allées sur place.

Le territoire compte principalement des grosses entreprises agro-industrielles.

Interprétations de la problématique

Il y a un véritable enjeu sur les grosses entreprises implantées dans le rural qui ont peu de contraintes et que l'on essaye le moins possible de brusquer pour maintenir l'emploi local. Il peut aussi y avoir moins de contrainte, par exemple en matière d'espace pour agrandir des stationnements bien que le ZAN puisse venir réinterroger les usages.

L'un des principaux freins au changement est l'historique des mouvements sociaux liés à des mesures en lien avec la voiture. Travailler sur le sujet des mobilités peut faire peur en ce sens et inciter à l'immobilisme.

Des démarches auprès des entreprises sur la mobilité sont réalisées dans plusieurs territoires avec plus ou moins de succès. La question de la mobilité est souvent mêlée avec des difficultés de recrutement.

Recommandations

Dans un premier temps, l'aller-vers semble essentiel pour mobiliser les entreprises. Ce besoin d'animation nécessite d'avoir un ETP dédié au sein de la collectivité territoriale et d'avoir des référents bien identifiés dans les entreprises. Il ne faut pas négliger le temps que cela prend de chaque côté.

Pour une mobilisation sur le long-terme, l'animateur territorial ne doit pas hésiter à relancer et challenger en permanence les entreprises avec des demandes de résultats/comptes-

rendus (suivi des indicateurs). L'animateur permet à l'entreprise de s'informer sur l'offre existante et sur les dispositifs. Il prévoit un ensemble de documentation préfabriquée pour que l'entreprise puisse facilement s'informer sur le sujet.

Cette animation peut passer par la création d'un club d'entreprise, à l'image du Club développement durable qui a été créé à Rennes Métropole. Il s'agit d'un club où se diffusent les bonnes pratiques et où les entreprises se challengent mutuellement. Dans le cas de Rennes, il a été difficile de recruter de premières entreprises mais certaines ont su être motrices et embarquer d'autres dans le mouvement. Ce club peut intégrer la remise d'un kit à chaque entreprise reprenant l'ensemble de l'offre mobilité existante. Il peut s'agir également de l'organisation de petits-déjeuners d'entreprise, voire de réfléchir à une double animation mutualisée avec un job meeting où des demandeurs d'emploi pourraient apporter leurs idées.

Pour mobiliser les entreprises autour de la mobilité, il est possible de mettre en avant la valorisation leur image de marque/employeur et la différenciation vis-à-vis de leurs concurrents. Cette valorisation peut avoir des effets positifs sur le recrutement. Il existe ainsi de super leviers financiers qui peuvent être valorisés comme le FMD. Il ne s'agit pas forcément de retirer les avantages existants pour la voiture mais peut-être de valoriser davantage les autres modes avec des incitations plus fortes.

L'argument économique doit aussi être au cœur de l'accompagnement. L'animateur doit mettre en avant cet argument, notamment en allant à la rencontre de la direction et des salariés.

Retours et réactions de Mme Jaffrelot

Les 3 principales idées retenues de cet échange sont les suivantes :

- Avoir un référent au sein de la collectivité et un référent au sein de l'entreprise apparaît comme essentiel ;
- Être un interlocuteur essentiel en matière de mobilité pour les entreprises en leur proposant l'essentiel de l'information sur l'offre, les dispositifs existants pour faciliter leur appropriation du sujet et leur mobilisation ;
- L'argument de la marque employeur semble particulièrement pertinent à développer auprès des entreprises.

[FIN]