



Rennes Métropole

43 communes, 420 717 habitants, 705 km²

Quatre actions, insérées dans un faisceau d'initiatives structurées, tissent le projet de mobilité transversale à l'échelle de l'agglomération rennaise.

Il s'agit de créer des infrastructures de charge pour véhicules électriques, de promouvoir l'autopartage, d'encourager la pratique du vélo et de déployer un système perfectionné d'aide à l'exploitation et à l'information des voyageurs. Particulièrement fiable, ce dernier améliore la qualité des services de transports en commun, ce qui devrait naturellement inciter les usagers à y recourir. Il facilite l'information du public grâce à un système d'open data qui a déjà permis aux entrepreneurs rennais de développer de nombreuses applications autonomes.

► Les clés du succès



Grenoble Alpes Métropole

49 communes, 439 974 habitants, 541 km²

Inscrite en 2000 dans le PDU, l'agence de mobilité grenobloise a vu le jour en 2012 sous le nom de *Métromobilité*, un service public opéré en régie par la communauté d'agglomération.

C'est aujourd'hui une marque apposée sur les tickets des transports en commun, dont l'opérateur (TAG) reste chargé de la vente ainsi que de l'information multimodale aux guichets. Métromobilité mène les actions de promotion et développe le logiciel d'information des voyageurs. Elle réalise plus d'une centaine d'animations par an pour sensibiliser le public aux déplacements décarbonés et a lancé des plans de déplacements pour les établissements scolaires. Innovation majeure, Grenoble a formalisé une gouvernance élargie qui réunit la ville, tous les acteurs socio-économiques, l'aménageur, la communauté d'agglomération, le syndicat mixte des transports collectifs, le conseil départemental, la Région et les investisseurs.

► Les clés du succès



Métropole européenne de Lille

85 communes, 1 119 877 habitants, 611,4 km²

Le projet lillois consiste en la réalisation de parkings mutualisés dans l'ÉcoQuartiers de l'Union au Nord-Est de la ville.

L'objectif de ces ouvrages est de mutualiser les espaces de stationnement en périphérie pour limiter le stationnement de surface en cœur de quartier. Cette mutualisation (des parkings partagés par plusieurs utilisateurs à des horaires différents) permet également d'envisager de valoriser ces espaces pour en faire des lieux de vie et d'animation du quartier : conciergerie, point d'information...

► Les clés du succès



Les agences de mobilité



Innover pour une mobilité durable dans les territoires

Une agence (locale) de mobilité a pour vocation de faciliter l'accès aux modes de déplacements durables des usagers de son territoire : résidents, salariés, élèves, étudiants, visiteurs, livreurs, touristes... en facilitant leurs pratiques de déplacements quotidiens et occasionnels.

L'agence de mobilité accompagne les changements d'habitudes de déplacements en offrant aux usagers une information multimodale, du conseil et des services, souvent par l'intermédiaire d'une boutique ou de guichets : billettique pour les transports en commun, réservation de transports à la demande, gardiennage, location ou entretien de vélos, etc. Elle peut également réaliser des animations locales pour sensibiliser le public à la mobilité durable, mettre en réseau les acteurs et opérateurs locaux autour de projets communs et accompagner les collectivités locales dans l'élaboration de leurs documents de planification plans de déplacement urbain (PDU).

Multiformes et multiservices

Outil parmi d'autres de la gestion de la mobilité sur un territoire, une agence de mobilité utilise tous types de moyens

de communication (affichage, internet, applications dédiées, etc.). Elle peut promouvoir des services opérés par des partenaires (autopartage, covoiturage, location de véhicules, taxis), aider à concevoir des plans de déplacements d'établissements (PDE), réaliser un observatoire territorial, et parfois même faire office de "service après-vente" pour les usagers des transports publics.

Neutre et globalisant

En régie ou confié à une entreprise privée, un organisme public local ou un groupement public-privé, le portage d'une agence ou centrale de mobilité répond à un cahier des charges précis. Il garantit ainsi que les services et conseils délivrés par l'agence sont équilibrés entre les différents modes de transport, sans en privilégier un par rapport à l'autre.

La démarche **éco** cité

Face aux enjeux climatiques, l'État soutient financièrement depuis 2010 - via le Programme d'Investissements d'Avenir "Ville de demain" - la mise en œuvre de stratégies de territoires innovantes proposées par 31 métropoles dites « ÉcoCités » dans les domaines de la mobilité, de l'énergie et de l'habitat durable. Le Ministère de la Cohésion des territoires via la DGALN - Direction générale de l'aménagement, du logement et de la nature - a chargé le Cerema - Centre d'étude et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement - de capitaliser sur ces démarches afin d'inspirer d'autres collectivités locales.

La présente collection de plaquettes synthétise chacune de ces « notes de capitalisation ».

► En savoir plus sur ecocité www.ecocites.logement.gouv.fr

Les partenaires de la démarche



Un document édité par le Centre d'étude et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement / Juin 2017 / Texte : Christel Luca - Création graphique : www.cultureinterieur.com

Agences
de mobilité

Les clés du succès



Partir de l'existant

Un projet d'agence de mobilité a toujours pour origine une situation locale et régionale particulière sur laquelle il doit s'appuyer : offre de transports en commun, place de la voiture, services existants, ... Il peut naître d'un besoin émergent sur un secteur particulier (ÉcoQuartier) ou d'un problème localisé de pollution puis s'élargir progressivement ou s'organiser dès le départ à grande échelle (région) : son ancrage est primordial et son échelle est adaptée.



Coconstruire avec les acteurs du territoire

Une gouvernance élargie : tel est le choix des agences de mobilité les plus abouties. Elle implique les collectivités locales (communes, agglomération, Département, Région), les acteurs socio-économiques (chambres de commerce, associations, gestionnaires de parkings ou de foires-expositions, etc.), les aménageurs, les investisseurs, l'opérateur des transports, ... Elle intègre avantageusement les promoteurs immobiliers : ils font le lien entre nouveaux occupants et nouvelles façons de se déplacer. Dans tous les cas, l'une des clés du succès est de concevoir son projet comme une coproduction de l'offre de mobilité avec un réseau élargi de partenaires.



Faciliter les alternatives

Une carte valable pour toutes les offres de mobilité sur l'ensemble du territoire ; des systèmes d'information en temps réel des voyageurs sur tous supports numériques ; la création de parkings périphériques invitant à parcourir les dernières centaines de mètres à pied ou en bus ; le maillage de bornes de recharge des véhicules électriques ; la promotion de toutes les formes de covoiturage, ... Les agences de mobilités confortent une posture lisible : il ne s'agit pas de contraindre la voiture ou de rendre son usage plus difficile, mais de faciliter toutes les offres de mobilité avec la conviction que la voiture prendra ainsi sa "juste" place.



Donner du temps à son projet

Les éléments déclencheurs du conseil en mobilité ou de l'agence sont très divers et dépendants des situations locales. Les partenaires doivent se donner le temps de tester, mettre en place le projet et l'évaluer, afin d'adapter les services pour assurer leur pérennité et leur efficacité. Plus encore que le niveau d'investissement, c'est la pérennité des moyens financiers qui est importante : il est nécessaire d'avoir une visibilité budgétaire d'au moins trois ans pour permettre un démarrage satisfaisant de l'agence, sachant que les résultats ne sont pas immédiats.



Améliorer la vie des plus fragiles

En favorisant l'accessibilité à la ville et à ses services, la mobilité est un facteur d'intégration sociale et urbaine, particulièrement pour les habitants des quartiers en difficulté. Une boutique consacrée à la mobilité peut être l'occasion de développer des approches d'apprentissage des services urbains, dont les transports publics, mais aussi d'intégrer des services tels que la conciergerie, l'auto-réparation de vélos ou la diffusion de paniers frais.



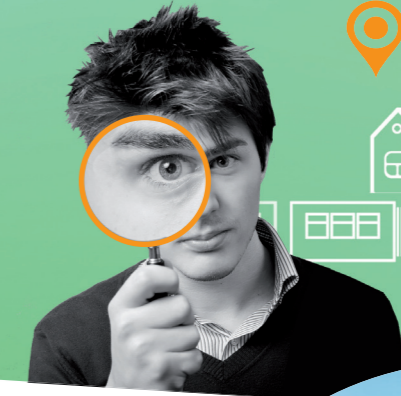
Recruter un conseiller en mobilité ?

Le conseiller en mobilité participe, au sein de la collectivité publique, à l'articulation entre le domaine des déplacements et celui de l'urbanisme : une double compétence à privilégier lors du recrutement. Pour assurer le volet "information" de sa mission auprès du public, il doit disposer d'outils fiables et actualisés sur l'accessibilité de tous les modes, la tarification de l'existant, les projets du PDU, etc. Son rôle d'animation peut l'amener à effectuer des formations ciblées (autopartage, partage de l'espace public, conduite à vélo) sur des sites variés (mairies, campus, zones d'activités) et auprès de publics divers (étudiants, employés, enfants, personnes en difficulté).

Agences de mobilité

Des cas concrets

Cinq EcoCités ont intégré à leur stratégie territoriale une réflexion sur les centrales ou agences de mobilité : Plaine Commune, Métropole européenne de Lille, Rennes Métropole, Strasbourg Eurométropole des deux rives et Grenoble Alpes Métropole.



Strasbourg Eurométropole des deux rives

28 communes, 483 194 habitants, 316 km²

Optimiser la gestion des livraisons, mailler le territoire de bornes de recharge pour véhicules électriques, intégrer ces derniers dans un réseau électrique intelligent, proposer un pass multimodal et interopérable : tels sont les quatre projets du volet mobilité du dossier EcoCité de la capitale alsacienne.

Le pass donne accès au réseau de transports en commun, mais aussi aux vélos en libre-service, aux voitures en autopartage, au stationnement dans les parcs relais. Il permettra, à terme, de bénéficier d'autres services sur tout le territoire de la communauté urbaine. Sa commercialisation est déléguée à la compagnie de transport urbain tandis que le conseil aux usagers est assuré par l'agence de mobilité, filiale de la communauté urbaine. Elle regroupe le syndicat des transports, l'association locale de promotion du vélo, la société d'autopartage, le gestionnaire des parkings publics, l'aménageur des ÉcoQuartiers et le gestionnaire des foires et congrès. Cité transfrontalière, Strasbourg a l'originalité notable de concevoir ses offres en lien avec les collectivités allemandes voisines pour assurer une continuité de l'offre entre les deux pays.

► Les clés du succès



Plaine Commune

9 communes, 411 367 habitants, 47,4 km²

Réduire fortement l'usage et la place accordée à l'automobile dans la ville : tel est l'objectif du projet de centrale de mobilité de l'ÉcoQuartier fluvial de l'île-Saint-Denis : une île où la voiture, à terme n'aura plus sa place.

Construite à partir d'un parking en silo qui concentrera l'essentiel de la demande en stationnement pour des véhicules à moteur, l'initiative réduit l'offre de stationnement par rapport aux normes en usage afin d'amorcer un changement de comportement. Les usagers parcourront "les dernières centaines de mètres" à pied : première étape d'accommodation avant un recours plus systématique aux transports en commun. Des services à la mobilité seraient inclus dans le parking qui pourrait également accueillir des associations de quartier liées à l'économie sociale et solidaire. L'action est accompagnée d'un faisceau d'initiatives (non subventionnées par le PIA Ville de demain) : amélioration de la desserte en bus locale, passerelle bus, aménagements en faveur des modes doux et services, à la mobilité (autopartage, navette fluviale, etc.).

► Les clés du succès

