

**ADEME**



Agence de l'Environnement  
et de la Maîtrise de l'Energie

**Ademe**



**Leviers d'actions pour favoriser le covoiturage de  
courte distance, évaluation de l'impact sur les  
polluants atmosphériques et le co<sub>2</sub>**

Rapport intermédiaire - Version 0 - Avril 2014



AUTEURS DE L'ETUDE

---



**ALTERMODAL**  
Département Transports et Déplacements

**REDACTEURS**  
Nicolas MERCAT  
Patrick SUCHE



# SOMMAIRE

<b>• A – LE CADRE D’INTERVENTION .....</b>	<b>10</b>
1. Contexte et objectifs de la mission .....	10
1.1 Le rôle de l’Ademe.....	10
1.2 L’impact des transports routiers sur la qualité de l’air.....	10
1.3 L’action publique .....	10
1.4 Le covoiturage .....	11
2. Déroulé de la mission .....	11
<b>• B – INTRODUCTION AU COVOITURAGE .....</b>	<b>12</b>
1. Qu’est-ce que le covoiturage.....	12
1.1 Définitions.....	12
1.2 Les différentes formes de covoiturage .....	12
1.2.1 <i>Le covoiturage domicile-travail</i> .....	13
1.2.2 <i>Le covoiturage professionnel et de chantier</i> .....	13
1.2.3 <i>Le covoiturage de proximité et événementiel</i> .....	14
1.2.4 <i>Le covoiturage longue distance</i> .....	14
1.3 Covoiturage organisé et covoiturage spontané .....	15
1.3.1 <i>Le covoiturage spontané</i> .....	15
1.3.2 <i>Le covoiturage organisé</i> .....	15
1.3.3 <i>L’émergence du covoiturage dynamique</i> .....	16
2. Le marché actuel et les enjeux.....	17
2.1 Rappels sur la mobilité des français .....	17
2.2 Le taux d’occupation des véhicules .....	17
2.3 La part actuelle du covoiturage .....	18
2.4 Le potentiel.....	18
<b>• C – EXPLOITATION DE L’ENTD .....</b>	<b>19</b>
1. Données générales de cadrage .....	19
1.1 Le nombre de covoitureurs domicile-travail .....	19
1.2 Les types de pratique et de posture.....	19
1.2.1 <i>Conducteurs et passagers, dans et à l’extérieur du cercle familial</i> .....	19
1.2.2 <i>Trajets aller ou aller-retour</i> .....	19
1.2.3 <i>Fréquence de pratique</i> .....	20
1.2.4 <i>Alternative à la pratique</i> .....	20
1.2.5 <i>Pratiques antérieures</i> .....	20
1.2.6 <i>Le covoiturage intermodal</i> .....	20

<b>2. Variabilité de la pratique de covoiturage.....</b>	<b>21</b>
2.1 Selon le niveau de diplôme .....	21
2.2 Selon le niveau de revenu du ménage .....	21
2.3 Selon la distance .....	22
2.4 Selon les horaires de travail .....	22
2.5 Selon la tranche d’âge .....	23
2.6 Selon la localisation .....	24
2.7 Selon les régions .....	24
2.8 Vue de synthèse.....	25
<b>3. La typologie des véhicules .....</b>	<b>26</b>
3.1 Le type de carburant .....	26
3.2 La puissance fiscale .....	26
3.3 La durée de détention.....	26
<b>4. Les déplacements domicile étude .....</b>	<b>27</b>
4.1 Le nombre de covoitureurs domicile-étude .....	27
4.2 Les types de pratique et de posture.....	27
4.2.1 <i>Conducteurs et passagers, dans et à l’extérieur du cercle familial, tous âges</i> .....	27
4.2.2 <i>Conducteurs et passagers, dans et à l’extérieur du cercle familial, les majeurs</i> .....	27
4.3 Variabilité de la pratique .....	28
4.3.1 <i>Selon l’âge</i> .....	28
4.3.2 <i>Selon le type de localisation, tous âges confondus</i> .....	28
<b>• D – BENCHMARK .....</b>	<b>29</b>
1. La Plaine de l’Ain .....	29
1.1 Présentation générale .....	29
1.1.1 <i>Fiche signalétique</i> .....	29
1.1.2 <i>Les principales étapes</i> .....	29
1.1.3 <i>La localisation</i> .....	29
1.2 Présentation du dispositif .....	30
1.2.1 <i>Le site Internet</i> .....	30
1.2.2 <i>Les moyens mis en œuvre en plus du site internet</i> .....	30
1.3 Les éléments financiers .....	31
1.4 Les résultats .....	32
1.4.1 <i>La situation initiale</i> .....	32
1.4.2 <i>Les résultats quantitatifs et qualitatifs obtenus</i> .....	32
2. L’Arc Jurassien .....	34
2.1 Présentation générale .....	34
2.1.1 <i>Fiche signalétique</i> .....	34
2.1.2 <i>Les principales étapes</i> .....	34
2.1.3 <i>Localisation</i> .....	35
2.2 Présentation du dispositif .....	35

2.2.1	<i>Le site Internet .....</i>	35	5.2.1	<i>La plate forme de covoiturage.....</i>	63
2.2.2	<i>L'aménagement d'aires de covoiturage .....</i>	35	5.2.2	<i>L'animation .....</i>	67
2.2.3	<i>La mise en place d'un plan de communication .....</i>	36	5.2.3	<i>Les autres actions et projets .....</i>	68
2.2.4	<i>L'information et la sensibilisation .....</i>	36	5.3	<i>Les éléments financiers.....</i>	69
2.3	<i>Les résultats.....</i>	37	5.4	<i>Les résultats .....</i>	70
2.3.1	<i>Analyse de l'activité du site et de la centrale téléphonique .....</i>	37	5.4.1	<i>Enquête de 2013 auprès des inscrits au site.....</i>	70
2.3.2	<i>Comptages avant/après aux frontières.....</i>	38	5.4.2	<i>Enquête de 2013 auprès des habitants .....</i>	73
2.3.3	<i>L'utilisation des parkings de covoiturage .....</i>	39	5.4.3	<i>Données de comptages.....</i>	75
2.3.4	<i>Enquêtes auprès des salariés .....</i>	40			
2.3.5	<i>Evaluation de l'impact global de l'opération sur la pratique du covoiturage.....</i>	45			
<b>3.</b>	<b>Automobile Club d'Aix-en-Provence et du Pays d'Aix .....</b>	<b>46</b>	<b>6.</b>	<b>Nantes Métropole.....</b>	<b>76</b>
3.1	<i>Présentation générale .....</i>	46	6.1	<i>Présentation générale .....</i>	76
3.1.1	<i>Fiche signalétique.....</i>	46	6.1.1	<i>Fiche signalétique.....</i>	76
3.1.2	<i>Les principales étapes.....</i>	46	6.1.2	<i>Les principales étapes.....</i>	76
3.1.3	<i>Localisation.....</i>	46	6.1.3	<i>Localisation.....</i>	76
3.2	<i>Présentation du dispositif .....</i>	47	6.2	<i>Présentation du dispositif .....</i>	77
3.2.1	<i>La plate forme de covoiturage.....</i>	47	6.2.1	<i>Le site Internet .....</i>	77
3.2.2	<i>Les services aux covoitureurs .....</i>	49	6.2.2	<i>L'animation .....</i>	78
3.2.3	<i>L'animation .....</i>	51	6.2.3	<i>Les points stop .....</i>	79
3.3	<i>Les éléments financiers.....</i>	52	6.2.4	<i>Les places réservées aux covoitureurs .....</i>	79
3.4	<i>Les résultats.....</i>	52	6.2.5	<i>Le covoiturage à vocation sociale .....</i>	80
3.4.1	<i>Enquête de 2010 auprès des inscrits au site.....</i>	52	6.3	<i>Les éléments financiers.....</i>	80
3.4.2	<i>Enquête de 2010 menée auprès des inscrits dans le cadre de pde .....</i>	53	6.4	<i>Les résultats .....</i>	81
3.4.3	<i>Enquêtes de fréquentation au niveau des point stop.....</i>	82	6.4.1	<i>Enquête de 2010 .....</i>	81
3.4.4	<i>Enquêtes de fréquentation au niveau des aires de covoiturage .....</i>	83	6.4.2	<i>Enquêtes de fréquentation au niveau des aires de covoiturage .....</i>	82
<b>4.</b>	<b>Rennes Métropole.....</b>	<b>55</b>	<b>7.</b>	<b>Conseil Général de Loire-Atlantique .....</b>	<b>84</b>
4.1	<i>Présentation générale .....</i>	55	7.1	<i>Présentation générale .....</i>	84
4.1.1	<i>Fiche signalétique.....</i>	55	7.1.1	<i>Fiche signalétique.....</i>	84
4.1.2	<i>Les principales étapes.....</i>	55	7.1.2	<i>Les principales étapes.....</i>	84
4.1.3	<i>Localisation.....</i>	55	7.1.3	<i>Localisation.....</i>	84
4.2	<i>Présentation du dispositif .....</i>	56	7.2	<i>Présentation du dispositif .....</i>	85
4.2.1	<i>La plate forme de covoiturage.....</i>	56	7.2.1	<i>Le site Internet .....</i>	85
4.2.2	<i>L'animation .....</i>	58	7.2.2	<i>Le réseau d'aires de covoiturage .....</i>	86
4.2.3	<i>Les aires de covoiturage .....</i>	60	7.2.3	<i>La promotion et la sensibilisation .....</i>	88
4.3	<i>Les éléments financiers.....</i>	60	7.2.4	<i>Les axes de travail récents ou à venir .....</i>	88
4.4	<i>Les Résultats.....</i>	61	7.3	<i>Les éléments financiers.....</i>	89
4.4.1	<i>La typologie des inscrits.....</i>	61	7.4	<i>Les résultats .....</i>	89
4.4.2	<i>La typologie des trajets effectués .....</i>	61	7.4.1	<i>Enquête de 2012 .....</i>	89
4.4.3	<i>Le nombre de covoitureurs effectifs et l'impact du dispositif .....</i>	61	7.4.2	<i>Enquêtes de fréquentation au niveau des aires de covoiturage de Nantes Métropole .....</i>	90
<b>5.</b>	<b>Le Grand Lyon.....</b>	<b>62</b>	<b>8.</b>	<b>Conseil Général de l'Isère .....</b>	<b>91</b>
5.1	<i>Présentation générale .....</i>	62	8.1	<i>Présentation générale .....</i>	91
5.1.1	<i>Fiche signalétique.....</i>	62	8.1.1	<i>Fiche signalétique.....</i>	91
5.1.2	<i>Les principales étapes.....</i>	62	8.1.2	<i>Les principales étapes.....</i>	91
5.1.3	<i>Localisation.....</i>	62	8.1.3	<i>Localisation.....</i>	91
5.2	<i>Présentation du dispositif .....</i>	63			

8.2	Présentation du dispositif .....	92	11.2	Présentation du dispositif .....	112
8.2.1	<i>L'architecture retenue.....</i>	92	11.2.1	<i>Le principe général.....</i>	112
8.2.2	<i>Les principales difficultés rencontrées .....</i>	93	11.2.2	<i>Organisation informelle par le site internet.....</i>	113
8.2.3	<i>Le nombre et le profil des participants .....</i>	94	11.2.3	<i>Stratégies et garantie de retour.....</i>	114
8.3	Les résultats.....	95	11.2.4	<i>Les voies réservées .....</i>	114
8.3.1	<i>Les données relatives à la mise en relation effective .....</i>	95	11.3	Les résultats .....	115
8.3.2	<i>Les données issues d'une enquête qualitative menée par Covivo .....</i>	96			
8.3.3	<i>Les effets néfastes des défaillances et des limites technologiques.....</i>	97			
8.3.4	<i>L'impact sur les pratiques de déplacement.....</i>	99			
<b>9.</b>	<b>Rézo Pouce .....</b>	<b>100</b>	<b>12.</b>	<b>SNCF.....</b>	<b>116</b>
9.1	Présentation générale .....	100	12.1	Présentation générale .....	116
9.1.1	<i>Fiche signalétique.....</i>	100	12.1.1	<i>Fiche signalétique.....</i>	116
9.1.2	<i>Les principales étapes .....</i>	100	12.1.2	<i>Les principales étapes .....</i>	116
9.1.3	<i>Localisation.....</i>	100	12.2	Présentation des expérimentations .....	116
9.2	Présentation du dispositif .....	101	12.2.1	<i>L'opération menée en Ile de France par Transilien.....</i>	116
9.2.1	<i>La genèse et la structuration juridique .....</i>	101	12.2.2	<i>L'opération menée en Franche-Comté.....</i>	117
9.2.2	<i>Le concept .....</i>	101	12.2.3	<i>L'opération menée dans le Nord Pas de Calais.....</i>	118
9.2.3	<i>Les évolutions récentes et à venir .....</i>	104	12.2.4	<i>Une expérimentation de covoiturage en temps réel .....</i>	119
9.3	Les éléments financiers.....	105	12.3	Les résultats et enseignements .....	119
9.4	Les résultats.....	106	12.3.1	<i>Analyse du marché et des besoins de covoiturage de rabattement .....</i>	119
9.4.1	<i>Le profil des inscrits.....</i>	106	12.3.2	<i>Les enseignements sur la mise en œuvre .....</i>	120
9.4.2	<i>Les types de déplacements effectués .....</i>	106			
9.4.3	<i>Les temps d'attente .....</i>	106			
9.4.4	<i>Le défraîtement .....</i>	106			
9.4.5	<i>La sécurité .....</i>	106			
<b>10.</b>	<b>Berthoud .....</b>	<b>107</b>			
10.1	Présentation générale .....	107	<b>• E – ELEMENTS DE SYNTHESE .....</b>	<b>121</b>	
10.1.1	<i>Fiche signalétique.....</i>	107	<b>1.</b>	<b>Principales caractéristiques .....</b>	<b>121</b>
10.1.2	<i>Les principales étapes .....</i>	107	1.1	Les covoitureurs .....	121
10.1.3	<i>Localisation.....</i>	107	1.1.1	<i>Leur nombre .....</i>	121
10.2	Présentation du dispositif .....	108	1.1.2	<i>Leur âge .....</i>	121
10.2.1	<i>La genèse du projet.....</i>	108	1.1.3	<i>Leur catégorie socio-professionnelle .....</i>	121
10.2.2	<i>Le concept .....</i>	108	1.1.4	<i>Leurs horaires de travail .....</i>	121
10.3	Les éléments financiers.....	109	1.2	Les habitudes de covoiturage .....	121
10.4	Les résultats.....	109	1.2.1	<i>la nature des équipages .....</i>	121
10.4.1	<i>Fiabilité du dispositif.....</i>	109	1.2.2	<i>Les distances parcourues .....</i>	121
10.4.2	<i>Niveaux de fréquentation .....</i>	110	1.2.3	<i>La fréquence de covoiturage .....</i>	122
10.4.3	<i>Conclusions de l'évaluation .....</i>	110	1.2.4	<i>Le taux de remplissage .....</i>	122
<b>11.</b>	<b>Washington .....</b>	<b>111</b>	1.2.5	<i>Le lieu de rencontre .....</i>	122
11.1	Présentation générale .....	111	1.2.6	<i>Passager ou conducteur ? .....</i>	122
11.1.1	<i>Fiche signalétique.....</i>	111	1.2.7	<i>Les types d'arrangements .....</i>	123
11.1.2	<i>Les principales étapes .....</i>	111	1.3	A quoi se substitue le covoiturage .....	123
11.1.3	<i>Localisation.....</i>	111	1.3.1	<i>Les anciennes habitudes de déplacements .....</i>	123

2.1.4	<i>L'incertitude du trajet retour .....</i>	124
2.1.5	<i>Le changement de statut de conducteur à passager .....</i>	124
2.2	Les motivations à la pratique du covoiturage.....	124
2.2.1	<i>L'argument financier.....</i>	124
2.2.2	<i>La recherche du lien social.....</i>	124
2.2.3	<i>La fatigue .....</i>	124
2.2.4	<i>La protection de l'environnement.....</i>	125
2.2.5	<i>Le gain de temps.....</i>	125
2.3	Les éléments sans grande influence apparente.....	125
2.3.1	<i>La diminution de la congestion .....</i>	125
2.3.2	<i>La sécurité des personnes.....</i>	125
2.3.3	<i>La sécurité des biens .....</i>	125
<b>3.</b>	<b>Les facteurs clés de succès.....</b>	<b>125</b>
3.1	L'animation et la communication .....	125
3.1.1	<i>L'animation .....</i>	125
3.1.2	<i>La promotion.....</i>	126
3.1.3	<i>Une communication globale .....</i>	127
3.1.4	<i>Des relais déplacements physiquement identifiés.....</i>	127
3.1.5	<i>Les aires de covoiturage .....</i>	128
3.2	La cohérence territoriale .....	128
3.2.1	<i>Une échelle territoriale cohérente .....</i>	128
3.2.2	<i>La mise en place d'une démarche partenariale .....</i>	128
3.2.3	<i>La présence d'une centrale de mobilité .....</i>	129
3.3	Les outils de mise en relation .....	129
3.3.1	<i>Les limites des plates formes internet .....</i>	129
3.3.2	<i>Un site de covoiturage d'envergure suffisante .....</i>	130
3.3.3	<i>La qualité de la plate -forme .....</i>	130
3.3.4	<i>Le lien direct avec les usagers.....</i>	130
3.3.5	<i>Les nouvelles technologies .....</i>	131
3.4	Aménagements et des actions d'accompagnement .....	131
3.4.1	<i>La mise en place d'aires de covoiturage .....</i>	131
3.4.2	<i>Le covoiturage spontané.....</i>	132
3.4.3	<i>Les voies réservées .....</i>	132
3.4.4	<i>Les avantages tarifaires sur autoroute .....</i>	133
3.4.5	<i>Les procédures d'évaluation .....</i>	133



## A – LE CADRE D'INTERVENTION

### 1. CONTEXTE ET OBJECTIFS DE LA MISSION

#### 1.1 LE ROLE DE L'ADEME

L'ADEME participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Afin de permettre aux entreprises, aux collectivités locales, aux pouvoirs publics et à chaque citoyen de progresser dans leur démarche environnementale, l'agence met à leur disposition ses capacités d'expertise et de conseil. Elle aide également au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants :

- La gestion des déchets,
- La préservation des sols,
- L'efficacité énergétique et les énergies renouvelables,
- La qualité de l'air et la lutte contre le bruit.

En particulier, la loi Grenelle 2 précise le rôle de l'ADEME en matière de préservation et d'amélioration de la qualité de l'air.

#### 1.2 L'IMPACT DES TRANSPORTS ROUTIERS SUR LA QUALITE DE L'AIR

La part de la pollution atmosphérique liée aux transports reste importante en zone urbanisée, et la plupart des dépassements de valeur limite Européennes de particules et de NO<sub>2</sub> sont observés en proximité du trafic routier. Dans ces zones, les transports peuvent représenter la première source d'émission de NO<sub>x</sub> et de PM, et être à l'origine d'une part non négligeable des émissions de composés organiques volatils (COV). Les transports routiers contribuent directement ou indirectement aux concentrations de polluants mesurées dans l'air, essentiellement de la façon suivante :

- Les COV sont émis directement en sortie du pot d'échappement,
- Le dioxyde d'azote (NO<sub>2</sub>) est émis pour partie directement en sortie du pot d'échappement, et une autre partie est formée indirectement dans l'atmosphère à partir des émissions de NO en sortie du pot d'échappement,
- Les particules PM10 et PM2,5 sont émises directement et aussi indirectement à partir d'autres composés, comme les COV, ainsi que par leur remise en suspension lors du passage des véhicules sur la route,
- L'ozone se forme dans l'atmosphère par réaction chimique entre les composés organiques volatils (COV) et les NO<sub>x</sub> en période de fort ensoleillement.

La pollution de l'air est un enjeu sanitaire majeur. Le rapport CAFE<sup>1</sup> de février 2005 sur la qualité de l'air précise que « la santé humaine est sérieusement menacée par l'exposition aux particules fines » avec une réduction de l'espérance de vie de 8,2 mois pour la France attribuable aux particules fines PM2,5 d'origine anthropique.

D'autre part l'étude de l'OMS Europe<sup>2</sup> publiée en 2000 montre que la pollution par les particules PM10 est à l'origine de 19 200 à 44 400 morts prématurées<sup>3</sup> en France chaque année (6% des décès, en moyenne), dont la moitié est attribuée aux émissions du trafic routier.

Les études scientifiques montrent qu'une exposition de court terme aux particules fines suffit à accroître la morbidité cardio-respiratoire, tandis qu'une exposition chronique favorise l'apparition d'asthme chez l'adulte<sup>4</sup>, de broncho-pneumopathies chroniques obstructives et d'altération du développement de la fonction respiratoire chez l'enfant, de maladies cardiovasculaires et de cancers du poumon. Le Commissariat Général au Développement Durable (CGDD)<sup>5</sup> a établi un coût de cette pollution compris entre 20 et 30 Md€, soit 400 à 500 €/habitant pour l'année 2000.

Enfin, en juin 2012, l'Organisation Mondiale de la Santé a classé les gaz d'échappement des moteurs Diesel en « cancérogènes certains » (groupe 1) pour l'homme<sup>6</sup>.

#### 1.3 L'ACTION PUBLIQUE

La réduction des impacts nocifs de la pollution de l'air actuellement observés ainsi que le contentieux de la France avec la Commission Européenne nécessitent la mise en place d'actions permettant à court terme de réduire la pollution de l'air.

Au niveau Européen, les normes européennes d'émissions (normes Euro) fixent depuis 1993 des seuils maximum d'émissions de polluants à l'échappement des véhicules routiers. L'évolution des normes Euro a permis, en réduisant progressivement les émissions de véhicules neufs, des progrès importants. Toutefois, ces progrès ne sont pas suffisants pour répondre au besoin d'amélioration de la qualité de l'air à court terme.

<sup>1</sup> Rapport IIASA 2005 Baseline Scenarios for the Clean Air for Europe (CAFE) Programme

<sup>2</sup> N Künzli, R Kaiser, S Medina et al. "Public-health impact of outdoor and traffic-related air pollution : a European assessment" Lancet 2000; 356: 795–801.

<sup>3</sup> Mort prématuée : baisse d'espérance de vie pour un adulte de plus de 30 ans, hors mort accidentelle ou violente

<sup>4</sup> Étude APHEKOM (2011) piloté par l'INVS pour la Commission Européenne

<sup>5</sup> Pour la Commission des comptes de l'économie et de l'environnement (CCEE) et la commission des comptes des transports de la nation (CCTN)

<sup>6</sup> Centre International de Recherche sur le Cancer, dépendant de l'OMS - [http://press.iarc.fr/pr213\\_E.pdf](http://press.iarc.fr/pr213_E.pdf)

## 1.4 LE COVOITURAGE

Plus récemment un comité interministériel sur la qualité de l'air (CIQA) a été créé pour élaborer avec des collectivités locales, des solutions pour améliorer la qualité de l'air en particulier dans le domaine des transports, en lien avec l'exercice actuel de révision et d'élaboration au niveau local des Plans de Protection de l'Atmosphère (PPA).

Ainsi, le CIQA a proposé un plan d'urgence pour la qualité de l'air composé de 38 mesures dont l'une des priorités est de favoriser le covoiturage : « l'objectif est d'éviter l'usage de plusieurs véhicules pour les trajets du quotidien par une politique intégrée du covoiturage. » Quatre mesures du plan visent à favoriser le covoiturage.

D'autre part, plusieurs PPA ciblent également le covoiturage comme outil de report modal de la voiture individuelle, pour optimiser la gestion du trafic routier ou réduire le trafic en ville.

Depuis 2000, plusieurs collectivités ont soutenu des actions de covoiturage en France. Dans les démarches PDE et PDA, le covoiturage constitue avec le transport en commun et le vélo les principaux axes d'action privilégiés.

Des études récentes confirment le dynamisme du covoiturage sur les longues distances. En effet, la mise en place de plateformes, les nouvelles technologies mobiles, les mesures d'accompagnement (infrastructures et incitations) ainsi que des actions de communication ont permis le développement des services associés à un covoiturage organisé.

En revanche, le covoiturage sur de courte distance n'a pas connu de réel démarrage en raison de freins clairement identifiés (voir rapport Certu 2013). La mobilité locale, qui concerne essentiellement les déplacements quotidiens pour aller travailler, étudier, faire ses courses et ses démarches administratives, se rendre aux lieux de loisirs, représente pourtant l'essentiel des déplacements (98% en volume<sup>7</sup>).

Une action efficace sur le covoiturage devrait donc cibler ces déplacements axés sur de courte distance et c'est pourquoi l'Ademe a souhaité lancé une étude dont les objectifs sont :

- D'identifier le rapport coût/efficacité des actions engagées sur le covoiturage de courte distance (<80 km) et bien mesurer le rôle que le covoiturage peut jouer dans l'atteinte des objectifs de réduction des polluants et des émissions de CO<sub>2</sub>,
- D'identifier sa contribution possible à la réduction des polluants atmosphériques et des émissions de CO<sub>2</sub>,
- De définir une méthode d'évaluation adaptée au covoiturage en prenant en compte les acquis d'autres méthodes d'évaluation (MAX EVA),
- De dégager les principaux leviers opérationnels d'actions : les actions les plus efficaces, les contextes les plus appropriés...
- De mieux faire connaître les bonnes pratiques pour déployer son usage avec la réalisation de fiches de bonnes pratiques et d'exemples à suivre.

Pour mener cette étude et l'accompagner dans sa démarche, l'Ademe a sélectionné le cabinet INDDIGO, associé au cabinet ENVIROCONSULT.

## 2. DÉROULE DE LA MISSION

La mission est pilotée par le Service Evaluation de la Qualité de l'Air de l'Ademe et s'appuie sur un Comité de Pilotage comprenant, des représentants d'autres services l'Ademe, du Cerema, de l'Etat, de la Feduco et de plusieurs collectivités locales (Grand Lyon, Nantes Métropole, Conseil Général de la Loire Atlantique et Conseil Général de la Charente-Maritime).

Elle a démarré en janvier 2014 et est prévue se terminer en juillet 2014 ; elle se décompose en deux temps principaux :

- Identifier les actions et les leviers pour dynamiser le covoiturage de courte distance,
- Evaluer l'impact du covoiturage sur les émissions de polluants (PM, NOX, COV) et le CO<sub>2</sub>.

Le présent rapport est un rapport intermédiaire correspondant aux travaux menés dans la première phase de la mission.

Il a fait l'objet le 24 avril 2014 d'une présentation au Comité de Pilotage.

<sup>7</sup> CGDD, *La mobilité des français, Panorama issu de l'ENTD 2008*

## B – INTRODUCTION AU COVOITURAGE

Cette première partie du diagnostic est une partie pédagogique et de définitions. Elle est essentielle pour bien comprendre les mécanismes du covoiturage et mettre en place des actions permettant sa réussite au vu de ses différentes cibles et typologies.

### 1. QU'EST-CE QUE LE COVOITURAGE

#### 1.1 DEFINITIONS

Le covoiturage vient d'être défini légalement dans l'article 52 de la loi n°2014-58 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles : il a été défini comme étant « l'utilisation en commun d'un véhicule terrestre à moteur par un conducteur non professionnel et un ou plusieurs passagers majeurs pour un trajet commun ».

Il s'agit d'une définition assez large basée sur le taux d'occupation du véhicule (un conducteur non professionnel et un ou plusieurs passagers majeurs), le choix ayant été fait d'une définition simple qui sera facile à contrôler par les forces de l'ordre, dans l'hypothèse par exemple de la mise en service future de voies réservées aux covoitureurs.

On peut distinguer en pratique deux grandes catégories de covoiturage :

- **Le covoiturage organisé** : il s'agit d'un mode de déplacement qui consiste à partager son véhicule avec une ou plusieurs personnes que l'on a préalablement contactées. La mise en relation de ces personnes pourra s'effectuer notamment via une plate forme internet de covoiturage qui mettra en relation ceux qui possèdent des compatibilités dans leurs trajets.
- **Le covoiturage spontané** : on intègre dans cette catégorie l'accompagnement familial d'une part et ce qu'on appelle communément le « stop » d'autre part. Le « stop » est notamment utilisé pour des trajets réguliers courts, sur des axes très fréquentés. Bien que spontané, ce type de covoiturage peut être structuré et facilité de diverses manières.

Les premiers services de covoiturage organisés ont d'abord été lancés dans les années 1980, par des associations animées par des covoitureurs bénévoles.

Depuis 2000, ces associations se sont pour la plupart professionnalisées, industrialisant leurs outils et adaptant leur offre pour proposer des solutions « clefs en main », faisant ainsi naître un métier nouveau : la prestation de service de covoiturage.

#### 1.2 LES DIFFERENTES FORMES DE COVOITURAGE

Aujourd'hui les typologies de covoiturage sont très nombreuses. Chaque équipe de covoiturage a ses spécificités que ce soit concernant le mode de mise en relation, la répartition des frais, la définition du lieu de regroupement, la fréquence du covoiturage, l'aspect ponctuel ou régulier du covoiturage. Aucune liste de type de covoiturage ne peut être exhaustive, voici cependant les formes de covoiturage les plus répandues et une tentative de définition de cinq d'entre elles.

Types de déplacements et de covoiturage	Fréquence	Destination	Public
Domicile-travail	Régulier quotidien	Communes proches	Actifs salariés
Professionnel et de chantier	Occasionnel, journée	Toutes destinations	Tous, intra ou interentreprises
Proximité : loisirs, achats, solidarité...	Régulier ou occasionnel	Communes proches	Jeunes, clubs, associations, cibles sociales
Événementiel	Occasionnel	Variables	Tous
Longue distance, vacances	Occasionnel	Destinations lointaines	Tous mais surtout les jeunes pour le moment

### **1.2.1 LE COVOITURAGE DOMICILE-TRAVAIL**

Le covoiturage domicile-travail est un covoiturage pendulaire. Il représente actuellement en France 3% des déplacements domicile-travail. Ce covoiturage concerne principalement les personnes (et/ou) :

- D'une même entreprise ou de façon plus rare d'une même zone d'activités,
- Dont les trajets sont supérieurs à environ 20 kilomètres,
- Ne disposant pas forcément en permanence d'une automobile, ou n'ayant pas le permis de conduire,
- Ayant des contraintes de stationnement à destination, soit en rabattement vers une gare pour ceux qui vont travailler en train, soit aux abords de leur lieu de travail (difficulté à trouver une place ou stationnement payant et cher).



L'incitation au covoiturage peut passer par (et/ou) :

- La mise en place d'actions spécifiques dans le cadre d'un Plan de Déplacements Entreprise (PDE) ou d'un Plan de Déplacements Inter-Entreprises (PDIE),
- La politique de l'entreprise ou de la collectivité en faveur du covoiturage (homogénéisation des horaires, places réservées...),
- La création de parkings de covoiturage,
- Des aménagements routiers en faveur du covoiturage pour réduire le temps de parcours des équipages.

Les moyens pour bien covoiturer peuvent être (et/ou) :

- Une prise de contact sur le lieu de travail naturellement ou lors d'actions PDE/PDIE,
- Une utilisation alternée de véhicule pour éviter tout échange monétaire toujours un peu compliqué à définir,
- Un regroupement sur un parking ou un détour de l'un des membres pour constituer l'équipage.

Les fréquences de covoiturage peuvent être les suivantes :

- Covoiturage systématique tous les jours travaillés,
- Une, deux, trois ou quatre fois par semaine, lorsque les contraintes des uns ou des autres le permettent,
- Lors d'un dysfonctionnement des « habitudes » de déplacements (grève des transports en commun, panne du véhicule...).

### **1.2.2 LE COVOITURAGE PROFESSIONNEL ET DE CHANTIER**

Le covoiturage professionnel et de chantier est souvent méconnu mais il est également souvent intégré dans les organisations. Le covoiturage professionnel redevient une sorte de logique et représente aujourd'hui plus de 20 % des cas de covoiturage. Ce covoiturage concerne les personnes (et/ou) :

- Les professionnels du Bâtiment et des Travaux Publics pour se rendre sur leur chantier depuis la société ou depuis des points de rendez-vous pratiques (entrées d'autoroutes...),
- Se rendant au même endroit dans le cadre de leur travail ; il est surtout fréquent entre salariés d'une même entreprise mais il se pratique aussi parfois entre salariés d'entreprises différentes (pour se rendre ensemble à une réunion, à un colloque...),
- En formation.



L'incitation au covoiturage peut passer par (et/ou) :

- La réduction du nombre de véhicules de fonctions ou de services dans les entreprises,
- Une politique de réductions de dépenses dans les entreprises,
- La mise à disposition d'informations sur le trajet des participants soit au départ (au sein de l'entreprise), soit à l'arrivée (à l'initiative de l'organisateur de la formation ou de la manifestation).

### **1.2.3 LE COVOUTURAGE DE PROXIMITE ET EVENEMENTIEL**

Le covoiturage de proximité augmente actuellement sa part d'usage mais celle-ci reste toutefois assez confidentielle. Il s'agit d'un covoiturage dans le cadre d'un déplacement avec son entourage proche (entre voisins, personnes âgées, clubs, associations, événements...). Ces déplacements sont souvent organisés de façon informelle. Ce covoiturage concerne essentiellement deux catégories de personnes :

- Celles n'ayant pas accès à la mobilité, pour des raisons diverses (et/ou) :
  - N'ayant pas le permis de conduire,
  - N'ayant pas de véhicule, ou pas les moyens financiers de le faire rouler,
  - N'ayant pas la possibilité d'utiliser les transports en commun,
  - étant isolées,
  - En période d'insertion sociale ou professionnelle.



**Covoiturage solidaire**

- Celles faisant le choix de covoiturage, par solidarité, par souci d'économie et/ou de convivialité :
  - Accompagner un membre de sa famille (parent, enfant...) à un rendez-vous, pour des achats...
  - Rendre service à un voisin ou à un ami,
  - Dans le cadre de sorties de loisirs proches (réunion associative...) ou plus éloignées (balade, cinéma, piscine, salle de sport...).



**Covoiturage de loisir**

Le covoiturage événementiel peut être considéré comme une variante du covoiturage de loisirs (voire aussi du covoiturage de longue distance), avec quelques particularités propres :

- Il s'effectue sur des distances relativement longues, pouvant atteindre l'échelle régionale, voire la dépasser (salon, grande manifestation sportive ou culturelle, fête d'envergure...),
- Il est plutôt de nature exceptionnelle, même s'il peut présenter parfois une certaine récurrence (supporters d'une équipe sportive par exemple),
- Il peut se pratiquer entre personnes ne se connaissant pas à l'avance.

### **1.2.4 LE COVOUTURAGE LONGUE DISTANCE**

Grâce au développement d'internet et de sites spécialisés, le covoiturage occasionnel connaît un essor important depuis quelques années. Ce covoiturage concerne principalement les personnes (et/ou) :

- Les jeunes actifs et les étudiants, y compris les adolescents,
- Les personnes non motorisées,
- Les personnes qui travaillent loin de chez elle et n'y reviennent qu'en weekend,
- Les vacanciers.



Cette pratique de covoiturage est assez standardisée :

- Elle passe par une prise de contact quasi systématique par le biais d'un site de covoiturage,
- Le passager participe aux frais.

Le covoiturage longue distance est surtout pratiqué en périodes touristiques, en début et en fin de weekend. Sa dimension financière est essentielle, avec un net avantage économique par rapport à l'usage du train, surtout sur les trajets des lignes à grande vitesse.

## 1.3 COVOITURAGE ORGANISE ET COVOITURAGE SPONTANE

On parle de covoiturage organisé lorsque le covoitureur et le covoituré ont été mis en relation par le truchement d'une entité intermédiaire, et de covoiturage spontané dans les autres cas. Dans les faits, la distinction n'est pas toujours aussi évidente dans la mesure où, s'agissant en particulier du covoiturage régulier sur courte et moyenne distance :

- Le covoiturage devient « spontané » une fois que la personne qui cherche à covoiturer s'est constituée un réseau de covoitureurs potentiels, certains d'entre eux ayant été trouvés initialement par le biais d'une plate forme de mise en relation,
- Les campagnes de communication et d'animation qui sont faites autour du covoiturage ou de l'usage de sites de covoiturage, déclenchent des pratiques spontanées entre collègues, entre voisins, etc.

Au global, les différentes enquêtes menées ces dernières années montrent que 20% seulement des covoitureurs utilisent un site internet de mise en relation.

### 1.3.1 LE COVOITURAGE SPONTANE

On intègre dans cette catégorie l'accompagnement familial d'une part et ce qu'on appelle communément le « stop » d'autre part.

Le « stop » est notamment utilisé sur des axes très fréquentés et pour des trajets réguliers courts de 1 à 15 kilomètres.

Bien que spontané, ce type de covoiturage peut être structuré et facilité de diverses manières :

- Mise en place d'une borne de covoiturage ou d'un réseau de bornes de covoiturage,
- Mise en place le cas échéant d'une charte d'utilisation, d'une procédure d'identification et/ou d'inscription préalable, d'un site Internet d'information, d'un kit de covoiturage...



Station de covoiturage spontané dans la ZA de Savoie Technolac

### 1.3.2 LE COVOITURAGE ORGANISE

Dans le domaine du covoiturage organisé, il convient de distinguer deux niveaux de pratiques au fonctionnement différent.

#### 1.3.2.1 Le covoiturage longue distance

Le covoiturage longue distance concerne les déplacements de plus de 80 kilomètres (cf. chapitre 1.2.4) et il requiert quasi systématiquement une mise en relation externe.

Le marché correspondant, en très forte croissance, est dominé par deux opérateurs de niveau européen (Blablacar et Carpooling) qui revendiquent à eux deux plus de dix millions d'inscrits, plus de deux millions de voyages/mois et près de deux millions de trajets proposés à chaque instant. Ce marché fonctionne en B2C, ce qui signifie en pratique que pour les trajets avec réservation en ligne, des frais de service viennent s'ajouter au montant payé par le passager afin de couvrir les frais de fonctionnements de l'opérateur.

Les prix pratiqués correspondent en général à un partage d'une partie des frais variables (essence+péage) entre les passagers, le conducteur payant déjà sa place en s'assurant du bon fonctionnement de son véhicule à l'année (assurance, entretien...). Le tarif moyen constaté est de l'ordre de 0.07 €/km, ce qui fait du covoiturage le mode de déplacement le plus économique en longue distance (avion, TGV...) pour les passagers, Ouigo excepté.

A noter par ailleurs que la distance moyenne constatée est voisine de 200 kilomètres par voyage.

#### 1.3.2.2 Le covoiturage de proximité

Le covoiturage de proximité fonctionne avec des sites locaux mis en place à l'initiative de collectivités locales, de centrales de mobilité, de zones d'activités, d'associations...

Ce marché progresse moins vite que le marché de la longue distance ; il est éclaté entre de nombreux prestataires sur un modèle économique B2B dans lequel l'opérateur se finance essentiellement par le biais d'une contribution annuelle du porteur de projet.

Les sites Internet utilisés proposent des fonctionnalités plus ou moins développées et plus ou moins puissantes selon les opérateurs et les budgets alloués. Beaucoup proposent des entrées personnalisables par communauté (une entreprise, une zone d'activité...) qui sont de nature à rassurer les usagers potentiels tout en leur offrant la possibilité d'une offre élargie par mutualisation de bases de données.

L'efficacité des sites de covoiturage de proximité est aujourd'hui plus faible que celle des sites de covoiturage longue distance car les nombres d'inscrits et de trajets proposés y sont également sensiblement plus réduits.

Sur le plan économique, le covoiturage de proximité est moins compétitif que le covoiturage de longue distance :

- Car les covoitureurs raisonnent en coût complet et non plus en coût marginal (d'autant plus s'ils utilisent chacun leur tour leur voiture),
- Car l'offre ferroviaire, sous forme de l'abonnement domicile-travail pris en charge à 50% par l'employeur, aboutit à un prix de revient kilométrique extrêmement compétitif, de l'ordre de 0.02 €/km,
- Car les détours pour constituer l'équipage sont proportionnellement plus pénalisants.

### 1.3.3 L'EMERGENCE DU COVOITURAGE DYNAMIQUE

Le covoiturage dynamique est un mode de covoiturage très récent, basé sur l'utilisation des nouveaux outils de communication de type Smartphone et sur une mise en relation qui s'effectue pratiquement en temps réel. Il a été expérimenté en particulier en 2010 par le Conseil Général de l'Isère. Les résultats n'ont pas été probants mais ne condamnent pas pour autant le covoiturage dynamique qui a encore des marges de progrès importantes sur le plan technique et technologique.

#### Exemple du Conseil Général de l'Isère :

Du 16 septembre au 26 novembre 2010, le Conseil Général de l'Isère a expérimenté l'"e.covoiturage" entre le plateau du Vercors et Grenoble, mais aussi entre certaines communes du plateau des quatre montagnes.

Le principe repose sur un système d'inscription par téléphone mobile pour mettre en relation très rapidement (quasi temps réel) conducteur et passager :

"Exemple : Il est 7 h 30. Pierre, habitant de Villard-de-Lans, monte dans sa voiture pour aller travailler à Grenoble. Via son téléphone mobile, il précise qu'il peut prendre un passager. Au même moment, quatre kilomètres plus bas, à Lans-en-Vercors, Michel fait savoir de son portable qu'il souhaite se rendre en gare de Grenoble. Son message est immédiatement transmis à tous les conducteurs qui se sont déclarés disponibles pour effectuer le trajet plateau du Vercors - Grenoble. Il pourra être géolocalisé grâce à son téléphone mobile ou à partir d'un arrêt de car Transisère. Quelques minutes plus tard, Pierre passe le prendre au point de rendez-vous.<sup>8</sup>"

Le système présente quatre avantages :

- Flexibilité : inutile de s'inscrire ou de s'organiser à l'avance. En moins de 2 minutes, un « passager » peut savoir si un « chauffeur » peut passer le prendre et le conduire à destination. Si ce n'est pas possible, averti au bout de 10 minutes environ, il prendra le car ou sa voiture, ou tenter le stop.
- Guidage des conducteurs : nul besoin de rechercher l'adresse du passager. Les automobilistes sont automatiquement conduits vers le demandeur grâce à un plan qui s'affiche sur leur téléphone mobile.
- Sécurité : conducteur et passager sont identifiés par un code confidentiel qui est attribué dès leur inscription.
- Partage des frais : tout est clair dès le départ. Le calcul d'itinéraires permet de connaître le nombre exact de kilomètres partagés.

Pour le conducteur, il faut un équipement récent, avoir un Smartphone permettant d'utiliser des applications de géolocalisation. Pour le passager, le système est prévu aussi pour des GSM plus classiques par SMS.

Pendant l'expérimentation, les conducteurs ont été indemnisés par le Conseil Général sous forme de bons d'achat.

Les analyses de cette expérimentation sont les suivantes<sup>9</sup> :

- 490 personnes abonnées, dont une centaine de passagers et près de 400 conducteurs.
- Chaque jour, une centaine d'offres de conducteurs et une trentaine de demandes de passagers ;
- Une douzaine de mises en relation journalières effective (le taux de mise en relation est donc de 12/30).
- Plus de 80 conducteurs et 50 passagers ayant été mis en relation au moins une fois.
- Un maximum de mises en relation entre 7h15 et 8h15 le matin et entre 17h et 18h30 le soir.

Les éléments à retenir :

- La solution technique est fonctionnelle.
- Le covoiturage est complémentaire aux transports en commun et est une vraie alternative à l'autosolisme.
- Grâce au temps réel, les usagers ne se préoccupent pas de l'organisation de leur trajet ni ne s'engagent à l'avance.
- L'aspect social (convivialité, contact humain) incite les usagers à participer.
- L'inscription obligatoire et l'identification de chacun des participants sont rassurantes.

Les pistes d'amélioration :

- Smartphones : ergonomie perfectible, nécessité d'un taux minimal d'équipement.
- Itinéraire et points relais : améliorer la localisation des points relais. Offrir la possibilité d'ajouter des étapes dans le trajet.
- Application : le détours maximal acceptable pour le conducteur est à réduire, une meilleure visualisation du point de rencontre ainsi que la possibilité d'annuler une proposition sont à envisager, de même que le guidage vocal.
- Géolocalisation et transmission des SMS : la qualité de la couverture réseau est un facteur déterminant de succès.

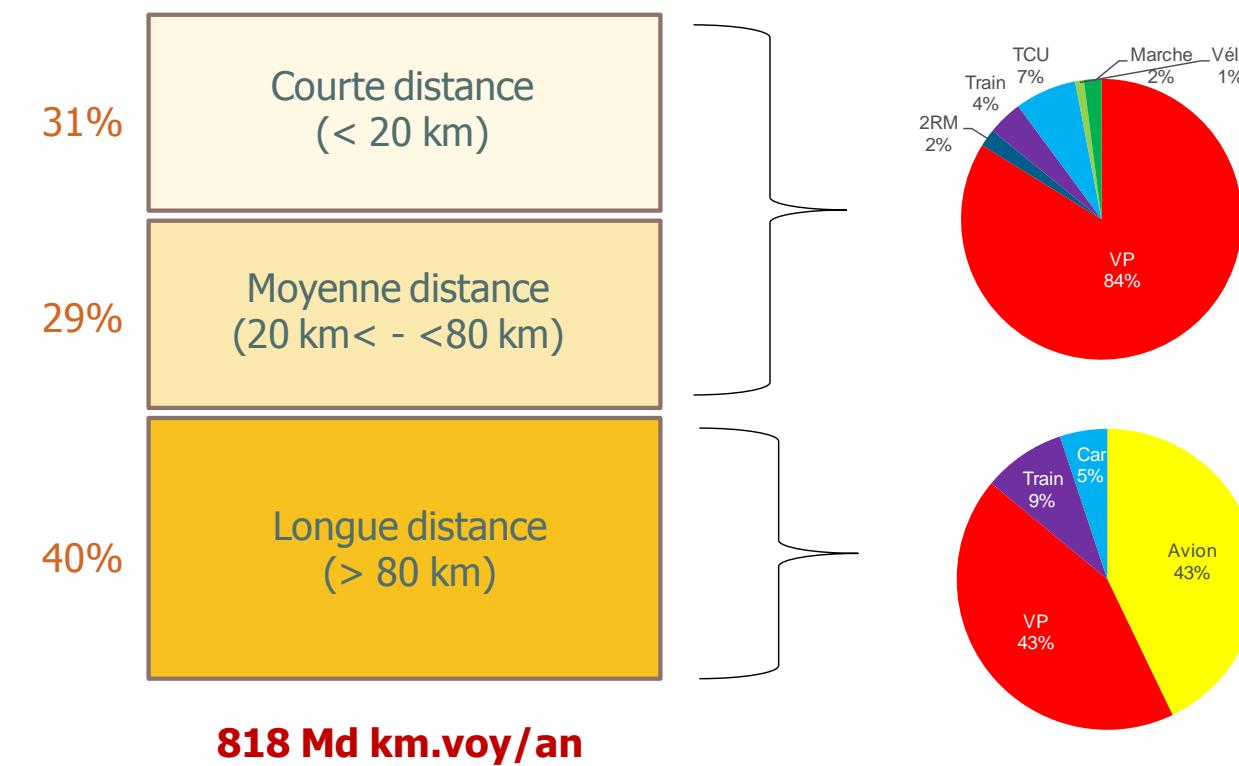
<sup>8</sup> Source : Communauté de Communes du massif du Vercors

<sup>9</sup> Source : Conseil Général de l'Isère, janvier 2011

## 2. LE MARCHE ACTUEL ET LES ENJEUX

### 2.1 RAPPELS SUR LA MOBILITE DES FRANÇAIS

En 2008 (dernières données disponibles), et comme illustré ci-dessous, les français ont parcouru 818 milliards de kilomètres.voyageurs.



Source : ENTD 2008 & Indigo

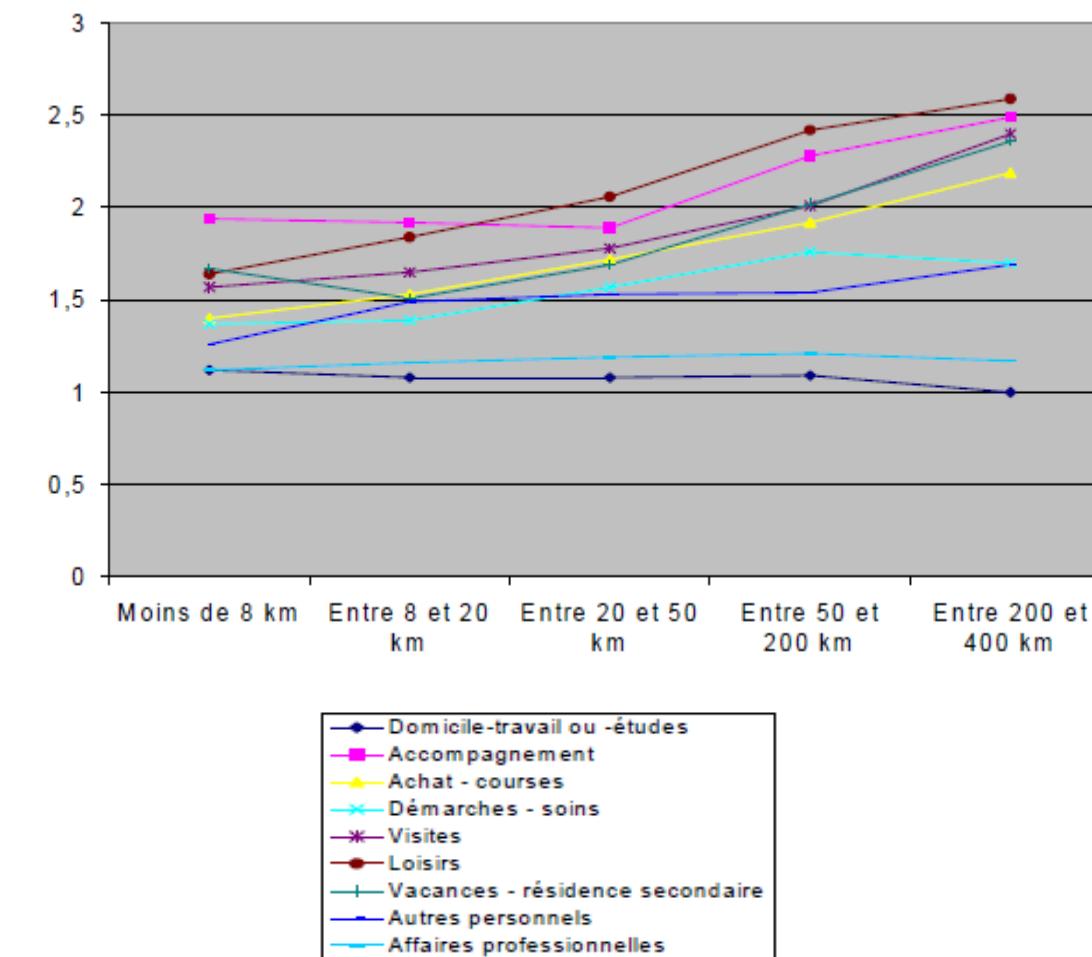
La mobilité des français

La mobilité locale, qui correspond à l'ensemble des déplacements de moins de 80 kilomètres, représente en distance 60% de la mobilité totale. Ces déplacements (toujours en distance) sont effectués pour 84% en voiture, pour 7% en transport collectifs urbains (TCU) et pour 4% en train.

Les déplacements de longue distance sont eux effectués essentiellement en avion et en voiture (43% chacun), et plus rarement en train (9%) ou en car (5%).

### 2.2 LE TAUX D'OCCUPATION DES VEHICULES

Le taux d'occupation moyen des véhicules est compris entre 1.2 et 1.3 personnes/véhicule pour les déplacements effectués en semaine et le détail par motifs et par tranches de distance fournit des enseignements intéressants :



Source : ENTD 2008

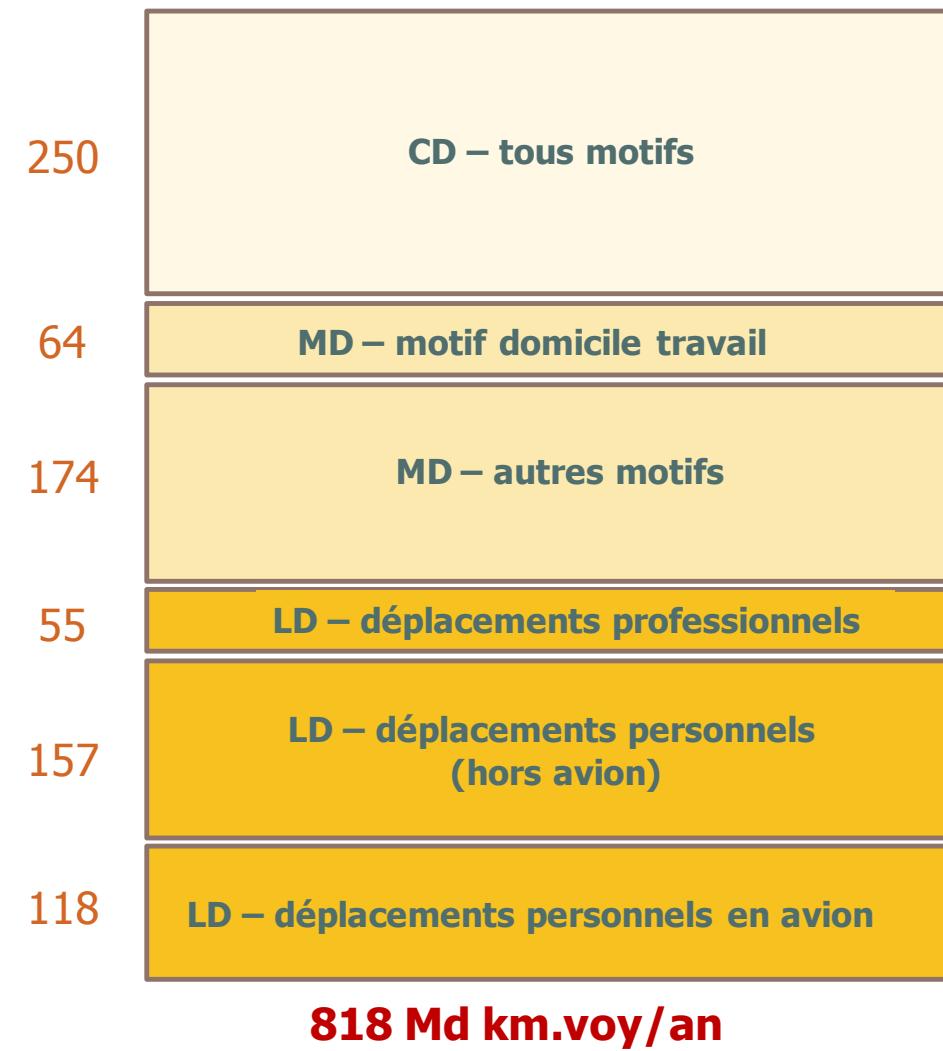
Variation du taux d'occupation par motifs et par tranches de distance

On remarque ainsi :

- Que c'est dans le cadre des déplacements professionnels, domicile-travail et domicile-étude que le taux d'occupation des véhicules est, de loin, le plus faible (1.08 en moyenne pour les déplacements domicile-travail, accompagnement familial inclus),
- Que pour tous les autres motifs, le taux d'occupation croît avec la distance, surtout au-delà de 20 kilomètres.

## 2.3 LA PART ACTUELLE DU COVOITURAGE

Pour apprécier la part modale actuelle du covoiturage, il est nécessaire de scinder plus finement l'histogramme présenté au chapitre 2.1, en faisant apparaître spécifiquement les déplacements effectués en avion et ceux correspondants à certains motifs particuliers :



Source : ENTD 2008 & Inddigo

Le marché actuel du covoiturage touche principalement quatre cibles parmi celles définies ci-dessus :

- Les déplacements de courte distance par le biais essentiellement de l'accompagnement familial, mais on ne sait pas évaluer combien il représente quantitativement,
- Les déplacements domicile-travail de moyenne distance (entre 20 et 80 kilomètres) : on estime que le covoiturage représente 6 milliards de kilomètres.voyageurs, correspondant à un taux de pénétration d'environ 10%,
- Les autres déplacements de moyenne distance, sans qu'il soit possible d'évaluer combien il représente quantitativement,
- Les déplacements personnels de longue distance (hors avion) : on estime que le covoiturage représente 2 milliards de kilomètres.voyageurs, correspondant à un taux de pénétration de 1 à 2%.

Le covoiturage de longue distance, qui n'est pas celui visé prioritairement dans le cadre de l'étude, est celui qui focalise généralement l'attention mais son importance actuelle reste finalement, en valeur absolue (km.voy/an) comme en valeur relative (part modale), sensiblement inférieure à celle du covoiturage domicile-travail et domicile-étude.

## 2.4 LE POTENTIEL

Les chiffres restent à affiner mais on peut estimer en première approche comme suit le potentiel à moyen terme du covoiturage :

- Une part modale de 5% sur les déplacements de courte distance, en supposant qu'il pourrait concerner 30% des déplacements de plus de 5 kilomètres effectués aujourd'hui en voiture,
- Une part modale de 30% sur les déplacements domicile-travail de moyenne distance, soit un triplement par rapport à la situation actuelle, en se basant sur les résultats d'enquêtes déclaratives effectuées en région Rhône Alpes entre 2006 et 2010 dans le cadre de PDE,
- Une part modale de 5% sur les déplacements de longue distance, soit un triplement par rapport à la situation actuelle, en se basant sur les résultats d'enquêtes déclaratives effectuées par ASF en 2009 avec une projection à 5 ans.

## C – EXPLOITATION DE L'ENTD

Dans le cadre de la présente mission, il nous a été possible d'accéder aux données brutes de l'ENTD de 2008 et de les traiter pour analyser ce qu'elles peuvent nous apprendre de la pratique du covoiturage.

Il convient néanmoins de rester prudent et critique quant à leur interprétation, en particulier sur les analyses croisées dans la mesure où il peut arriver que la taille de l'échantillon analysé devienne trop petite pour rester représentative. C'est pourquoi l'essentiel de l'analyse a porté sur les déplacements domicile-travail (chapitres 1 à 3) et dans une moindre mesure sur les déplacements domicile-étude (chapitre 4).

On notera également que les données de l'ENTD sont antérieures à la vogue récente du covoiturage et à la mise en œuvre de nombreuses politiques locales destinées à promouvoir la pratique.

### 1. DONNEES GENERALES DE CADRAGE

#### 1.1 LE NOMBRE DE COVOITUREURS DOMICILE-TRAVAIL

27.4 millions de personnes sont des actifs ayant un emploi. Sur ce total, en excluant les personnes qui travaillent en intérim, les commerciaux, etc., il reste 20.6 millions de personnes qui ont un travail fixe.

Parmi elles :

- 14.9 millions, soit 72.2%, vont travailler en voiture, mais pas forcément tous les jours,
- 3.5 millions, soit 17.2%, covoitent plus ou moins régulièrement, au moins sur une partie du trajet, le conducteur pour aller travailler, le passager pour tous types de motifs,
- 2.0 millions, soit 10.0% covoitent tous les jours, au moins sur une partie du trajet, le conducteur pour aller travailler, le passager pour tous types de motifs,
- 1.3 millions, soit 6.1% covoitent au moins sur une partie du trajet, mais pas forcément tous les jours, le conducteur et le(s) passager(s) allant travailler,
- 0.9 millions, soit 4.5% covoitent tous les jours, le conducteur et le(s) passager(s) allant travailler.

#### 1.2 LES TYPES DE PRATIQUE ET DE POSTURE

##### 1.2.1 CONDUCTEURS ET PASSAGERS, DANS ET A L'EXTERIEUR DU CERCLE FAMILIAL

Sur la population totale d'actifs covoituant régulièrement dans le cadre de leurs déplacements domicile-travail :

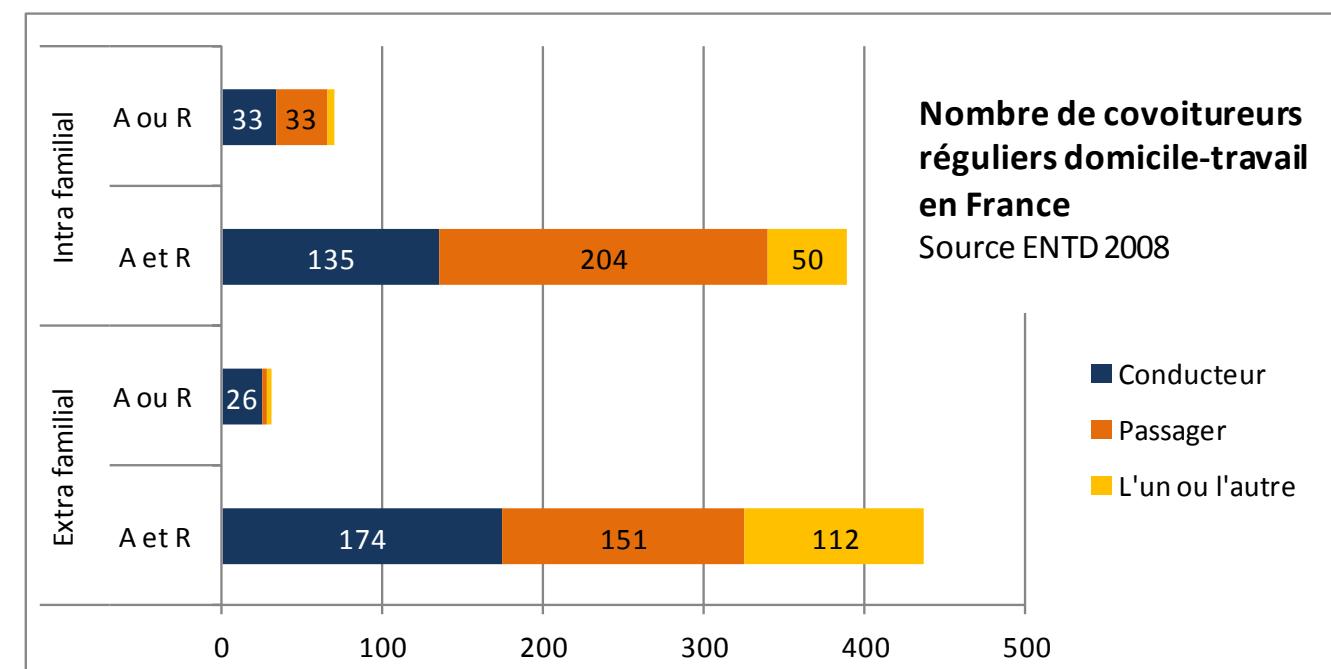
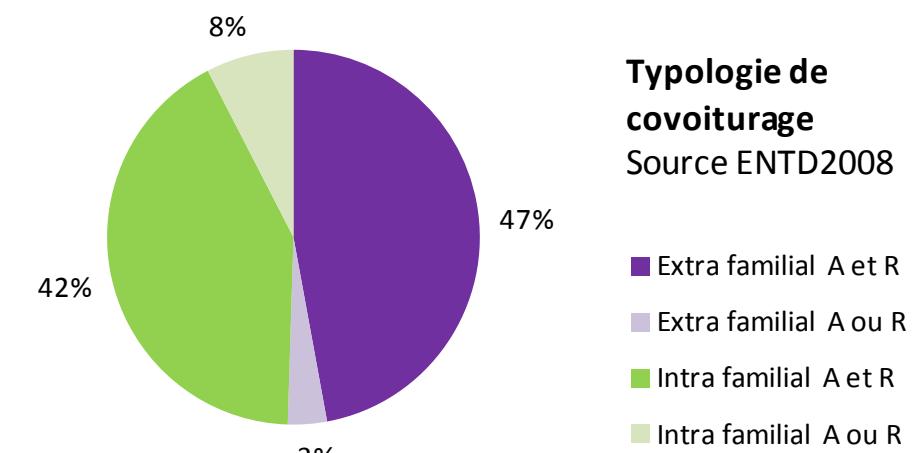
- 40% sont toujours conducteurs,
- 42% sont toujours passagers,
- 18% sont alternativement l'un et l'autre.

Le covoiturage domicile-travail s'effectue pour moitié dans le cadre familial et pour moitié en dehors du cadre familial.

Un demi-million de personnes covoitent donc tous les jours hors du cercle familial, le conducteur et le(s) passager(s) allant travailler.

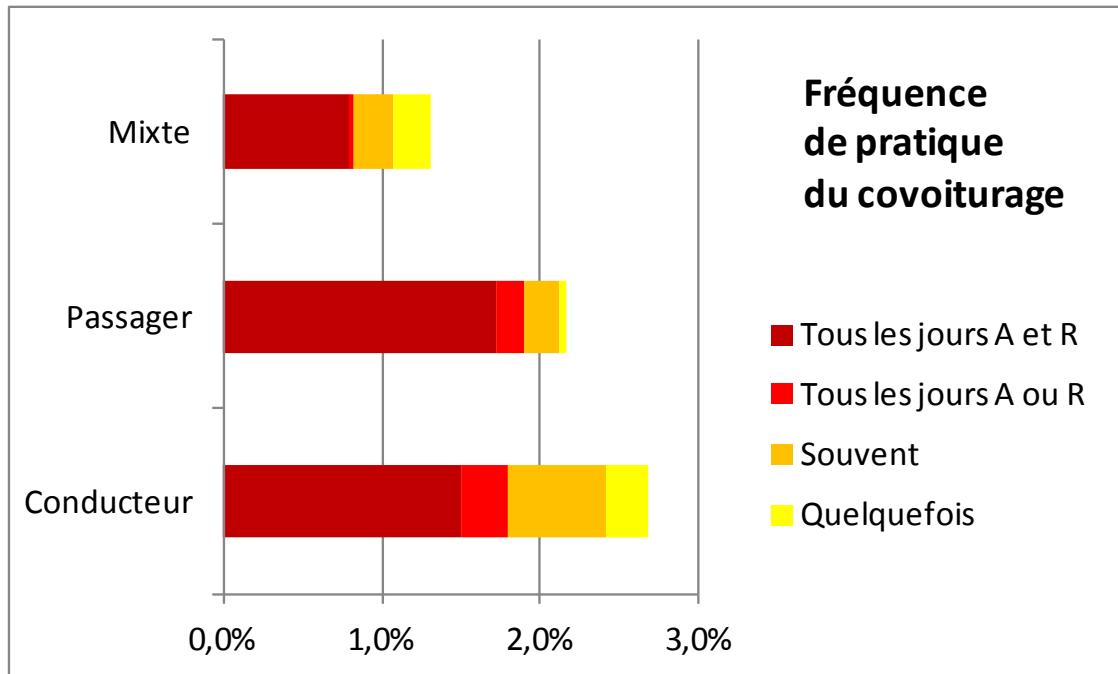
##### 1.2.2 TRAJETS ALLER OU ALLER-RETOUR

Dans près de 90% des cas, les gens qui covoitent covoitent à l'aller et au retour. Cette proportion est logiquement plus forte en extra-familial (94% des cas) qu'en intrafamilial (84% des cas).



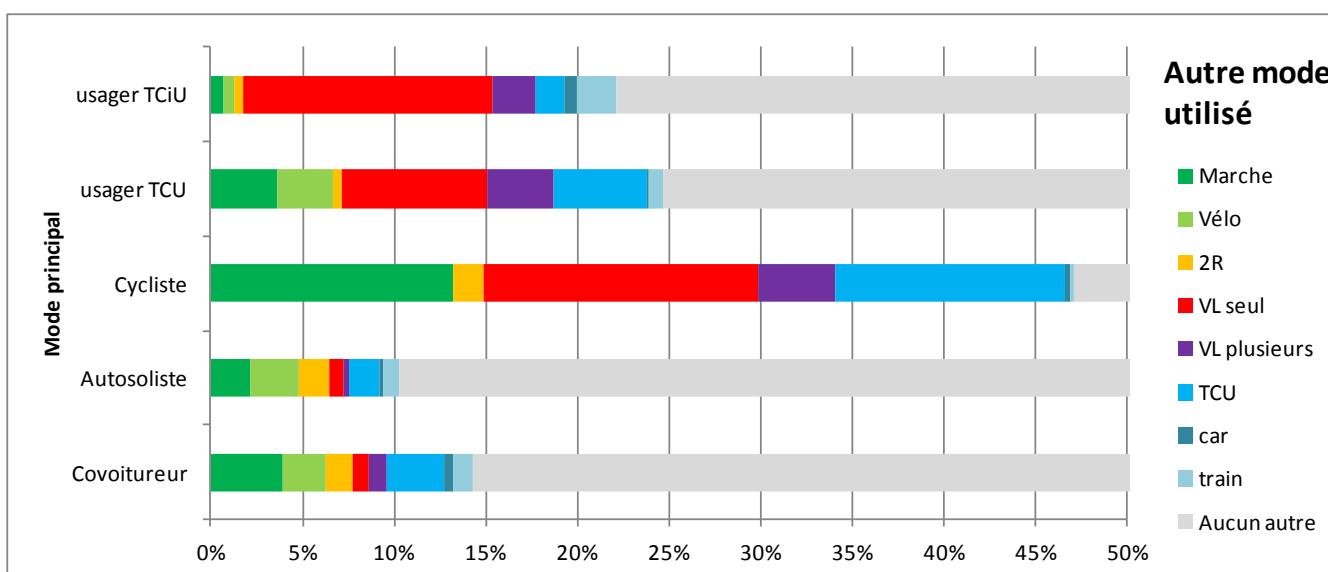
### 1.2.3 FREQUENCE DE PRATIQUE

Une très grande majorité des personnes qui covoitent covoitent fréquemment et peu nombreux sont ceux qui covoitent de façon occasionnelle. Cette tendance est particulièrement vraie pour ceux qui covoitent en tant que passagers.



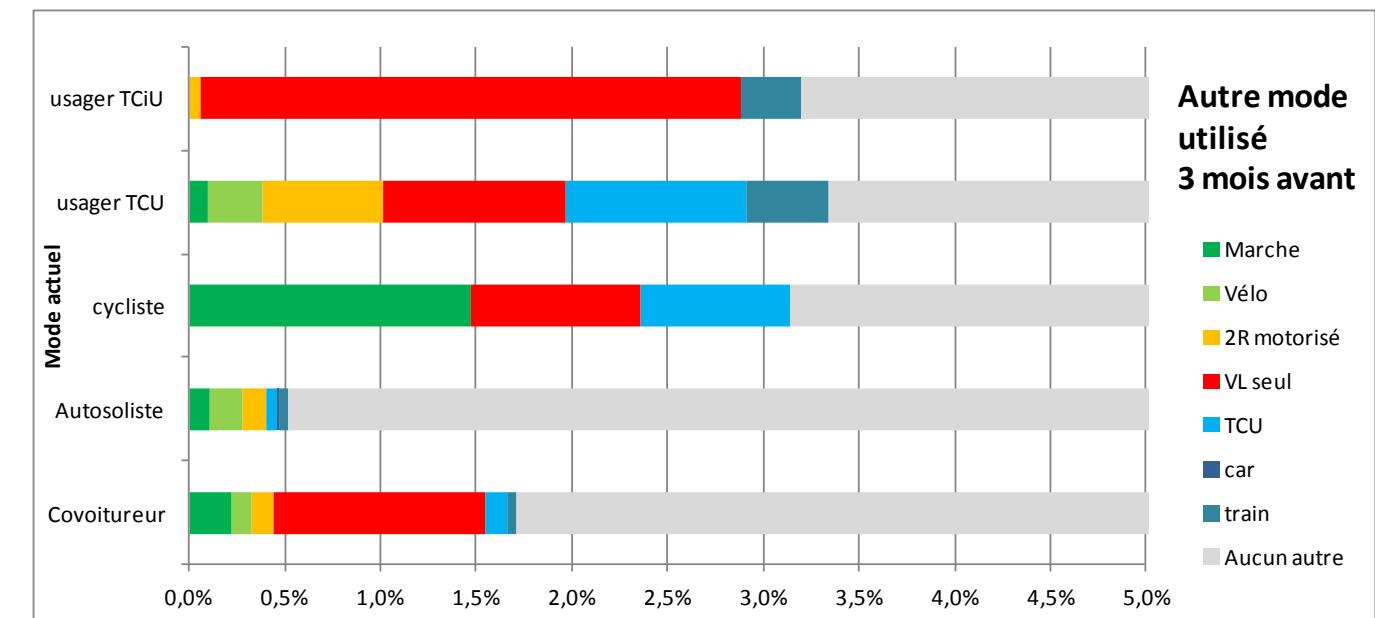
### 1.2.4 ALTERNATIVE A LA PRATIQUE

85% des covoitureurs sont des covoitureurs réguliers. Les covoitureurs sont donc avec les autosolistes ceux qui restent le plus fidèles à leur mode principal de déplacement. Lorsqu'ils ne covoitent pas, ils utilisent principalement les transports en commun et les modes actifs en intermodalité et bizarrement, ils sont très peu nombreux à recourir à l'autosolisme.



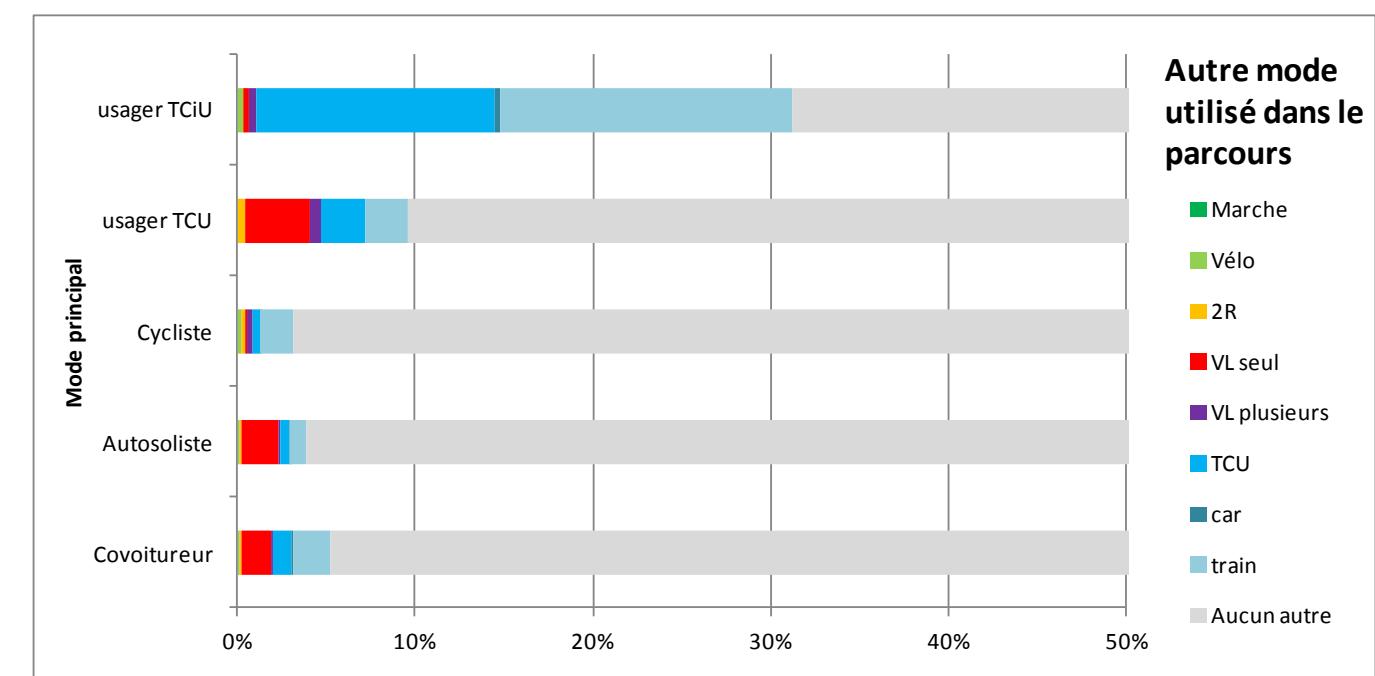
### 1.2.5 PRATIQUES ANTERIEURES

1.7% des covoitureurs sont des covoitureurs récents, qui ont adopté cette pratique depuis moins de trois mois. Les deux tiers d'entre eux sont d'anciens autosolistes.



### 1.2.6 LE COVOITURAGE INTERMODAL

Le covoiturage n'est utilisé que dans 5% des cas comme le maillon d'un déplacement multimodal. Dans ce cas de figure, il est couplé deux fois sur trois avec un déplacement en transport en commun (exemple du covoiturage vers une gare) et une fois sur trois avec un déplacement effectué seul en voiture (exemple des covoitureurs qui se donnent rendez-vous sur un parking).

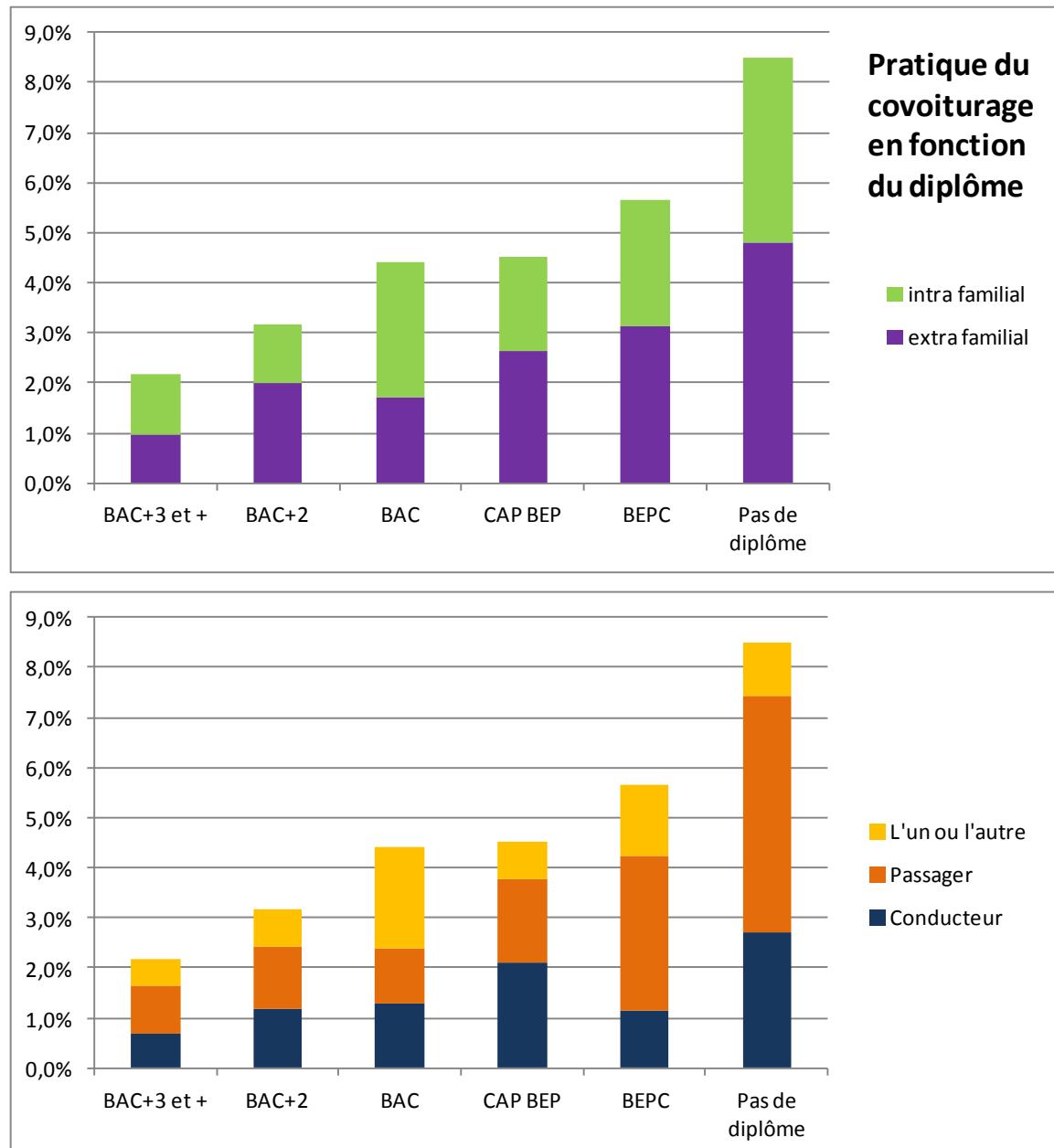


## 2. VARIABILITE DE LA PRATIQUE DE COVOITURAGE

### 2.1 SELON LE NIVEAU DE DIPLOME

La pratique de covoiturage est liée au niveau de diplôme (lui-même lié au niveau de revenu, aux lieux de résidence et d'emplois, aux horaires de travail...) et moins les gens sont diplômés et :

- Plus ils covoitrent,
- Plus ils tendent à covoiturer comme passager d'un équipage.

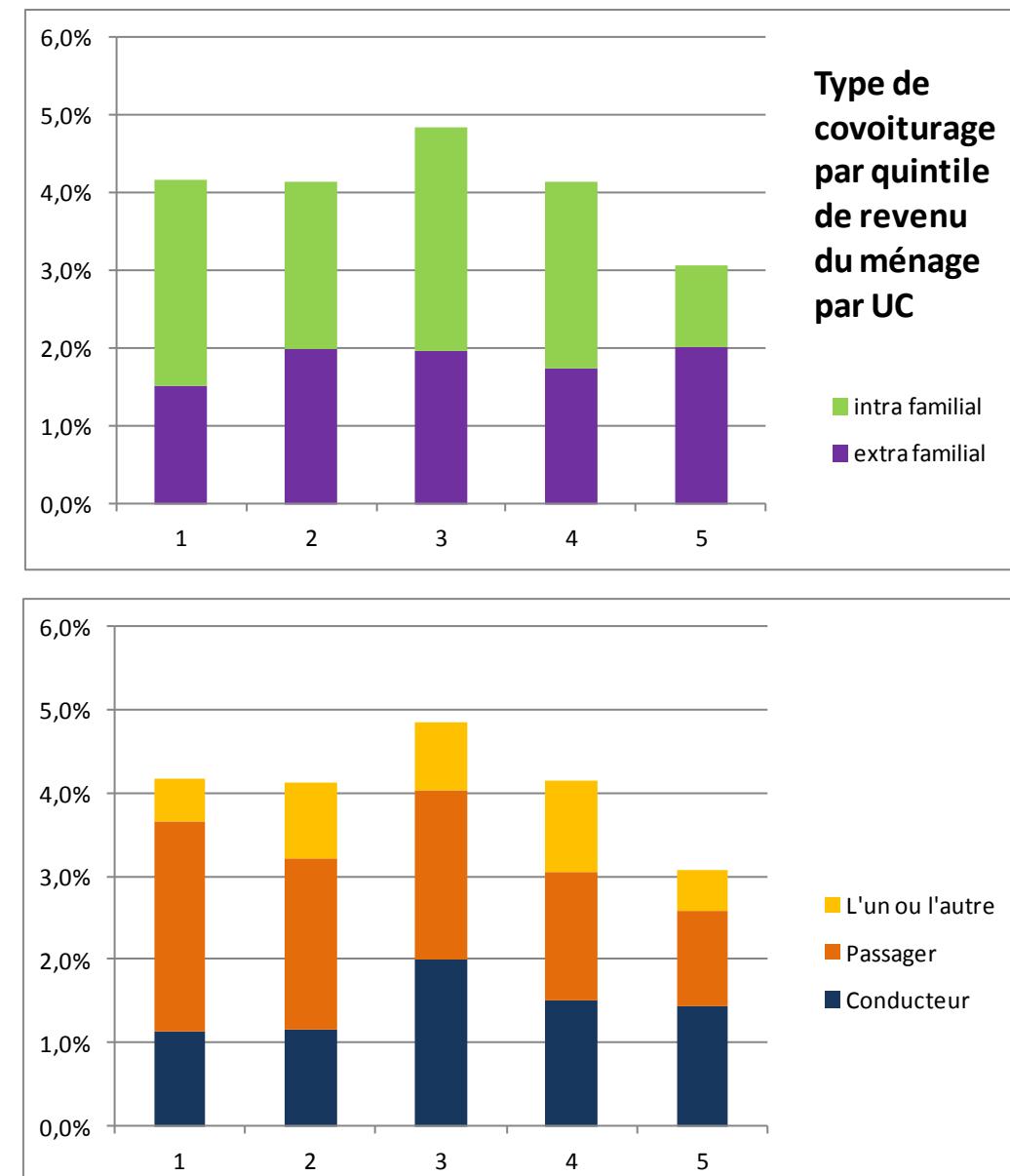


Il est important de noter que les inscrits sur les sites de covoiturage ont plutôt le profil inverse, avec une forte proportion de diplômés.

### 2.2 SELON LE NIVEAU DE REVENU DU MENAGE

La pratique de covoiturage tend à diminuer légèrement avec l'augmentation du revenu du ménage. Mais cette diminution concerne presque exclusivement le covoiturage intra familial, le covoiturage extra familial représentant une part modale assez constante dans toutes les classes de revenus.

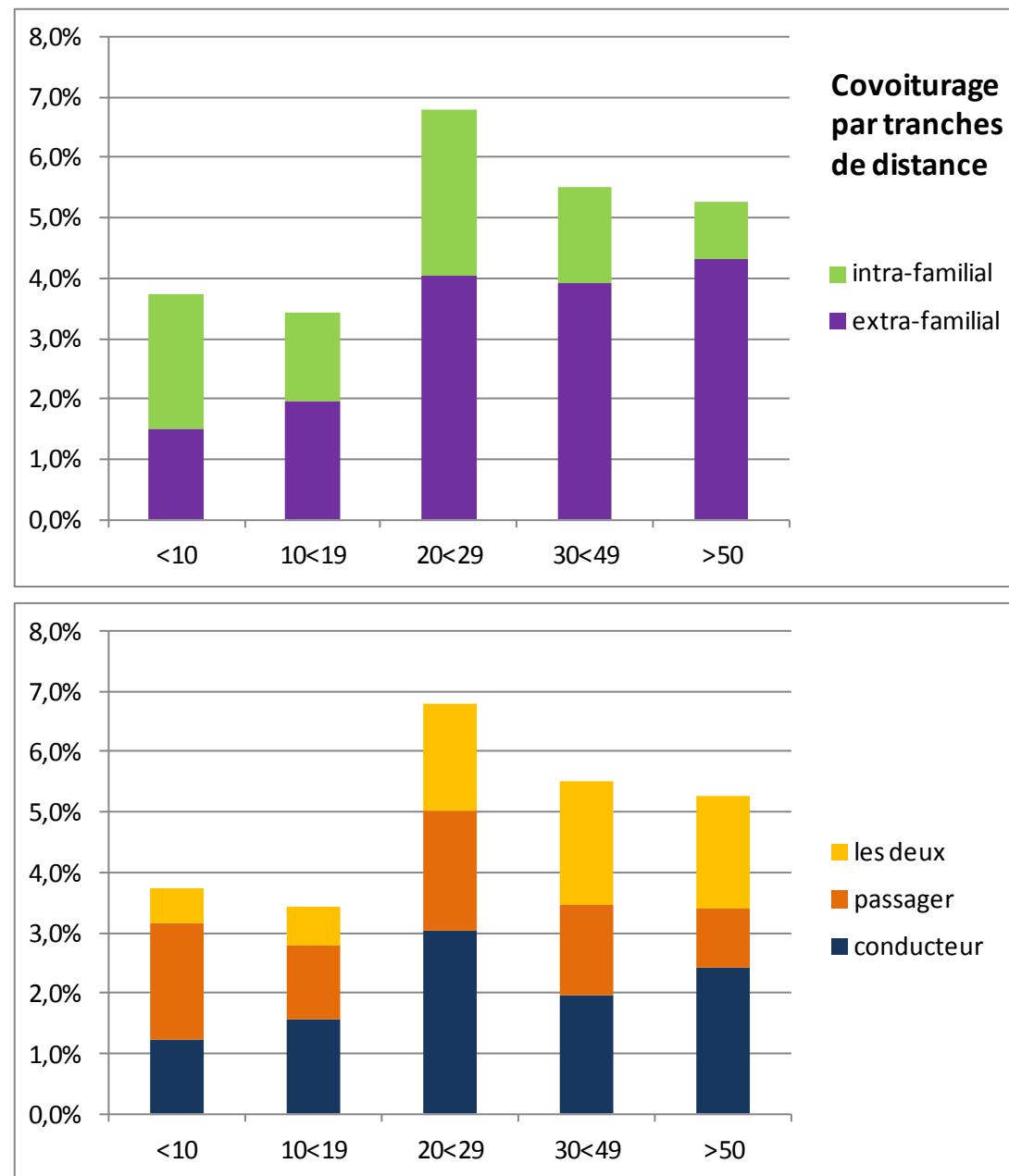
On note aussi que les bas revenus sont ceux qui covoitrent le plus en tant que passagers.



## 2.3 SELON LA DISTANCE

Le covoiturage se pratique sur tous types de distance, y compris les plus courtes mais le covoiturage extra familial et le covoiturage alterné se développent surtout au-delà de 20 kilomètres. A contrario, le covoiturage intra familial diminue fortement au-delà de 30 kilomètres.

Indiquer la distance moyenne pour le covoiturage intra familial puis extra familial

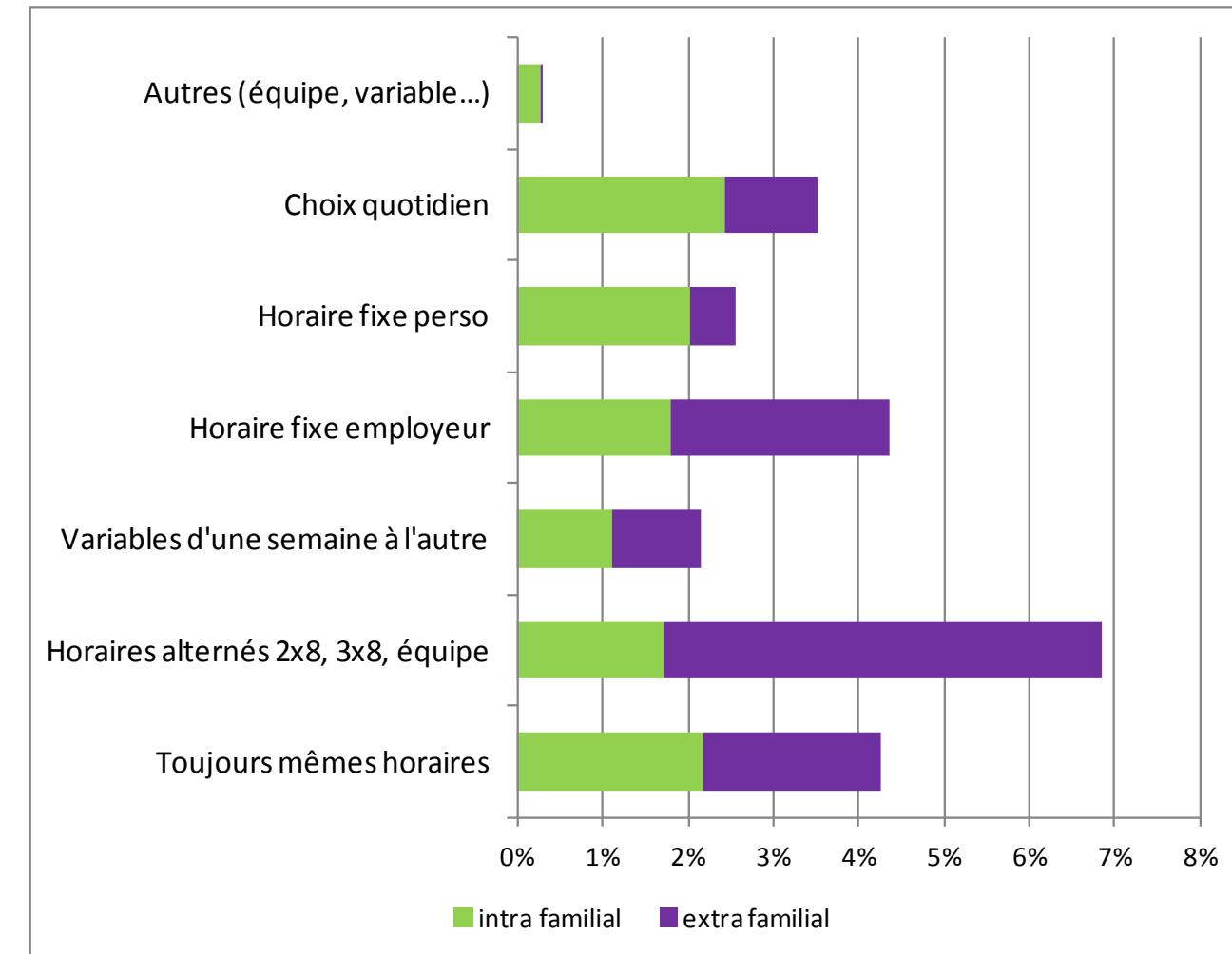


## 2.4 SELON LES HORAIRES DE TRAVAIL

La pratique intra familiale affiche une part modale relativement constante dans toutes les catégories, ce qui semble indiquer que les familles parviennent à s'arranger et que les horaires ne constituent pas un obstacle majeur à la pratique.

Les écarts sont en revanche beaucoup plus sensibles dans les pratiques extra familiales, avec un fort recours au covoiturage pour le personnel en équipe.

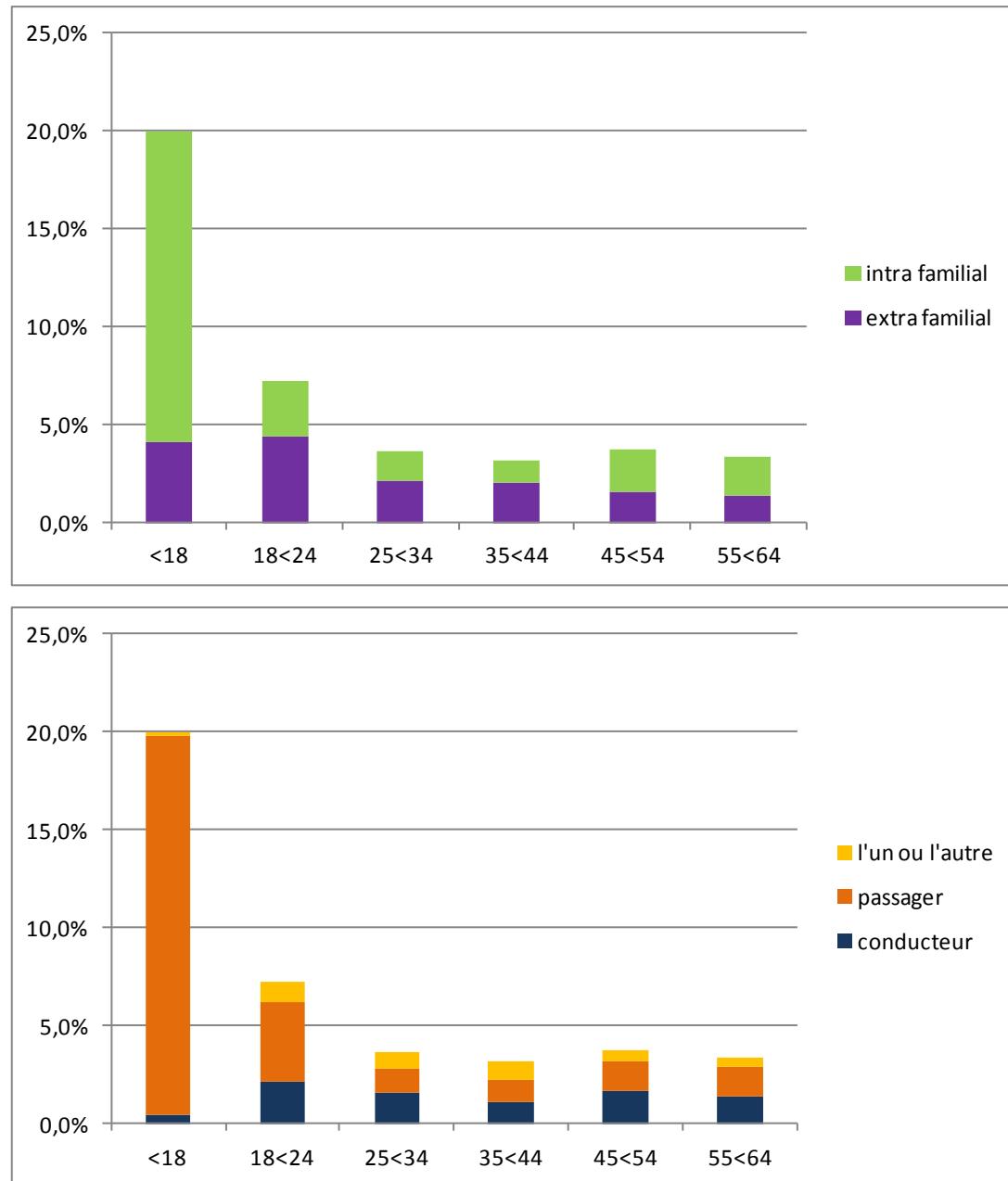
Les personnes qui ont des horaires fixes qui leur sont imposés covoitent également de façon assez significative et ce sont finalement les personnes qui « maîtrisent » le mieux leurs horaires qui covoitent le moins en dehors du cercle familial.



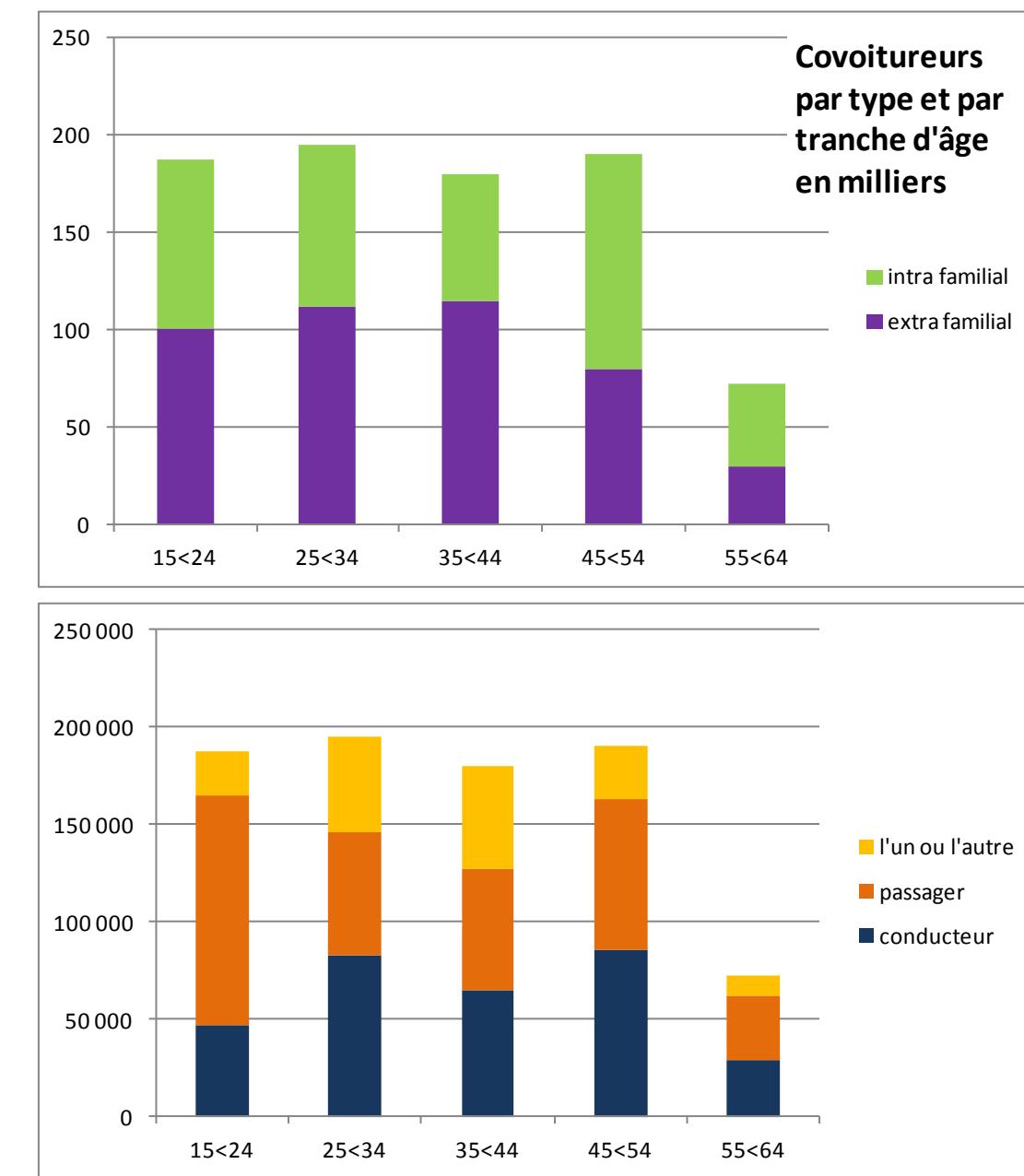
## 2.5 SELON LA TRANCHE D'ÂGE

La pratique du covoiturage est stable dans toutes les classes d'âges au-delà de 25 ans mais elle connaît un pic important chez les moins de 18 ans du fait de leur relative « dépendance ».

En vieillissant, les gens covoitent de moins en moins dans le cadre extra familial et de plus en plus dans le cadre intra familial (accompagnement des enfants devenus majeurs et conduite accompagnée).



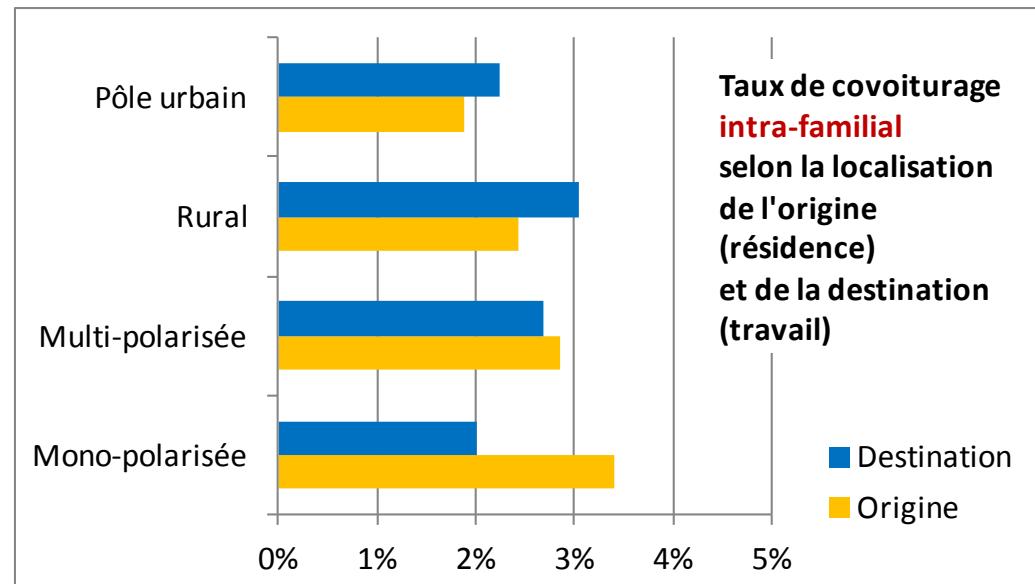
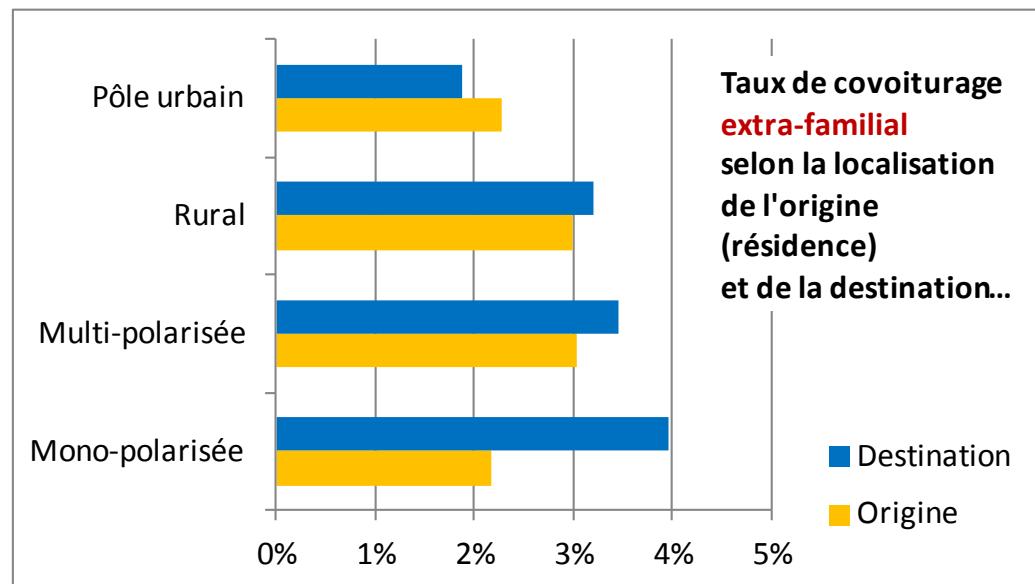
Si l'on ne raisonne plus en part modale mais en nombre de personnes, on note une répartition très homogène par tranches d'âges jusqu'à 55 ans, et un décrochage au-delà avec une pratique de covoiturage plus faible mais surtout beaucoup moins d'actifs.



## 2.6 SELON LA LOCALISATION

D'une manière générale, la part modale du covoiturage apparaît être assez peu sensible au type de localisation, que ce soit à l'origine (domicile) ou à la destination.

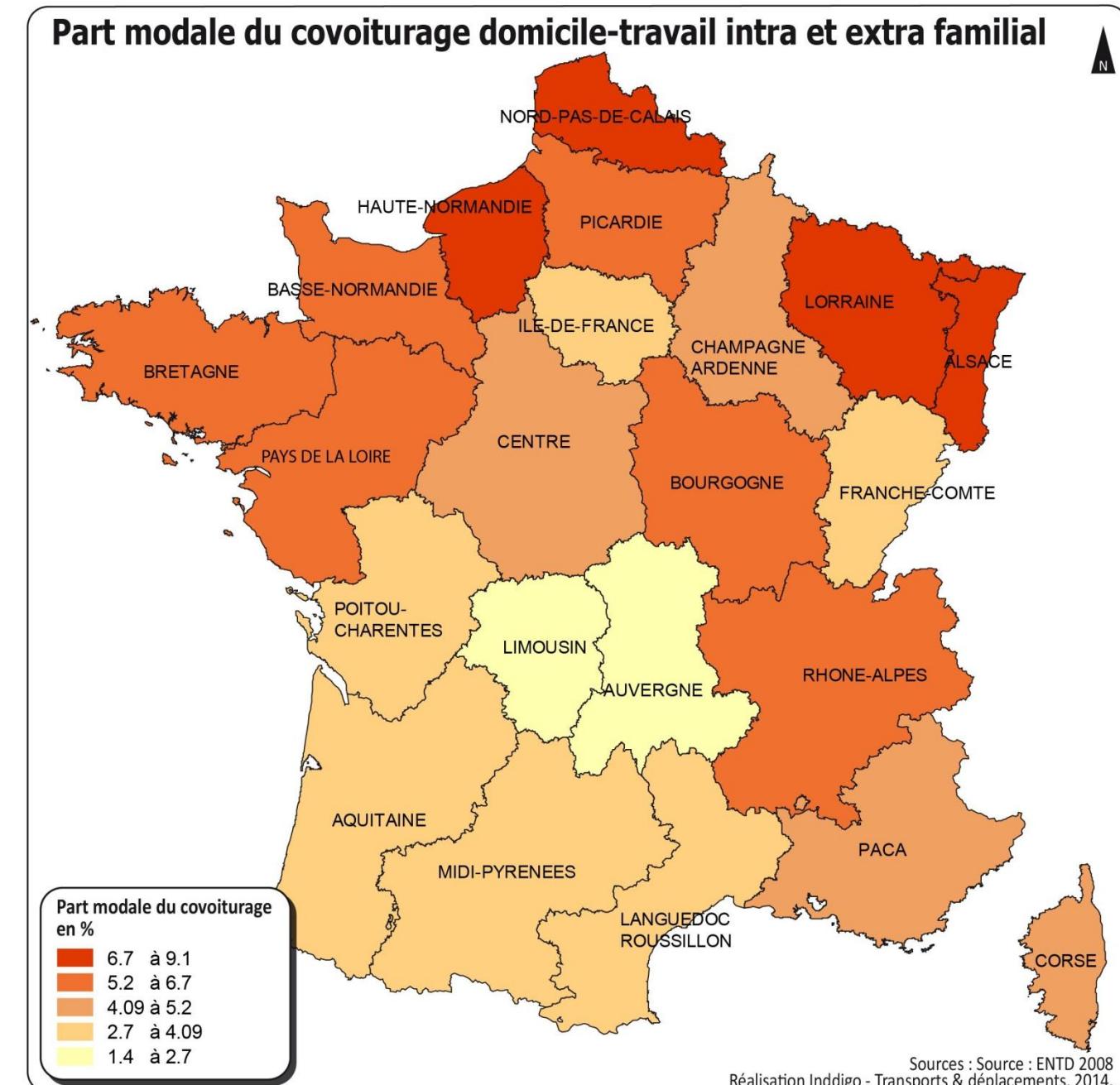
On note cependant, et assez logiquement, que la part modale du covoiturage est plus faible dans les pôles urbains et que dans les communes périurbaines monopolarisées, sans qu'on sache l'expliquer, la localisation de la destination joue beaucoup pour le covoiturage extra familial et qu'inversement, c'est la localisation de l'origine qui joue beaucoup pour le covoiturage intra familial.



## 2.7 SELON LES REGIONS

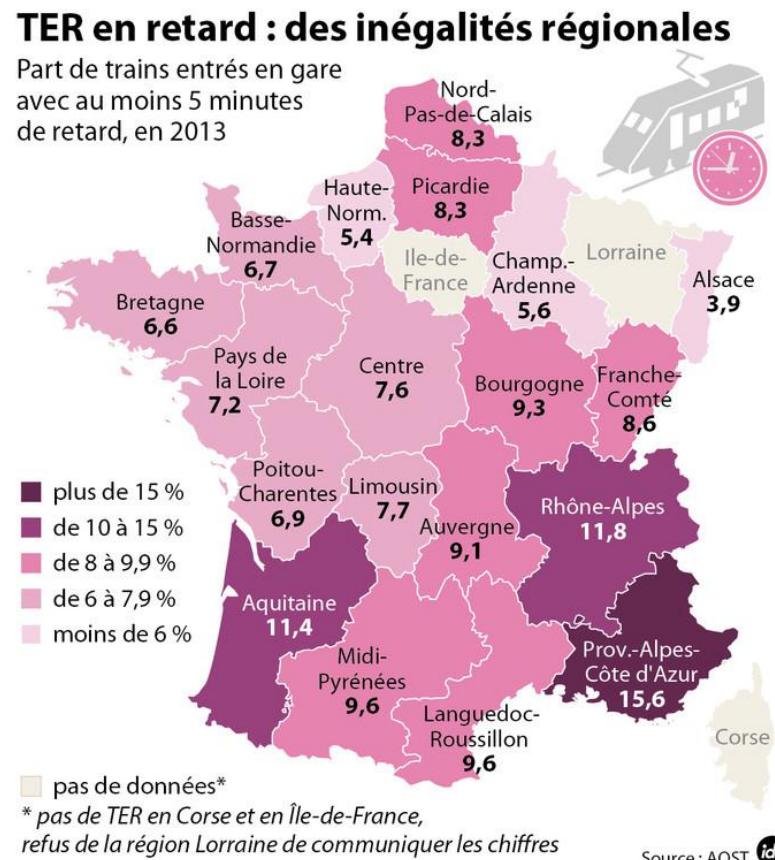
La part modale du covoiturage n'est pas homogène sur le territoire national, dans un rapport significatif de 1 à 6 entre les régions où l'on covoiture le moins et celles où on covoiture le plus.

C'est dans les régions rurales du centre du pays, dans le Limousin et en Auvergne, que l'on covoiture le moins. Inversement, c'est dans les régions industrielles que l'on covoiture le plus, dans le Nord Pas de Calais, en Alsace, en Lorraine et en Haute-Normandie.



Il faudra pousser plus loin les investigations pour s'en assurer mais si l'on compare la carte précédente avec la carte de l'offre régionale par habitant ou avec celle de la ponctualité des TER, aucune corrélation évidente ne s'impose qui laisserait à penser que le covoiturage prend des parts de marché au train.

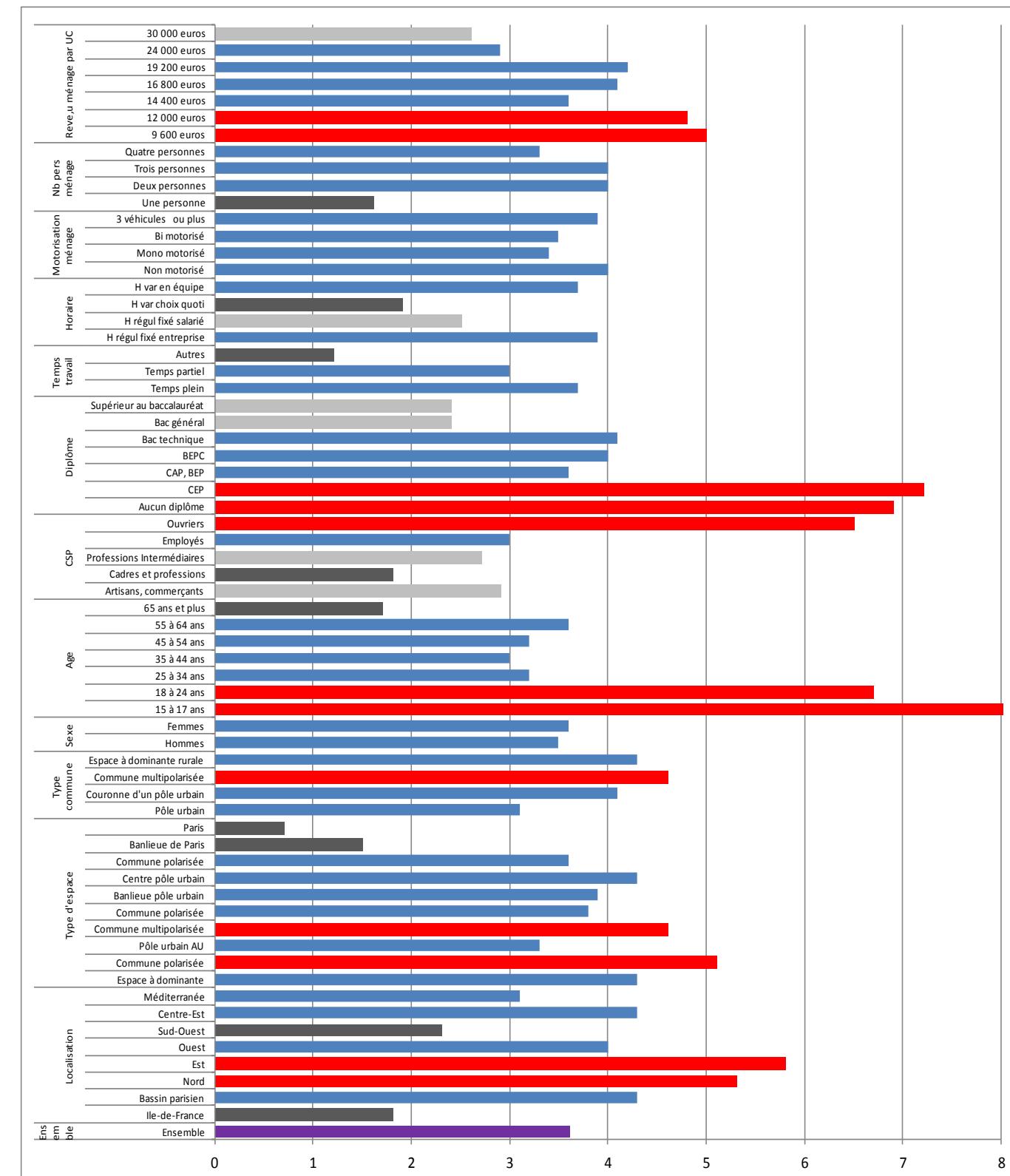
Une région comme l'Alsace par exemple est une région où l'on covoiture beaucoup et où le TER est très utilisé. La Poitou Charente fournit l'exemple inverse.



### La ponctualité des trains en 2013

## 2.8 VUE DE SYNTHESE

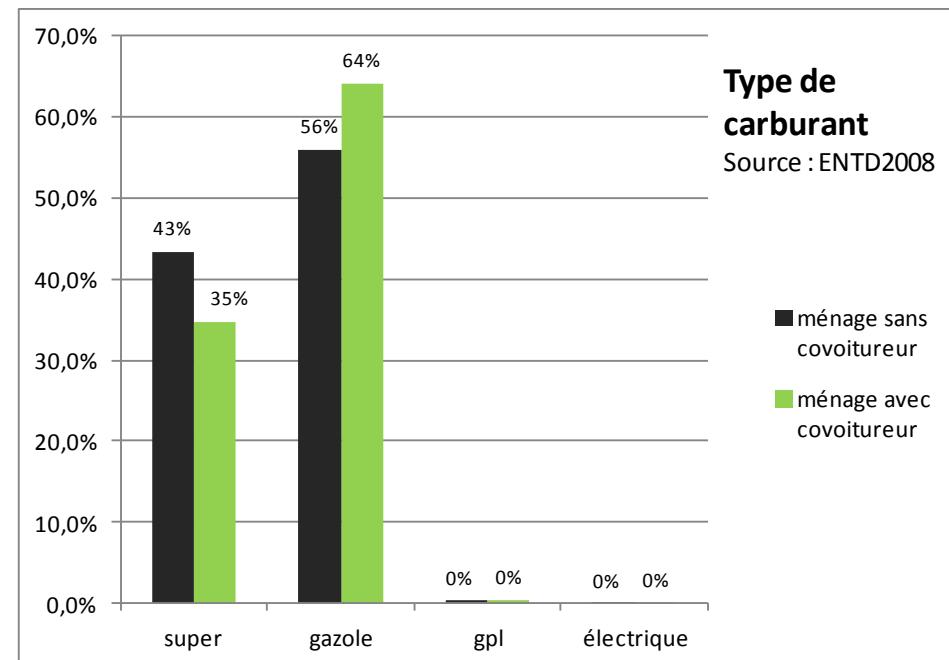
Le graphique ci-dessous, qui représente en fonction de multiples critères la part modale des passagers en voiture particulière dans les déplacements domicile-travail, peut constituer une synthèse de chapitres précédents en mettant en avant en rouge les catégories dans lesquelles le covoiturage est le plus développé et en gris foncé celles dans lesquelles le covoiturage est le moins développé :



### 3. LA TYPOLOGIE DES VEHICULES

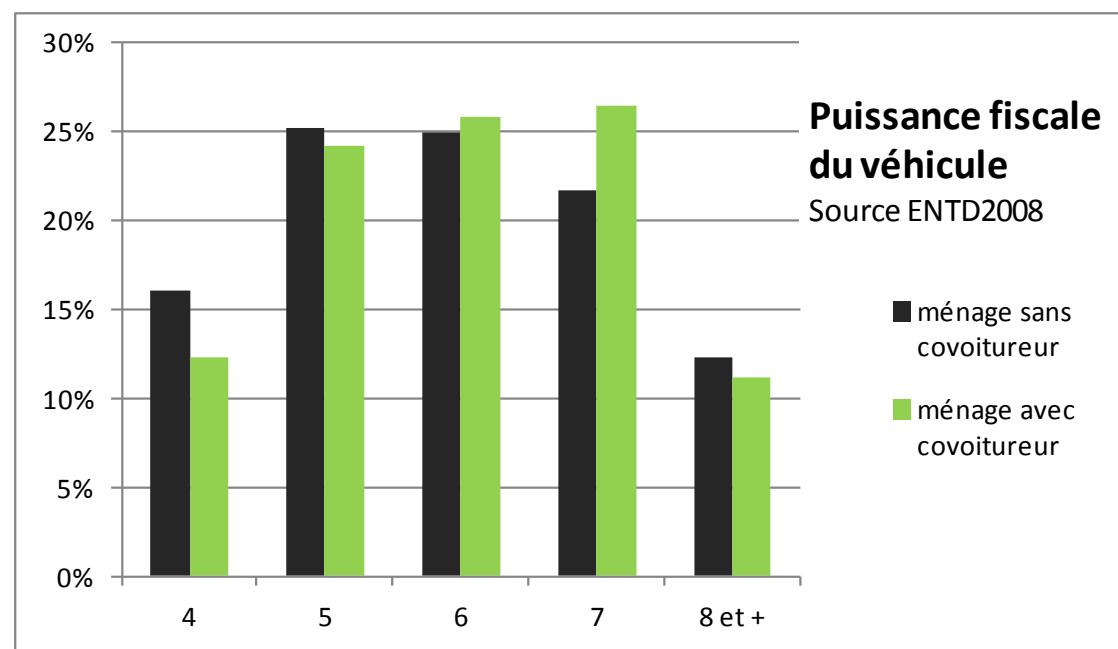
#### 3.1 LE TYPE DE CARBURANT

Du fait probablement qu'ils roulent beaucoup, les véhicules possédés par les ménages avec covoitureurs sont sensiblement plus diéselisés que les autres :



#### 3.2 LA PUISSANCE FISCALE

Du fait aussi qu'ils roulent beaucoup, les véhicules possédés par les ménages avec covoitureurs affichent des puissances fiscales un peu supérieures à celles des véhicules possédés par les autres ménages.

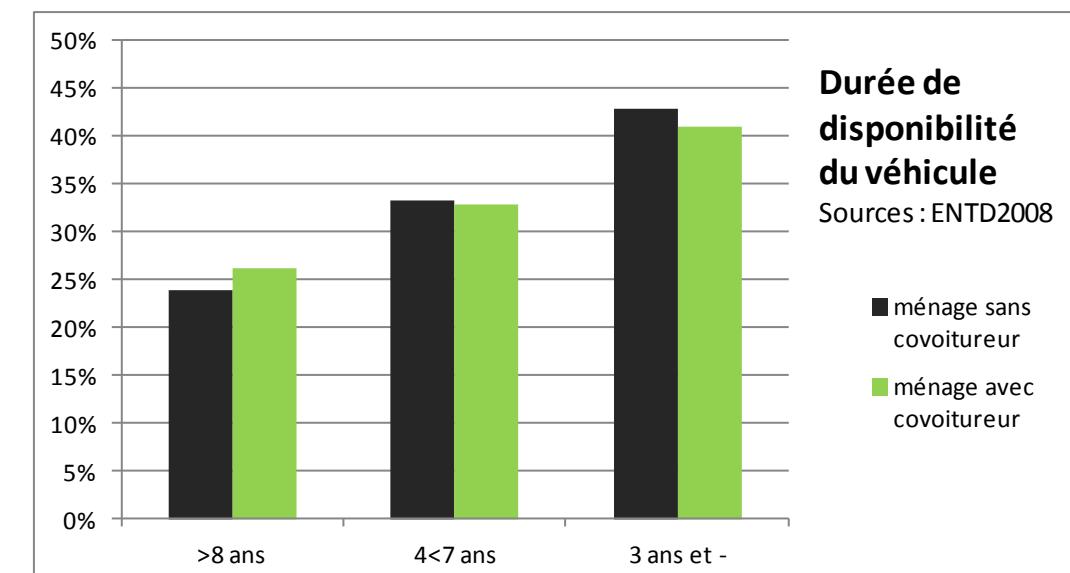


On note en particulier dans le parc une sous représentativité des véhicules de 4 CV et une sur représentativité des véhicules de 7 CV.

En se référant à l'édition 2012 du guide Ademe listant les consommations conventionnelles de carburant et les émissions de CO<sub>2</sub> des véhicules particuliers vendus en France, il apparaît que les véhicules de 7 CV diesel sont étiquetés C (ou moins) au sens de l'étiquetage Energie/CO<sub>2</sub>, ce qui correspond à des niveaux d'émissions compris entre 121 et 140 g/km.

#### 3.3 LA DUREE DE DETENTION

La durée de détention des véhicules des ménages comportant un covoitureur est un peu plus longue que celle des autres ménages mais les écarts ne sont pas très significatifs. Cette tendance peut être liée au niveau de diésélisation du parc.



## 4. LES DEPLACEMENTS DOMICILE ETUDE

### 4.1 LE NOMBRE DE COVOITUREURS DOMICILE-ETUDE

14.8 millions de personnes se déplacent pour le motif études mais seulement 3.8 millions sont majeures et 3.3 millions se déplacent vers un lieu d'étude fixe.

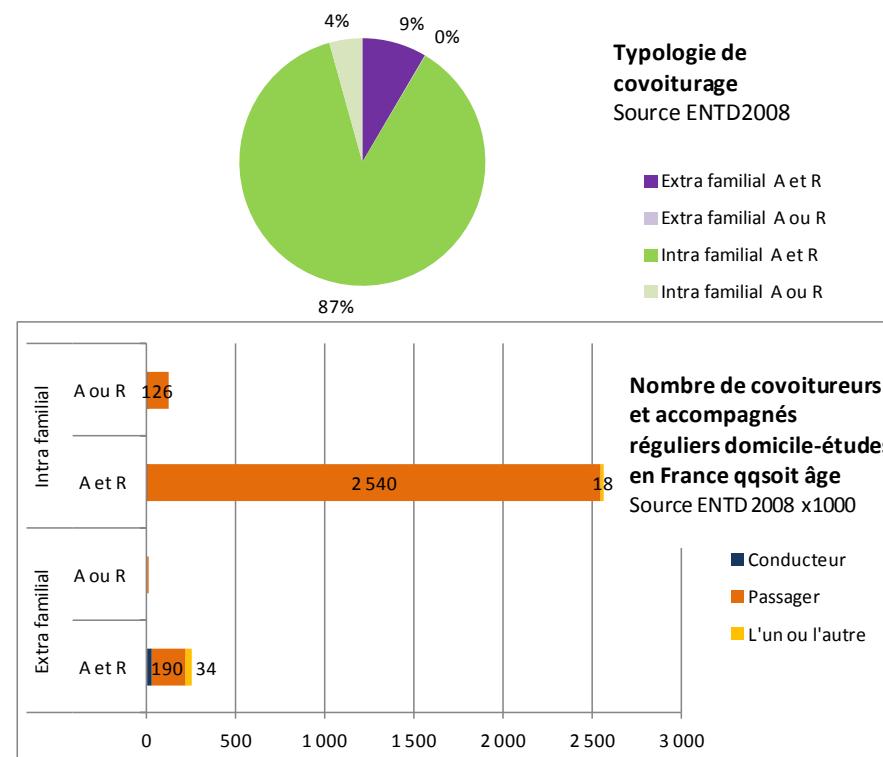
Parmi elles :

- 1.1 millions, soit 33.1%, vont étudier en voiture, mais pas forcément tous les jours,
- 293 000, soit 9.0%, covoitent plus ou moins régulièrement, au moins sur une partie du trajet, le conducteur pour aller étudier, le passager pour tous types de motifs,
- 220 000, soit 6.7% covoitent tous les jours, au moins sur une partie du trajet, le conducteur pour aller étudier, le passager pour tous types de motifs,
- 200 000, soit 6.2% covoitent au moins sur une partie du trajet, mais pas forcément tous les jours, le conducteur et le(s) passager(s) allant étudier,
- 100 000, soit 3.1% covoitent tous les jours, le conducteur et le(s) passager(s) allant étudier et ne faisant pas partie du même ménage.

### 4.2 LES TYPES DE PRATIQUE ET DE POSTURE

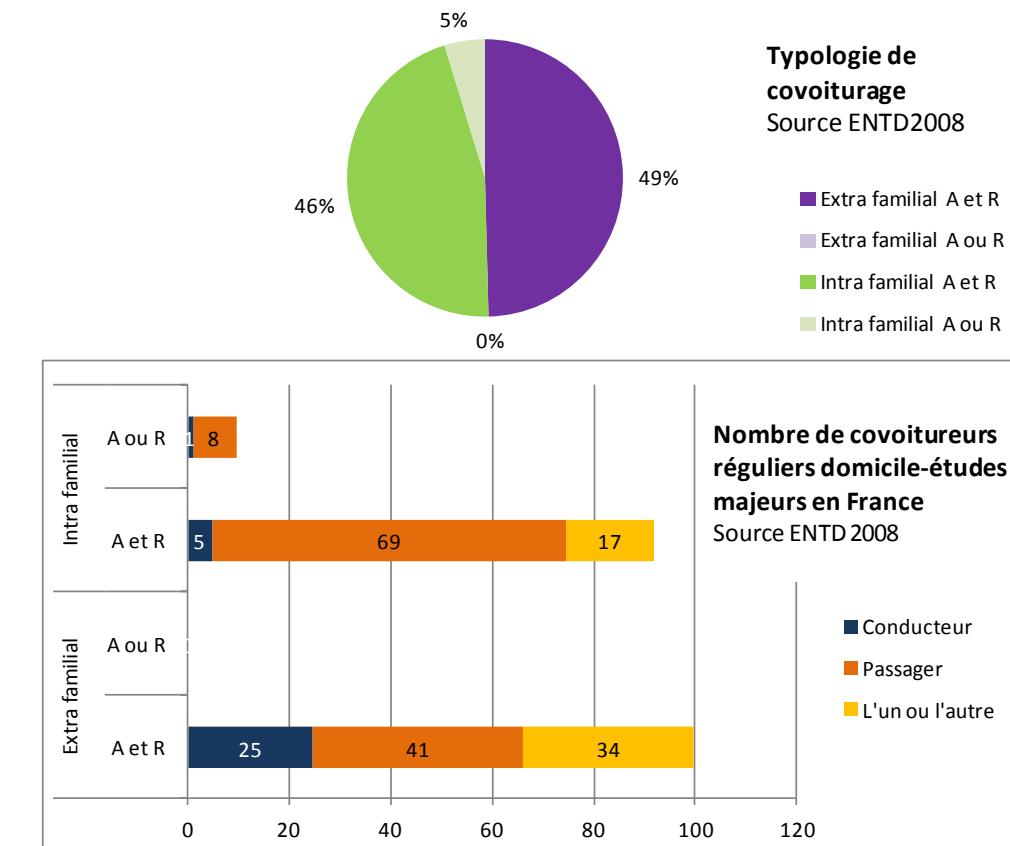
#### 4.2.1 CONDUCTEURS ET PASSAGERS, DANS ET A L'EXTERIEUR DU CERCLE FAMILIAL, TOUS AGES

Le covoiturage domicile-études tous âges confondus s'effectue à 91% en intra-familial et à 9% en dehors du cercle familial. Dans 95% des cas, le covoiturage s'effectue aussi bien à l'aller qu'au retour. L'étudiant est presque toujours passager.



#### 4.2.2 CONDUCTEURS ET PASSAGERS, DANS ET A L'EXTERIEUR DU CERCLE FAMILIAL, LES MAJEURS

Le covoiturage domicile-études des majeurs Le covoiturage domicile-études des majeurs s'effectue à 50% en intra-familial et à 50% en dehors du cercle familial. En intra-familial, l'étudiant est très majoritairement passager. Dans 95% des cas, le covoiturage s'effectue aussi bien à l'aller qu'au retour.

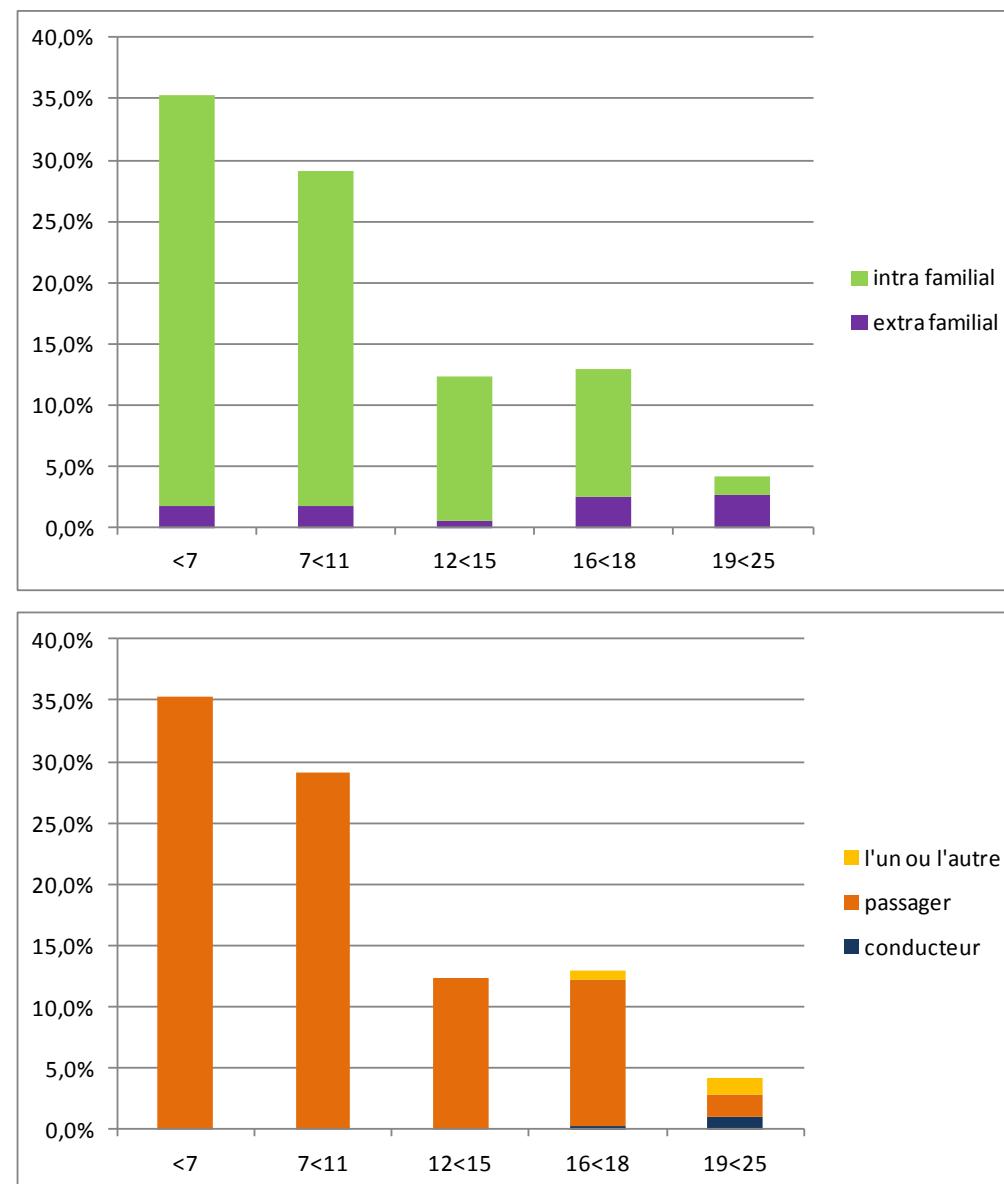


## 4.3 VARIABILITE DE LA PRATIQUE

### 4.3.1 SELON L'AGE

Sans grande surprise, les données font apparaître :

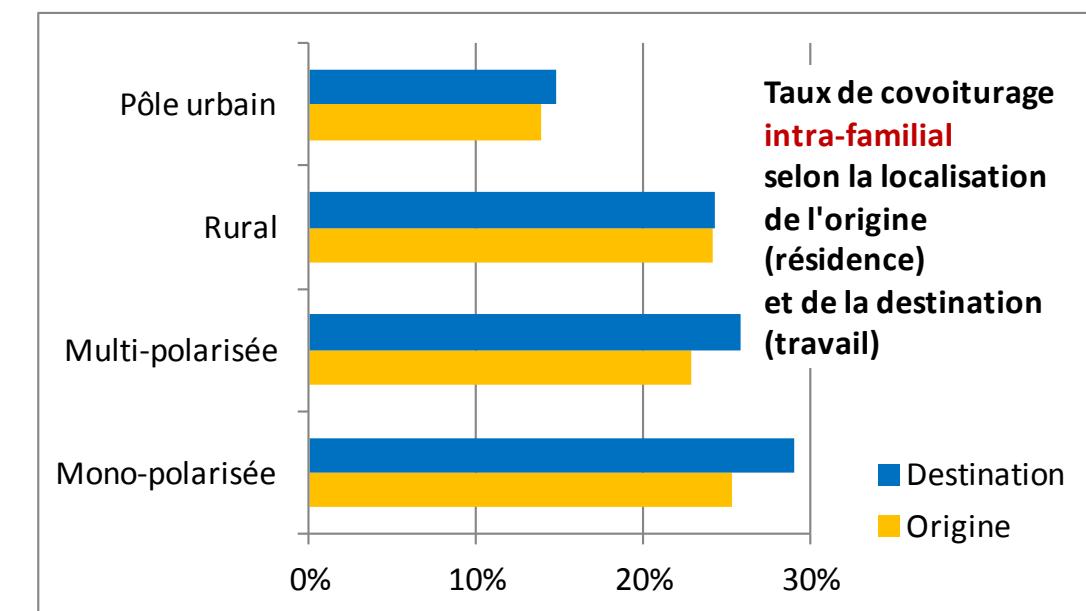
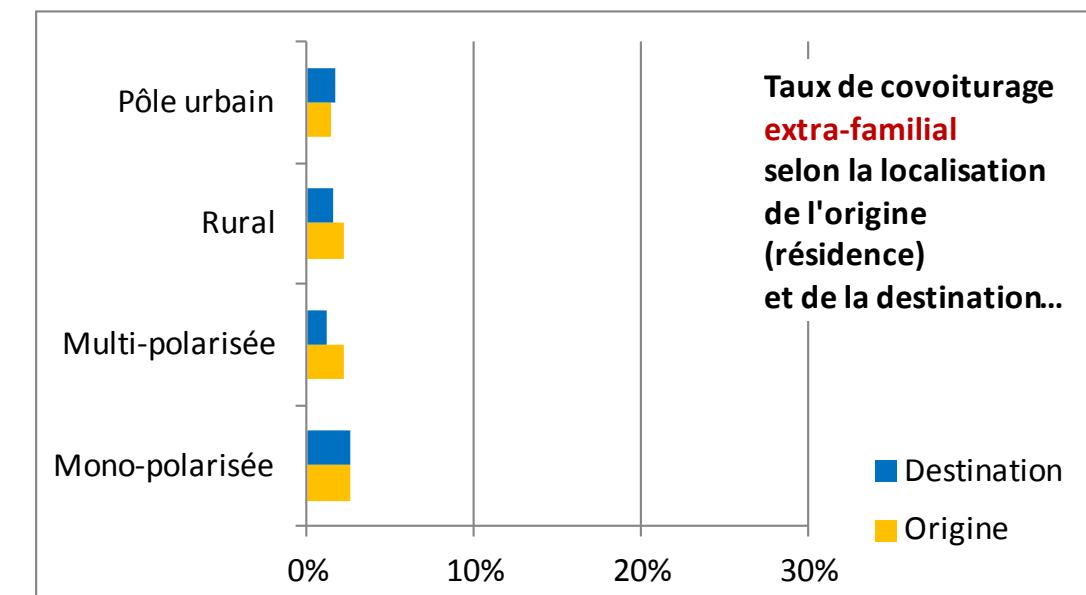
- Une forte baisse de l'accompagnement à partir de l'entrée au collège,
- La part prédominante du covoiturage intra-familial jusqu'à 18 ans,
- Un faible taux de covoiturage au-delà de 18 ans.



### 4.3.2 SELON LE TYPE DE LOCALISATION, TOUS AGES CONFONDUS

D'une manière générale, la localisation de la destination joue plus que l'origine dans la pratique du covoiturage intra-familial.

La pratique est logiquement plus marquée dans les milieux ruraux et péri-urbains.



# D – BENCHMARK

## 1. LA PLAINE DE L'AIN

### 1.1 PRESENTATION GENERALE

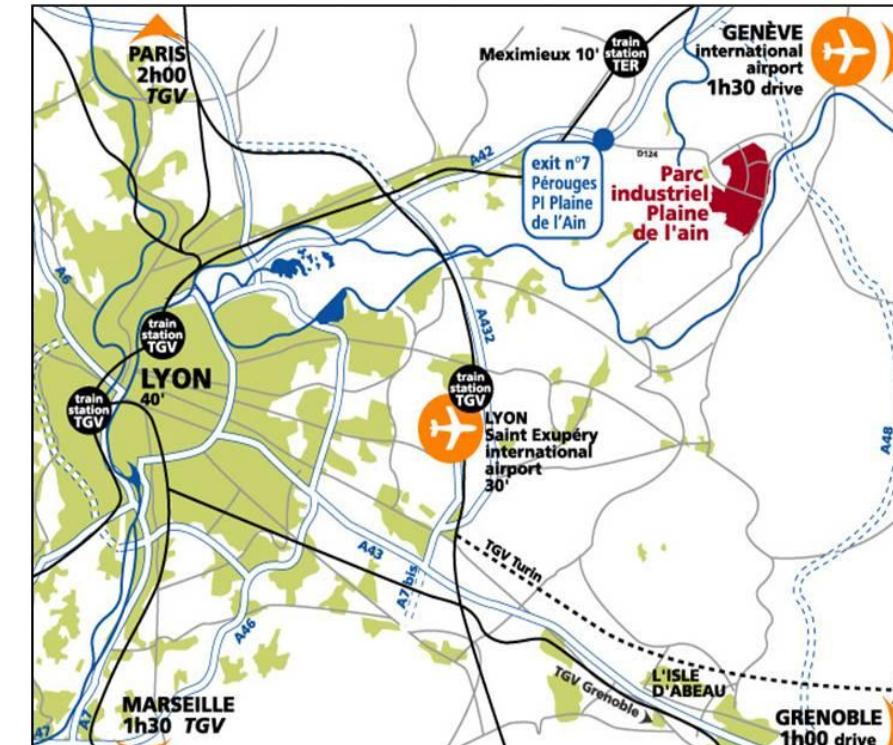
#### 1.1.1 FICHE SIGNALTIQUE

<b>Porteur principal du projet</b>	Syndicat Mixte de la Plaine de l'Ain au départ, puis Communauté de Communes de la Plaine de l'Ain
<b>Echelle</b>	33 communes du Syndicat Mixte de la plaine de l'Ain
<b>Population concernée</b>	4 500 salariés pour le Parc Industriel (étendu par la suite au 33 communes)
<b>Type d'urbanisation</b>	Rural
<b>Type(s) de covoiturage ciblés</b>	Domicile-travail essentiellement
<b>Date de mise en place</b>	2007
<b>Partenariat(s) technique(s) et/ou financier(s)</b>	ADEME Région Rhône Alpes Syndicat Mixte de la Plaine de l'Ain

#### 1.1.2 LES PRINCIPALES ETAPES

<b>2007</b>	Réalisation du PDIE
<b>2008</b>	Création de la plate forme <a href="http://www.covoiturage-plainedelain.fr">www.covoiturage-plainedelain.fr</a> et recrutement d'un chargé de mission mobilité pour assurer la communication autour de l'outil internet
<b>2009</b>	La Communauté de Communes de la Plaine de l'Ain reprend le poste de chargé de mission pour élargir l'action covoiturage sur l'ensemble de ses communes Le site Internet est amélioré
<b>2010</b>	Création d'un parking de covoiturage à Pérouges
<b>2011</b>	Diminution sensible des moyens affectés au covoiturage (moyens humains, communication et animation)

#### 1.1.3 LA LOCALISATION



Localisation du Parc Industriel de la Plaine de l'Ain

## 1.2 PRÉSENTATION DU DISPOSITIF

### 1.2.1 LE SITE INTERNET

Dans le cadre de sa démarche environnementale et du fait de difficultés d'accessibilité du Parc Industriel, le Syndicat Mixte de la Plaine de l'Ain a initié en 2008 un Plan de Déplacements Interentreprises.

Suite à la phase de diagnostic, le covoiturage s'est imposé comme l'action prioritaire de la zone afin de faciliter les déplacements pendulaires domicile-travail et réduire l'impact des déplacements sur le milieu naturel.

A donc été créée une plate forme de covoiturage [www.covoiturage-plainedelain.fr](http://www.covoiturage-plainedelain.fr) qui était initialement dédiée au Parc Industriel de la Plaine de l'Ain et attachée à l'opérateur « La Roue Verte ».

Le site se définit désormais comme un site s'adressant aux habitants de la Communauté de Communes de la Plaine de l'Ain pour les aider à trouver des covoitureurs pour leurs trajets réguliers et ponctuels.

L'inscription au site est rapide et peu contraignante. Elle n'est possible qu'après acceptation d'une courte charte reproduite ci-contre.

Les covoitureurs sont présentés sur une carte interactive sur laquelle il suffit de cliquer pour faire apparaître leurs coordonnées (mail et éventuellement téléphone).

L'usage est celui d'une participation financière du ou des passagers aux seuls frais d'essence, de péage et de parking. Les frais d'essence sont calculés sur une base indicative proche de 10 centimes/km.

Page d'accueil du site Internet

### 1.2.2 LES MOYENS MIS EN ŒUVRE EN PLUS DU SITE INTERNET

L'année du démarrage, en 2008/2009, forte démarche de communication en accompagnement du service proposé avec le recrutement d'un étudiant de Master en contrat d'alternance chargé de communiquer dans l'ensemble des 110 entreprises afin de sensibiliser l'ensemble des salariés à la pratique du covoiturage.

Fin novembre 2010 a été mis en œuvre un parking de covoiturage au niveau de la sortie n°7 de l'A42. Ce parking compte 141 places de stationnement qui sont en libre accès.



Parking de covoiturage de Pérouges

*Ce site s'adresse aux habitants de la communauté de communes de la Plaine de l'Ain de trouver des covoitureurs pour leurs trajets réguliers et ponctuels. En vous inscrivant sur ce site, vous vous engagez à respecter les règles qui suivent.*

*Conducteurs, vous attestez être en règle, et vous vous engagez à présenter spontanément à votre covoitureur, lors de votre première rencontre, votre permis de conduire, les papiers du véhicule, et l'attestation d'assurance.*

*Passagers, vous devez avoir une solution alternative pour vous déplacer en cas de désistement du conducteur. Ne lui reprochez pas ses désistements et sachez respecter ses contraintes.*

*Respectez vos engagements, conducteurs comme passagers. L'absence de surprise et la ponctualité sont la base d'un covoiturage réussi.*

*Conducteurs, prévenez vos covoitureurs de tout changement de planning dans un délai suffisant. Cela n'implique évidemment pas de connaître son emploi du temps une semaine à l'avance ! Dans la plupart des cas, prévenir en fin de journée pour le trajet du lendemain suffit.*

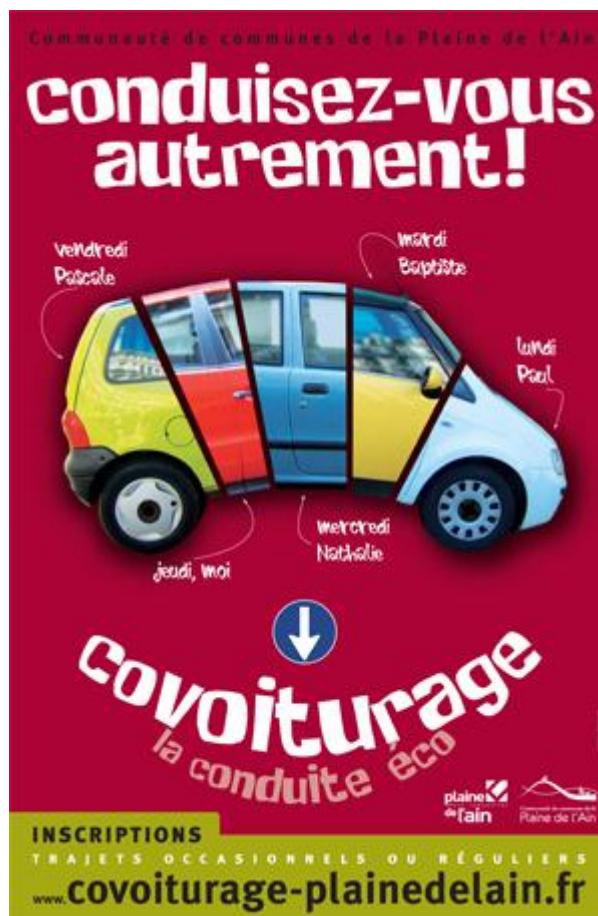
*Conducteurs, n'imposez pas à vos covoitureurs un système de calcul de prix compliqué. Les participations sont généralement calculées sur les frais d'essence, de péage et de parking. Elles n'incluent pas les frais d'amortissement, d'assurance ou d'entretien du véhicule pour la raison que la plupart des conducteurs admettent qu'ils auraient tout de même une voiture s'ils ne covoituraient pas. Si vous souhaitez équilibrer l'utilisation de la voiture, choisissez plutôt un covoiteur qui en possède une également et alternez la conduite.*

*Conducteurs, vous vous engagez à adopter une conduite raisonnable, dans le respect du code de la route. Une mauvaise conduite peut être très dissuasive, et peut inciter votre covoitureur à changer de voiture. Vous êtes avant tout responsables de la sécurité de vos passagers.*

*Si vous êtes mineur, vous devez demander l'autorisation de vos parents pour vous inscrire. Vous devez également les prévenir si vous envisagez de rencontrer un covoiteur connu via notre site.*

Charte in extenso (Février 2014)

La campagne de communication a bénéficié du support de « La Roue Verte » dans la création des outils. Un visuel spécifique a été conçu. 10 000 flyers et 500 affiches ont été imprimés. Un stand d'animation, cinq expositions mobiles et deux bâches ont également été réalisés.



**Exemples de supports de communication créés**

Fin 2011, du fait de la prise de nouvelles compétences, la Communauté de Communes a réduit sensiblement les moyens affectés à sa politique de covoiturage en particulier sur le plan humain (le chargé de mission a été affecté à d'autres tâches), sur l'animation et sur la communication qui ne prend plus en pratique qu'une forme très classique et très informative (articles de presse...).

Le contrat avec La Roue Verte pour l'administration du site continue néanmoins à être renouvelé chaque année.

### 1.3 LES ELEMENTS FINANCIERS

Le tableau ci-dessous détaillé les éléments financier affectés au dispositif au moment de son lancement :

TYPE DE DEPENSES	DEPENSES		FINANCEMENT	
	Montant H.T.	ADEME	REGION R.A.	SMPA
. Recrutement d'un apprenti en master 2 (1 an)	14 992,29 €	- €	4 224,09 €	10 768,20 €
Salaire	14 080,29 €	- €	4 224,09 €	9 856,2 €
Forfait déplacements sur le Parc	912,00 €	- €	- €	912,00 €
. Mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage	14 400,00 €	7 200,00 €	4 320,00 €	2 880,00 €
. Covoiturage	10 750,00 €	5 375,00 €	3 225,00 €	2 150,00 €
Lancement site Internet	1 250,00 €	- €	- €	1 250,00 €
Coût annuel Site	4 000,00 €	- €	- €	4 000,00 €
Centrale d'appel	1 000,00 €			
Kits covoiturage	4 500,00 €	- €	- €	4 500,00 €
. Communication	11 189,00 €	5 594,50 €	3 356,70 €	2 237,80 €
Création et suivi de réalisatio OKTO NOVO	6 090,00 €			
Fabrication porte plaquette VAC	600,00 €			
Tirages numériques PICTO	1 994,00 €			
Impression édition LAMAZIERE	1 170,00 €			
Impression stikers et porte clés SERIDUM	1 035,00 €			
mobiliers IKEA	300,00 €			
<b>TOTAL</b>	<b>51 331,29 €</b>	<b>18 169,50 €</b>	<b>15 125,79 €</b>	<b>18 036,00 €</b>
<b>TOTAL DEPENSES</b>	<b>51 331,29 €</b>	<b>18 169,50 €</b>	<b>15 000,00 €</b>	<b>18 161,79 €</b>

Depuis 2012, les dépenses se limitent peu ou prou au coût annuel de gestion du site et de la plate forme de covoiturage.

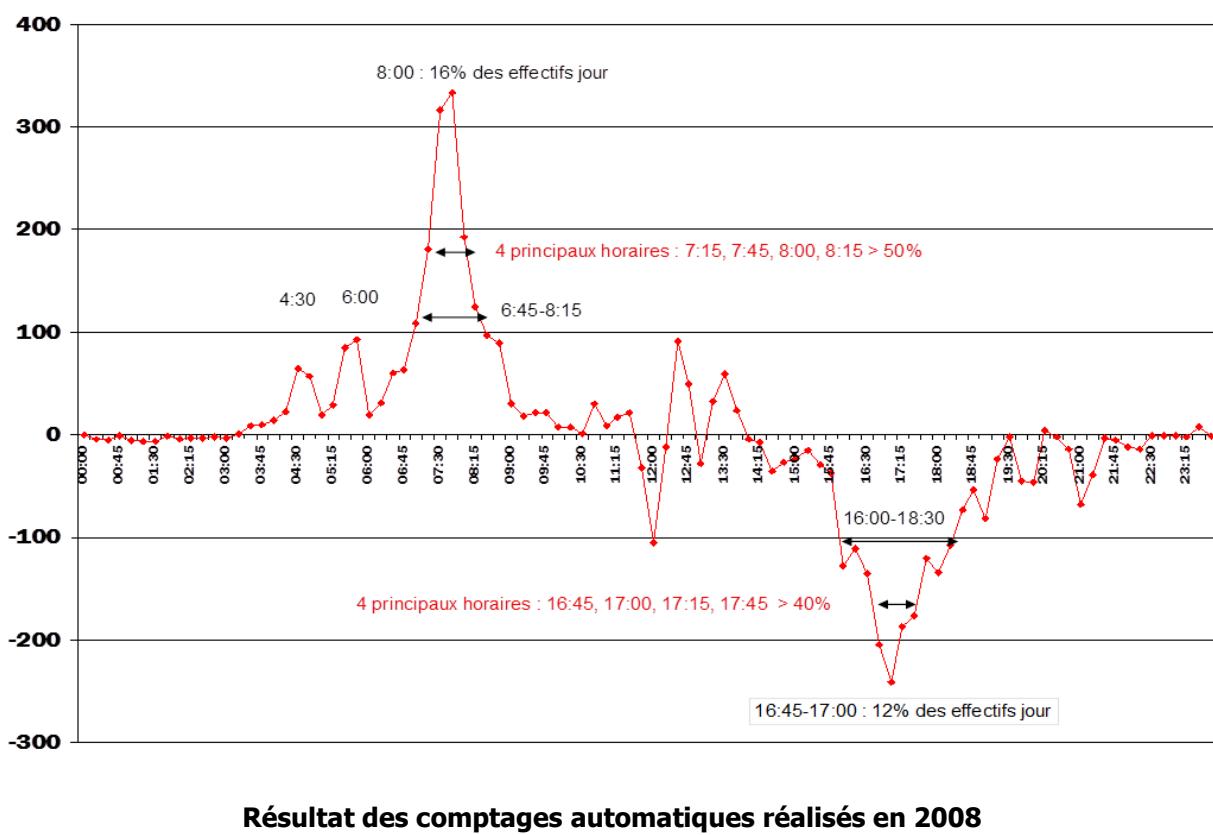
## 1.4 LES RESULTATS

### 1.4.1 LA SITUATION INITIALE

La situation initiale, mesurée mi 2008 pour les déplacements domicile-travail des salariés du Parc d'Activité PIPA par réalisation d'une enquête de mobilité dans le cadre de l'élaboration du PDIE, a fait apparaître :

- Que 92% des salariés venaient travailler seuls en voiture,
- Que les déplacements domicile-travail généraient chaque jour 118 000 kilomètres,
- Que la distance moyenne (aller-retour) s'élevait à 48 kilomètres,
- Que le coût moyen annuel s'élevait à 3600 €/salarié, soit 300 € par salarié et par mois.

Des comptages automatiques ont par ailleurs été réalisés en entrée/sortie du parc :



### 1.4.2 LES RESULTATS QUANTITATIFS ET QUALITATIFS OBTENUS

Jusque fin 2011, tous les salariés du Parc d'activités recevaient systématiquement l'information concernant la pratique du covoiturage, par l'intermédiaire des référents mobilité et/ou du chargé de mission de la CCPA.

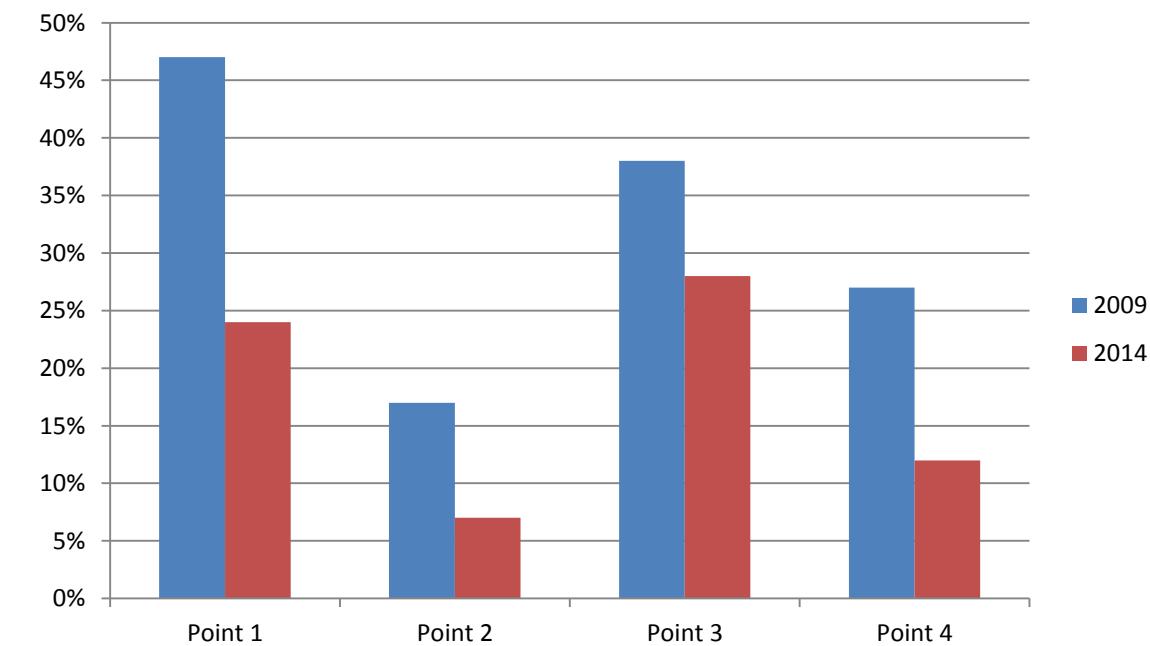
En juin 2009, des comptages de terrain montraient que le dispositif avait permis de faire grimper sensiblement la part modale du covoiturage qui est passée de 7% avant le lancement du PDIE à plus de 23% au printemps 2009, pour 330 inscrits sur le site.

Le développement de la pratique à l'époque a été moins une conséquence des fonctionnalités apportées par le site Internet que par une prise de conscience des salariés dans les entreprises qui s'est traduite par des appariements entre collègues.

Depuis début 2012, la diffusion de l'information n'est plus systématique mais le site [www.covoiturage-plainedelain.fr](http://www.covoiturage-plainedelain.fr) continue d'accroître son audience :

- Il recense actuellement 1 050 inscrits, soit trois fois plus qu'en 2009, et encore +5% au cours du premier trimestre 2014,
- Parmi ces inscrits, 60% sont considérés actifs, c'est-à-dire qu'ils ont déposé au moins une annonce dans les douze derniers mois,
- Le site recense par ailleurs 880 trajets, en croissance de +3% sur les trois derniers mois.

Pour avoir une idée des conséquences de l'arrêt des actions de sensibilisation et de communication (au moins à l'échelle globale car il est probable que certaines entreprises continuent d'informer et de sensibiliser leurs propres salariés), de nouveaux comptages ont été effectués en mars 2014 sur quatre points qui avaient déjà fait l'objet d'observations en juin et juillet 2009, aux heures d'embauche pour deux d'entre eux et de débauche pour les deux autres.



Evolution de la part du covoiturage entre 2009 et 2014 sur quatre points de comptage

Compte tenu du mode opératoire et des biais possibles (comptages réalisés pendant une heure à une heure trente chacun, sur des échantillons de 50 à 110 personnes), les résultats observés n'ont qu'une valeur indicative.

Force est néanmoins de constater une diminution assez sensible de la part modale du covoiturage sur tous les points de comptage :

- Elle baisse partout d'au moins 10 points,
- Elle est divisée environ par deux sur trois des quatre points de comptage (1,2 et 4).

En représentant selon les endroits 7%, 12%, 24% et 28% de part modale, elle se maintient néanmoins à des niveaux plutôt élevés, supérieurs ou égaux aux 7% d'avant le lancement du PDIE.

## 2. L'ARC JURASSIEN

### 2.1 PRESENTATION GENERALE

#### 2.1.1 FICHE SIGNALETIQUE

<b>Porteur principal du projet</b>	Parc Naturel du Haut Jura (F) Pays Horloger (F) Pays du Haut Doubs (F) Association intercantonale arcjurassien.ch (S) Association pour le développement des activités économique de la Vallée de Joux (S) Association pour le développement du Nord Vaudois Agglomération urbaine du Doubs (S) Canton du Jura (S)
<b>Echelle</b>	-
<b>Population concernée</b>	100 000 emplois 20 000 frontaliers
<b>Type d'urbanisation</b>	Essentiellement rural et d'habitat diffus
<b>Type(s) de covoiturage ciblés</b>	Domicile-travail essentiellement
<b>Date de mise en place</b>	2011
<b>Partenariat(s) technique(s) et/ou financier(s)</b>	-

#### 2.1.2 LES PRINCIPALES ETAPES

Les territoires de l'Arc Jurassien font face à une congestion automobile croissante. Chaque jour 43.000<sup>10</sup> frontaliers quittent la Franche-Comté pour venir travailler en Suisse. 98% d'entre eux viennent travailler en voiture et 9 sur 10<sup>11</sup> sont seuls dans leur voiture. Ils parcourent en moyenne une trentaine de kilomètres aller, soit plus de 12.500 km par an et par personne. Ces flux génèrent de la congestion aux heures de pointe sur les principaux axes, de l'insécurité dans les traversées de village, des besoins importants et croissants d'espaces de stationnement dans des secteurs déjà contraints. Ils contribuent fortement aux émissions de gaz à effet de serre et coûtent aux salariés une partie importante de leur salaire.

Dans un contexte d'habitat diffus, le covoiturage est apparu clairement comme une solution complémentaire aux transports publics avec une marge de progression importante.

Dans cette optique, huit partenaires de l'Arc Jurassien français (le Parc Naturel du Haut Jura, le Pays Horloger et le Pays du Haut Doubs) et suisses (l'association intercantonale arcjurassien.ch, l'Association pour le développement des activités économiques de la Vallée de Joux, l'Association pour le développement du Nord Vaudois, l'Agglomération urbaine du Doubs et le Canton du Jura) ont été lancés dans un projet INTERREG de développement du covoiturage transfrontalier, pour populariser la pratique du covoiturage parmi les frontaliers et plus généralement dans les entreprises des territoires concernés.

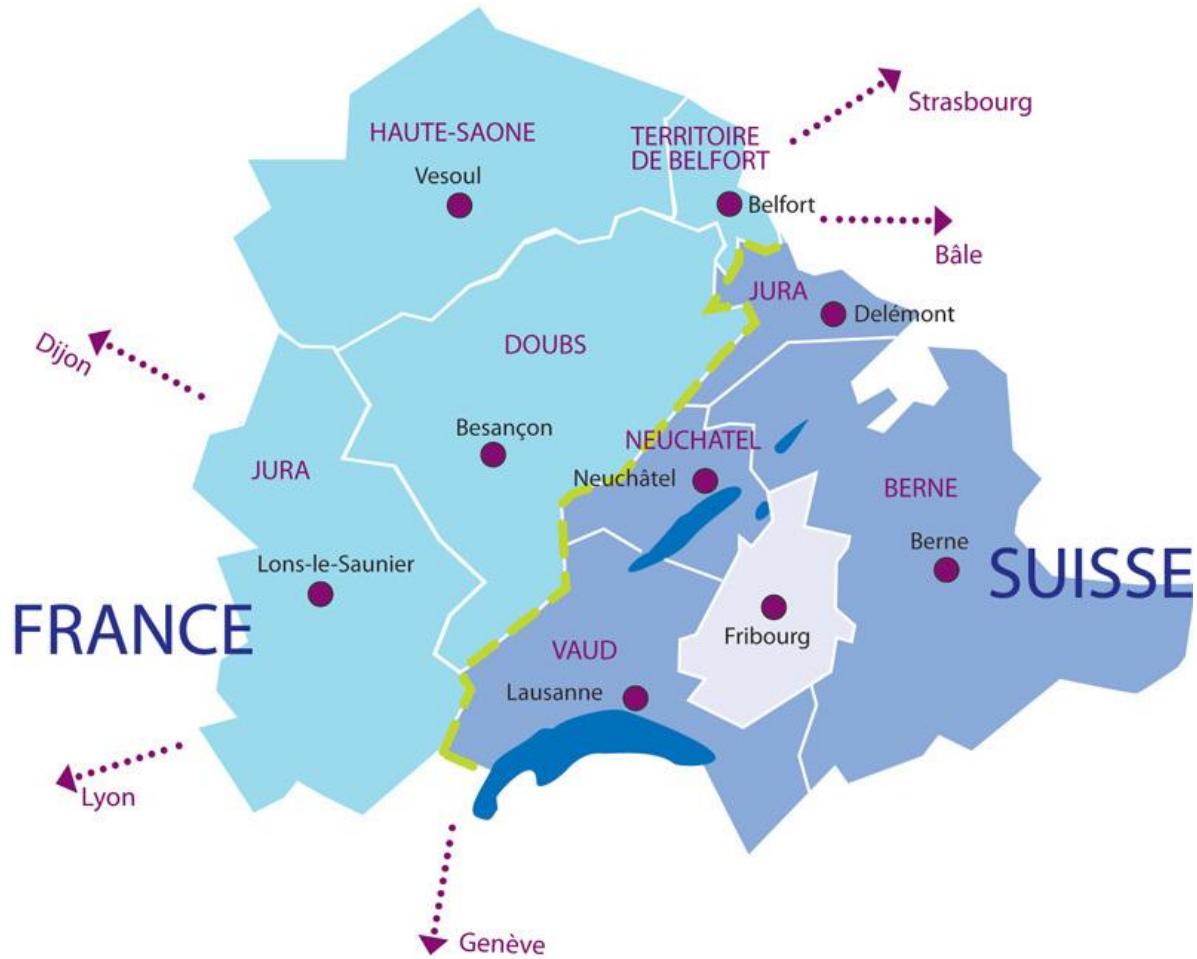
Le projet a démarré en juin 2011 et son originalité est de proposer une mise en relation humanisée par le biais du téléphone.

<b>2011</b>	Lancement du projet et réalisation d'une étude sur la pertinence du covoiturage pour répondre aux problématiques des déplacements domicile-travail dans l'espace frontalier
<b>2012</b>	Lancement de la plate-forme de covoiturage et inauguration du dispositif
<b>2014</b>	Evaluation du dispositif

<sup>10</sup> Donnée décembre 2003 – OSTAJ sur l'ensemble des cantons de l'Arc Jurassien : Vaud, Berne, Neuchâtel, Jura. Les origines/destinations de frontaliers dans le périmètre des partenaires représentent environ 50% de l'ensemble.

<sup>11</sup> Donnée datant de décembre 2012 par comptage aux frontières

### 2.1.3 LOCALISATION



Source : <http://www.conference-transjurassienne.org>

## 2.2 PRESENTATION DU DISPOSITIF

### 2.2.1 LE SITE INTERNET

Le choix a été fait dès 2011 de lancer une consultation sur l'acquisition d'une plateforme de covoiturage à partir d'un outil existant. Une analyse préalable des différentes solutions techniques a été réalisée permettant d'aboutir à la définition d'éléments clés et de critères de choix.

C'est l'offre de la société Covivo qui a été retenue de part son prix et sa capacité d'adaptation à nos besoins. Le site a fait l'objet d'une charte graphique spécifique réalisée dans le cadre du marché de communication.

Des adaptations techniques ont été réalisées sur le site de façon à permettre un interfaçage avec le logiciel de relations clients de la centrale téléphonique mise en œuvre par ailleurs (voir plus loin).

L'applicatif retenu a la spécificité de permettre aux opérateurs téléphonique de gérer des relances.

Dans un premier temps, l'applicatif a été ouvert uniquement à l'inscription et à la consultation par la centrale téléphonique. Les inscrits pouvaient consulter leur profil mais ne pouvaient pas consulter les autres trajets inscrits. L'objectif était d'éviter un phénomène déceptif pour les premiers inscrits ne pouvant être mis en relation immédiatement.

En décembre 2013, la base comprenait 1 443 inscrits venant de 369 communes différentes pour 61 entreprises participantes. Les principales communes d'origine des covoitureurs sont Pontarlier, Les Rousses, Bois-d'Amont, Morez, Morteau, Jougne et Morbier.

La plateforme téléphonique a émis ou reçu 5 500 appels en 16 mois de fonctionnement avec une pointe de plus de 1 000 appels en octobre 2012.

### 2.2.2 L'AMÉNAGEMENT D'AIRES DE COVOTURAGE

En secteur peu dense, le covoiturage ne peut pas toujours se faire dans le cadre d'un déplacement ayant une même origine et une même destination. Dans un cas sur quatre, les covoitureurs se retrouvent sur un point de convergence et l'un des deux covoitureurs (soit 1 covoiteur sur 4) stationne son véhicule sur un emplacement. Afin de répondre à cette demande, plusieurs phases complémentaires ont été menées :

- Un travail d'identification et de dimensionnement théorique des besoins de stationnement,
- Un travail de terrain de recherche de parkings existants ou à créer sur ou à proximité des nœuds de covoiturage identifiés,
- Une négociation avec les communes ou les propriétaires des lieux,
- Un aménagement des parkings, la conception d'une méthode de signalisation, le lancement d'un marché de réalisation et de pose de panneaux de signalisation et la pose d'une signalisation spécifique des parkings de covoiturage.

L'identification et de dimensionnement théorique des besoins a été réalisée dès 2011. Elle a consisté à géolocaliser l'ensemble des migrations alternantes de l'INSEE et à partir d'un SIG à les affecter sur le réseau routier. Cette démarche a permis de construire par secteur d'emploi les arbres de rabattement réels des frontaliers et de faire apparaître les nœuds de covoiturage.

Un travail de terrain a ensuite consisté à rechercher des emplacements possibles de parkings existants. Ce travail terrain a permis de constituer une base technique et photographique de 137 aires potentielles de covoiturage, totalisant 3 000 places de stationnement.

La négociation avec les communes s'est engagée d'octobre 2011 et s'est poursuivie jusqu'en décembre 2013. Ces négociations réalisées par les partenaires français (PNR du Haut Jura, Pays Horloger et Pays du Haut-Doubs) s'est avérée plus longue que prévue. Il s'agissait d'étudier avec les élus les emplacements les plus adéquats ne gênant

pas le fonctionnement de la commune, de valider les aménagements à réaliser, la maintenance, notamment la maintenance hivernale et la pose des panneaux de signalisation. 143 parkings ont été identifiés, côté France et Suisse. Sur l'ensemble, 32 parkings étaient validés au 31 décembre 2012 pour un total de plus de 320 places. A fin décembre 2013, 56 parkings étaient validés pour un total de 3 700 places. L'aménagement et la pose de la signalisation ont été engagés à partir mi 2012 et sont en voie d'achèvement.

### 2.2.3 LA MISE EN PLACE D'UN PLAN DE COMMUNICATION

La réalisation des outils de communication a fait l'objet de la rédaction d'un cahier des charges et du lancement d'une consultation et du recrutement d'un prestataire. De nombreux supports de promotion ont été conçus :

- Un flyer général muni d'un QR Code renvoyant sur le site internet,
- Une affiche également munie de QR Code,
- Des sets de table proposés dans les restaurants d'entreprise,
- Une exposition itinérante à faire circuler dans les entreprises,
- Un livret covoiturage expliquant l'ensemble de la démarche,
- Des autocollants à garder dans la voiture pour avoir le n° de téléphone de la base de covoiturage à proximité,
- Un diaporama de présentation de la démarche,
- Un dossier de presse à destination de l'ensemble des partenaires.

Une conférence de presse a été organisée le 18 septembre 2012 pour le lancement officiel de l'opération. Cette conférence qui a été suivie par 30 participants (dont 6 journalistes et de nombreux élus) et a donné lieu à une bonne couverture presse y compris dans des quotidiens à fort tirage (20 minutes, le Temps...). Un communiqué de presse a été diffusé à l'ensemble des communes concernées.

A l'occasion des animations dans les entreprises, des distributions de tracts ont été distribués aux frontières de Vallorbe, Bois-d'Amont et Mouthe en sept-oct. 2012 (6000 flyers au total), à Delle (village et autoroute), Goumois et Abbévillers en décembre 2012/janvier 2013 (environ 3000 flyers) et Villers-le-Lac, Col-des-Roches et Charquemont/Biaufond en avril 2013 (env. 5000 flyers).

Les affiches, livrets et flyers ont été les outils de communication les plus utilisés dans les entreprises. Peu ont utilisé les autocollants. Au total, les entreprises ont posé plus de 270 affiches, distribué plus de 4700 flyers, 6200 livrets et 9330 sets de table.

### 2.2.4 L'INFORMATION ET LA SENSIBILISATION

Un programme détaillé de travail a été défini secteur par secteur. L'objectif a été de mener des actions d'animations très intensives dans un secteur réduit et dans un temps limité de façon à obtenir rapidement une masse critique. Trois secteurs homogènes ont été définis pour sensibiliser les entreprises et les salariés :

- Vallée de Joux et Nord Vaudois (6600 frontaliers et 36500 emplois),
- Le Locle et la Chaux de Fond (6700 frontaliers et 33000 emplois),
- Canton du Jura (6200 frontaliers et 31000 emplois).

Une consultation a été lancée pour recruter un prestataire assurant ce travail d'animation. La prestation d'information et de sensibilisation a été scindée en plusieurs phases :

- Information préalable de toutes les entreprises de plus de 50 salariés par les partenaires,
- Contact téléphonique pour identifier un référent covoiturage au sein de l'entreprise,
- Rencontre individuelle de toutes les entreprises importantes volontaires pour définir les modalités spécifiques d'animation au sein de l'entreprise et entretiens téléphoniques pour les plus petites,
- Signature d'une charte d'engagement par les entreprises volontaires,
- Rencontre de groupe par zones d'activité et contact par mail des entreprises de plus petite taille,
- Lancement d'animations spécifiques à l'entreprise sur des modalités variées (animation parking, présentation à l'ensemble du personnel, présence dans le restaurant d'entreprise, tenue de stands...),
- Préinscription directe du personnel dans certaines entreprises, inscription web ou téléphonique.

Sur le fichier de 226 entreprises cibles, 195 ont été contactées, 31 ayant changé d'adresse, n'existant plus ou restant inaccessibles. Sur ces 195 entreprises, 61 se sont engagées dans le dispositif. Les facteurs d'adhésion ou de refus des entreprises étaient globalement les suivants :

- **Facteurs d'adhésion** : parkings saturés sans possibilité de les étendre, congestion aux frontières, entreprises déjà impliquées/sensibilisées à la mobilité ayant déjà engagé un plan de mobilité, ou ayant déjà une pratique significative du covoiturage ; la sensibilité personnelle de la personne contactée joue également beaucoup,
- **Facteurs de refus** : certains établissements ne voient pas d'intérêt, n'ont pas de temps à consacrer au dispositif, n'ont pas de problématique de stationnement, pas de problématique de trafic, recrutent un personnel plutôt local, ou ont un système de covoiturage qui fonctionne bien à l'interne.

Sur les 61 entreprises engagées dans la démarche, 46 sont des entreprises industrielles. Elles emploient 16 000 salariés et représentent donc 16% de l'effectif total.

En automne 2013, une nouvelle campagne d'animation a été lancée :

- Contact avec toutes les communes et les communautés de communes françaises comprenant plus de 50 frontaliers pour expliquer le programme et les motiver à participer à l'organisation de réunions « Apéro covoiturage » en soirée dans les communes françaises à destination des travailleurs frontaliers. 31 réunions se sont tenues d'octobre à novembre 2013. Ces soirées étaient aussi l'occasion de relancer une campagne de communication dans la presse française et auprès des associations de frontaliers. Ces réunions ont eu un succès mitigé avec un très faible niveau de participation de la population.

- Organisation d'un challenge covoiturage avec toutes les entreprises engagées ou non dans le projet en y associant aussi les entreprises de plus de 20 salariés. Ce challenge comprenait un prix aux entreprises ayant sur la semaine le plus fort taux de covoiturage par tranches d'effectif et une récompense par secteur géographique sur tirage au sort des équipages inscrits. Il a eu lieu en novembre et a suscité l'inscription de seulement 310 personnes,
- Une nouvelle séquence d'expertise a été proposée aux entreprises participantes à l'automne pour faire un bilan de l'opération et proposer une suite au programme et identifier les actions que l'entreprise va pouvoir monter.

## 2.3 LES RESULTATS

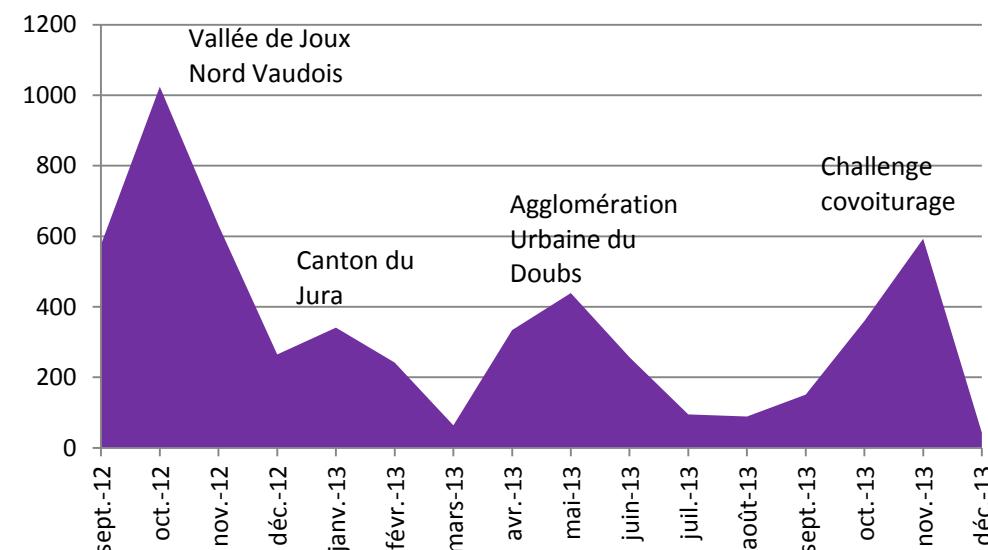
La plupart des résultats détaillés ci-après sont issus de la campagne d'évaluation du dispositif mené fin 2013 et publié début 2014 et qui note en préambule que le contexte global dans lequel s'est inscrit le programme a été plutôt défavorable quant à la mesure de son efficacité :

- Augmentation significative du nombre d'emplois frontaliers en particulier dans le tertiaire ; l'impact est négatif car les salariés nouvellement arrivés et les salariés du secteur tertiaire covoitent moins que les autres,
- Baisse de 12% des prix à la pompe entre septembre 2012 et décembre 2013,
- Baisse de 20% de l'usage du mot « covoiturage » dans les moteurs de recherche sur Internet au cours du premier semestre 2013.

### 2.3.1 ANALYSE DE L'ACTIVITE DU SITE ET DE LA CENTRALE TELEPHONIQUE

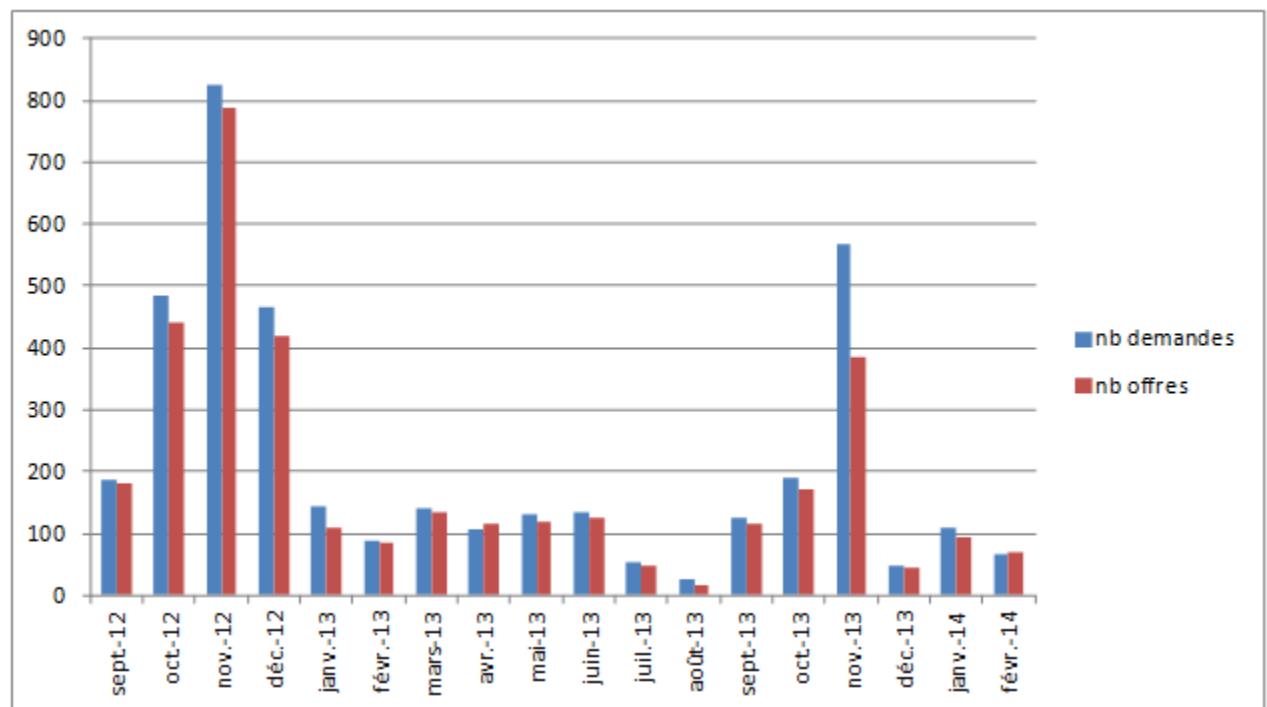
La centrale téléphonique est la principale originalité de dispositif. L'inscription et la mise en relation des covoitureurs se font d'abord par téléphone. La centrale téléphonique est ouverte du lundi au vendredi de 7h à 19h. Durant les 16 mois de l'opération de septembre 2012 à décembre 2013, la centrale a émis ou reçu 5 500 appels soit une moyenne de 3.9 appels par covoitureur inscrit.

Les pics d'activité correspondent bien aux animations engagées sur chacun des secteurs : le pic septembre-octobre 2012 correspond aux animations dans la Vallée de Joux et dans le Nord Vaudois, le pic en janvier 2013 aux animations dans le Canton du Jura, le pic avril-mai 2013 aux animations sur l'Agglomération Urbaine du Doubs et le pic en novembre 2013 au challenge covoiturage.

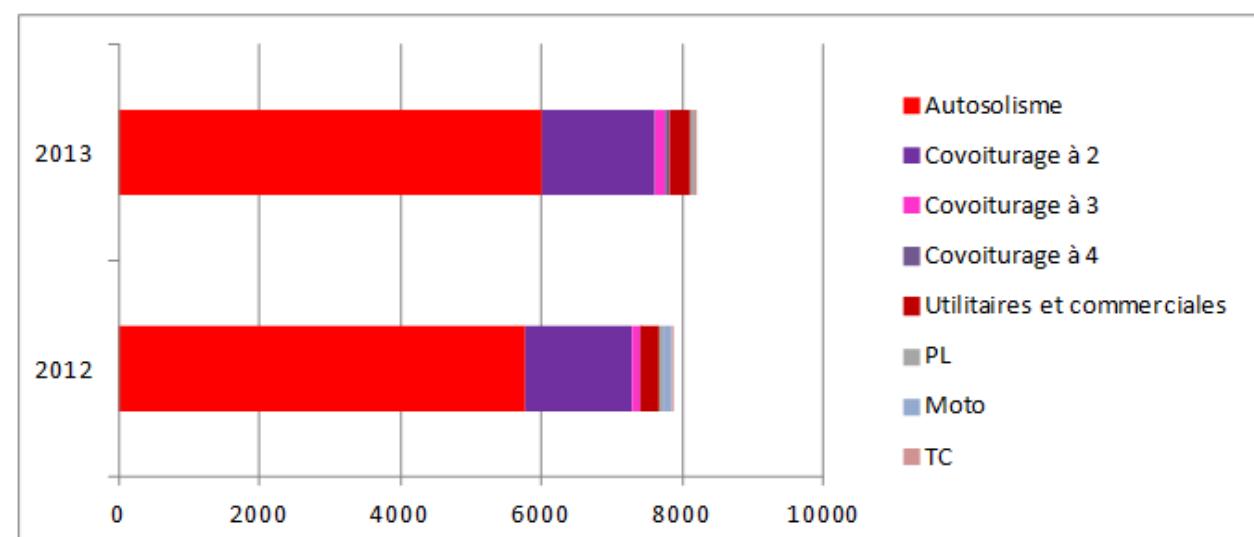


Nombre d'appels téléphonique émis ou reçus par mois durant l'opération

Le site internet compte 1 450 inscrits. 3 905 offres et 3 469 demandes de covoiturage ont été déposées. La campagne de l'hiver 2012 en vallée de Joux et Nord Vaudois a eu un impact visiblement important, de même que le challenge covoiturage à l'automne 2013.

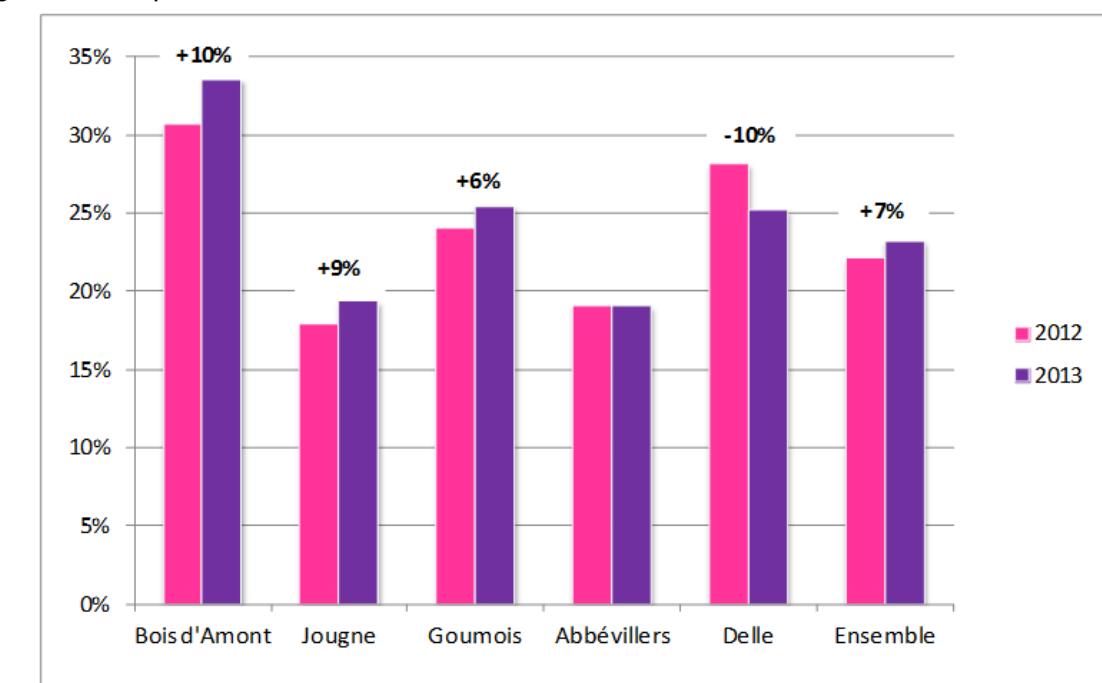


**Nombre de demandes et d'offres de covoiturage par mois pendant l'opération sur le site internet**



**Evolution de la typologie du trafic en fonction du mode enregistré entre 6h et 8h aux frontières entre décembre 2012 et décembre 2013 sur les 5 postes frontières de contrôle**

La part modale du covoiturage de 6h à 8h est maximale à Bois d'Amont avec une part de 31% en 2012 et 34% en 2013 soit une augmentation de 10%. Le taux de covoiturage est plus faible à Jougne avec 19% de covoiturage et une augmentation de 9% entre deux comptages. Le taux de covoiturage a également progressé à Goumois de +6%. Elle a en revanche reculé à Delle où le trafic y a beaucoup augmenté (+35%) du fait notamment de l'ouverture de d'une nouvelle usine de Boncourt. Les nouveaux frontaliers ont sans doute (l'enquête en entreprise le montre) un taux de covoiturage nettement plus faible que les salariés plus anciens qui bénéficient d'un réseau de collègues et amis plus étendu.



**Evolution de la part du covoiturage entre 6h et 8h aux frontières entre décembre 2012 et décembre 2013 sur les 5 postes frontières de contrôle**

### 2.3.2 COMPTAGES AVANT/APRES AUX FRONTIERES

#### 2.3.2.1 Données brutes

Les comptages aux frontières permettent de suivre de façon fine l'évolution du taux d'occupation des véhicules. Ils ne portent certes que sur certains postes et que sur une partie de la journée mais ont permis de capter près de 10.000 personnes sur 40.000 frontaliers passant la frontière un jour moyen de semaine, soit environ 25% du flux.

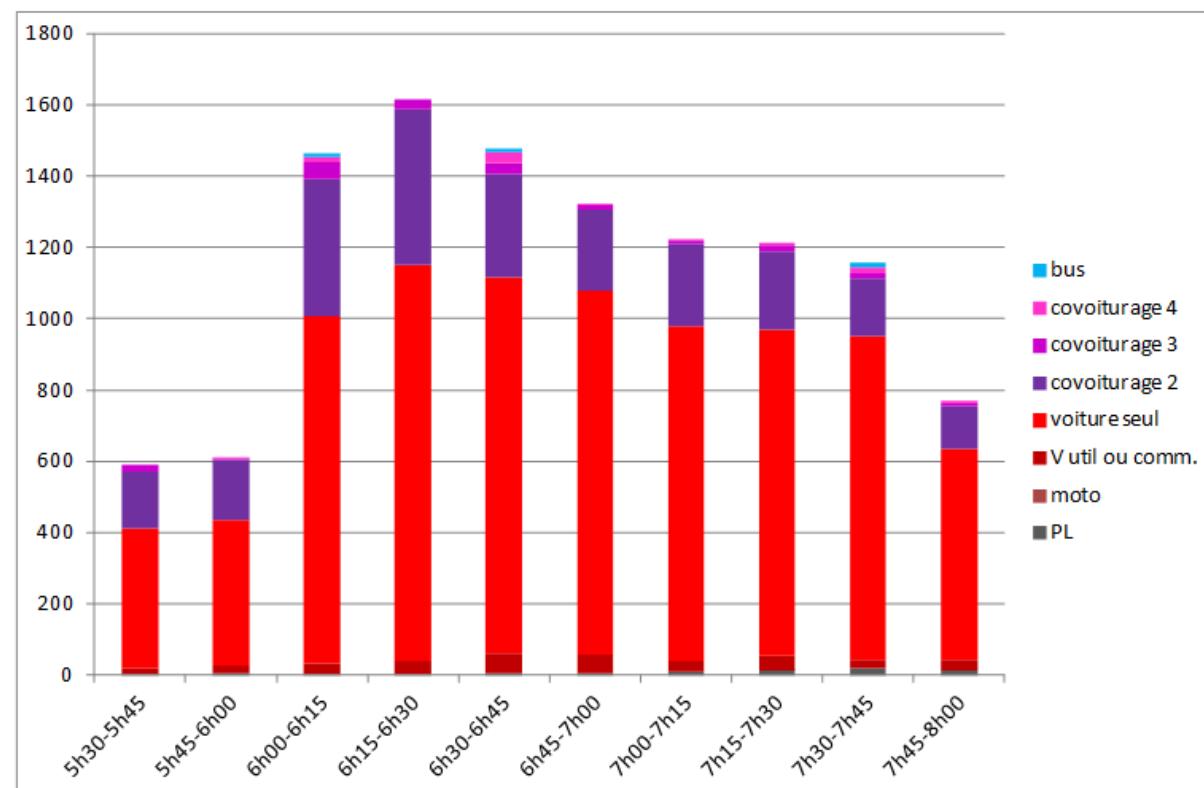
- Deux séries de comptage ont été réalisées sur un certain nombre de postes frontières aux heures de pointe du matin : Bois d'Amont, Jougne, Goumois, Abbevillers et Delle.
- Un premier en décembre 2012 juste après les premières opérations du Nord Vaudois et Vallée de Joux de 6h à 8h. Le site de Villers-le-Lac a été rajouté dans cette seconde phase après une première série réalisée en avril 2013.
- Un second en décembre 2013 après la fin du challenge covoiturage, de 5h30 à 8h. L'heure a été avancée le matin dans la mesure où les flux sont déjà importants à cette heure là. Dans la journée, les flux sont plus diversifiés et l'analyse du taux d'occupation perd de son intérêt.

Les comptages sont réalisés par quart d'heure et différencient les flux selon le type de véhicules (véhicule léger individuel, véhicule utilitaire ou commercial, poids lourd, moto).

Le trafic enregistré de 2012 à 2013 sur les cinq postes frontières a légèrement augmenté (+4%) entre les deux enquêtes passant de 5 800 à 6 000 véhicules.

Dans le même temps, le nombre de personnes franchissant la frontière le matin de 6h à 8h a augmenté de 5.6% passant de 7 400 à 7 800. Le taux de personnes passées a augmenté plus fortement que le nombre de véhicules passés traduisant une augmentation du covoiturage. Le nombre de covoitureurs de 6h à 8h a donc augmenté de façon significative avec +200 covoitureurs sur les 5 postes observés.

Globalement, la pratique du covoiturage représente une part modale de 24% sur les comptages réalisés en décembre 2013 de 5h30 à 8h sur les 6 points de passage.



**Evolution de la typologie des modes de transport entre 5h30 et 8h en décembre 2013 aux postes frontières de Bois d'Amont, Jougne, Villers-le-Lac, Goumois, Abbevillers, Delle**

Le nombre de covoitureurs est maximum entre 6h et 6h30 mais le taux reste très important de 5h30 à 6h30. Le taux moyen de covoiturage passe de plus de 30% avant 6h30 à 17% à 7h30 soit une chute de pratiquement la moitié. Cette observation recoupe bien les résultats de l'enquête montrant que le covoiturage est plus élevé dans le secteur industriel et notamment parmi le personnel posté ayant des horaires fixes et souvent très matinaux.

	5h30-5h45	5h45-6h00	6h00-6h15	6h15-6h30	6h30-6h45	6h45-7h00	7h00-7h15	7h15-7h30	7h30-7h45	7h45-8h00	5h30-8h
Abbévillers	31%	33%	35%	20%	18%	13%	18%	10%	0%	0%	21%
Bois d'Amont	33%	37%	40%	31%	36%	22%	33%	37%	37%	32%	34%
Delle	38%	22%	37%	33%	29%	13%	21%	18%	11%	15%	25%
Goumois	31%	27%	31%	34%	26%	10%	23%	29%	11%	0%	27%
Jougne	30%	31%	27%	28%	19%	16%	15%	14%	14%	18%	21%
Villers	30%	32%	34%	33%	28%	31%	18%	23%	16%	13%	25%
<b>Ensemble</b>	<b>31%</b>	<b>30%</b>	<b>32%</b>	<b>30%</b>	<b>25%</b>	<b>19%</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>24%</b>

**Taux de covoiturage par site et par quart d'heure en décembre 2013**

Un taux de covoiturage élevé pendant toute la période n'est observé qu'à Bois d'Amont. De fait, la quasi-totalité des emplois frontaliers de la Vallée de Joux sont des emplois industriels.

### 2.3.2.2 Extrapolation

Par extrapolation des comptages réalisés le matin, le nombre total de covoitureurs supplémentaires entre décembre 2012 et décembre 2013 a été estimé voisin de 1 300.

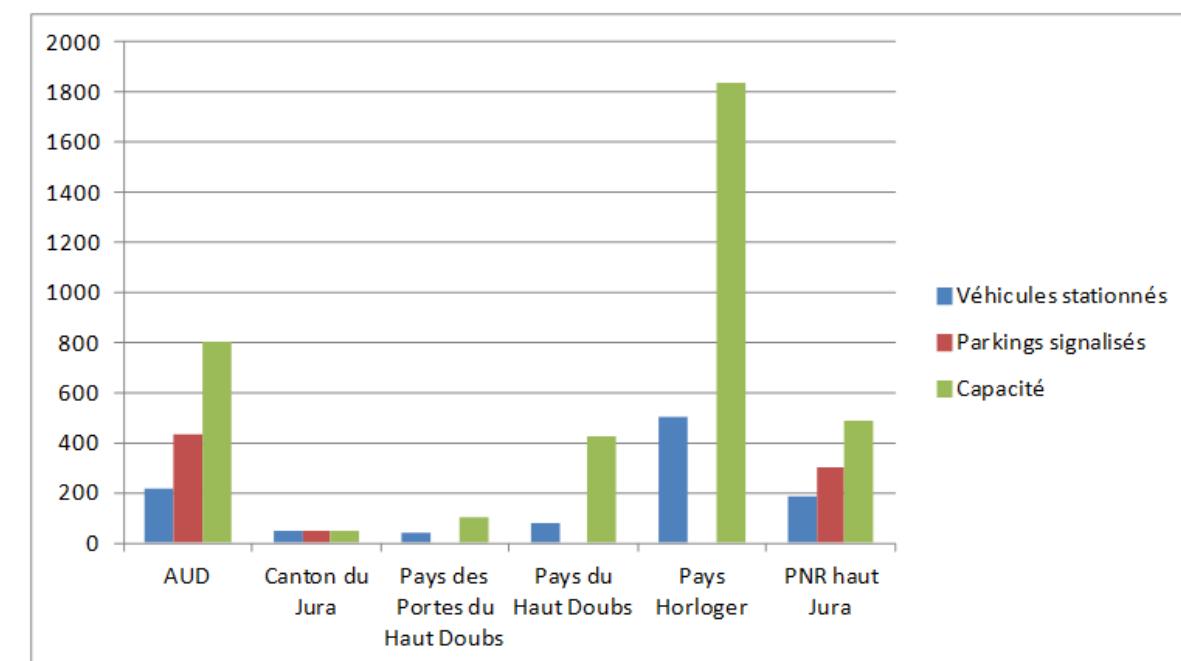
### 2.3.3 L'UTILISATION DES PARKINGS DE COVOITURAGE

Dans le cadre du programme, un réseau de parkings relais a été mis en place pour faciliter le covoiturage. Une cinquantaine de parkings ont été identifiés sur les trois territoires français, mais aussi côté Suisse. Une signalisation spécifique a été décidée par les partenaires mais seuls les panneaux du PNR du Haut Jura ont été installés à la date de l'évaluation.



Une évaluation globale des parkings de covoiturage a été réalisée en fin d'année 2013, mais les réunions publiques ont également donné des enseignements concernant l'utilisation des parkings identifiés, les parkings utilisés dans la pratique et les besoins.

L'histogramme ci-dessous indique le nombre de places de stationnement validées par les communes, le nombre de places effectivement signalisées et le nombre de véhicules observés en décembre 2013.



**Etat des lieux des parkings de covoiturable par secteur en nombre de véhicules stationnés en décembre 2013, le nombre de places effectivement signalisées et le nombre de places validées par les communes.**

Globalement, il est apparu que le manque de signalisation, sauf dans le PNR du Haut Jura est dommageable dans la mesure où de nombreux parkings de covoiturage ne sont pas connus du grand public. L'utilisation des parkings en amont des frontières est faible, ce qui conduit à une saturation de certains parkings...

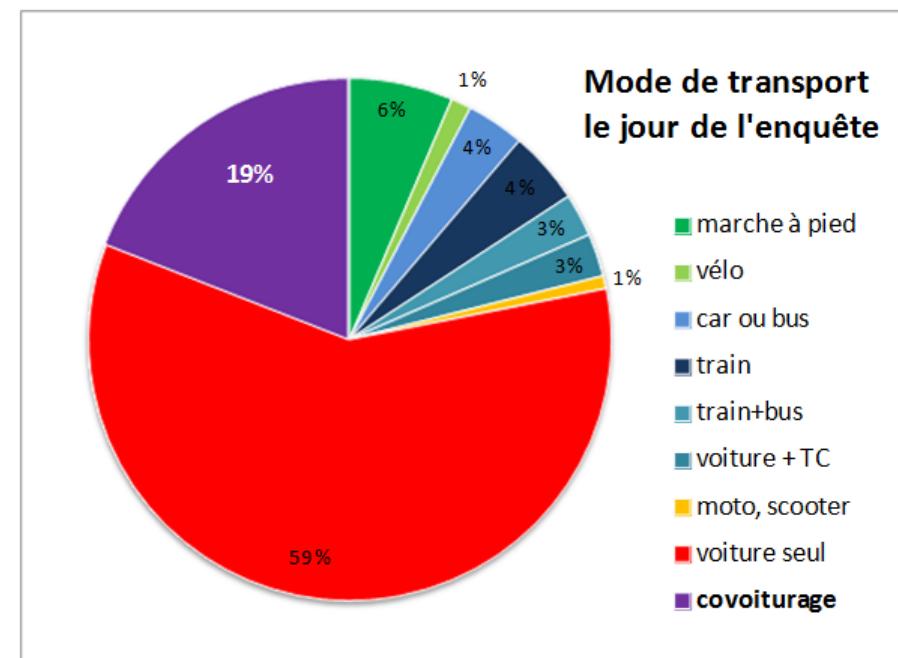
En plus de terminer l'installation des panneaux de signalisation, il est important de communiquer sur la localisation de l'ensemble des parkings de covoiturage du réseau à la fois au niveau des communes et des entreprises.

#### 2.3.4 ENQUETES AUPRES DES SALARIES

Une enquête a été réalisée du 22 novembre 2013 au 16 décembre 2013 après le challenge covoiturage auprès de 20 entreprises participantes sur les 61 engagées dans l'opération. L'enquête a été distribuée au format papier dans les fiches de paye ou directement par les chefs d'équipe. 572 enquêtes ont été retournées en papier et 150 collaborateurs ont répondu à l'enquête directement sur internet, soit un total de 722 enquêtes. Un croisement avec les parts modales observées sur les parkings des entreprises participantes a permis de vérifier la représentativité de l'échantillon.

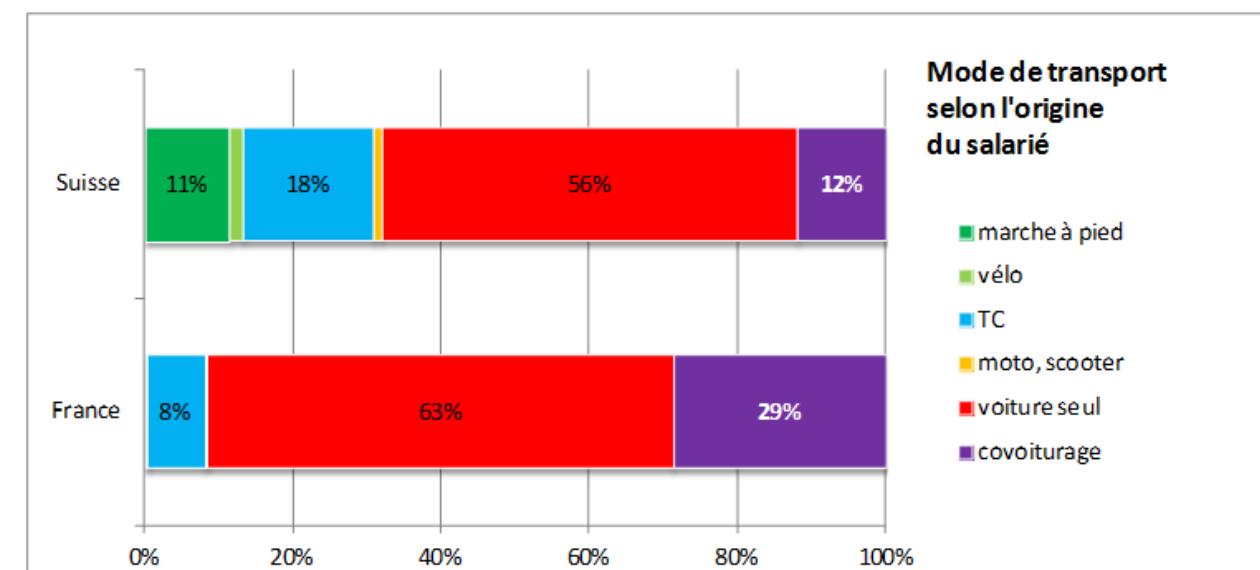
##### 2.3.4.1 Parts modales et niveaux de pratique du covoiturage

Avec 19%, la part modale du covoiturage mesurée dans l'opération est très élevée en comparaison des données observées ailleurs en France. Cette proportion est variable selon les entreprises, le taux variant de 5% à 33%.



Parts modales moyennes d'accès à l'entreprise dans les 20 entreprises participantes après l'opération de développement du covoiturage (nov-déc 2013)

La voiture représente 78% des accès au travail, dont 19% de covoiturage, ce qui signifie qu'un automobiliste sur quatre covoiture. Les transports en commun représentent 14% en train, car, bus, navette ou combinaison intermodale et les modes actifs seulement 7%. Cette faible part s'explique par le fait que de nombreux établissements sont situés dans des parcs d'activités de secteur périphérique ou dans des petites unités urbaines.

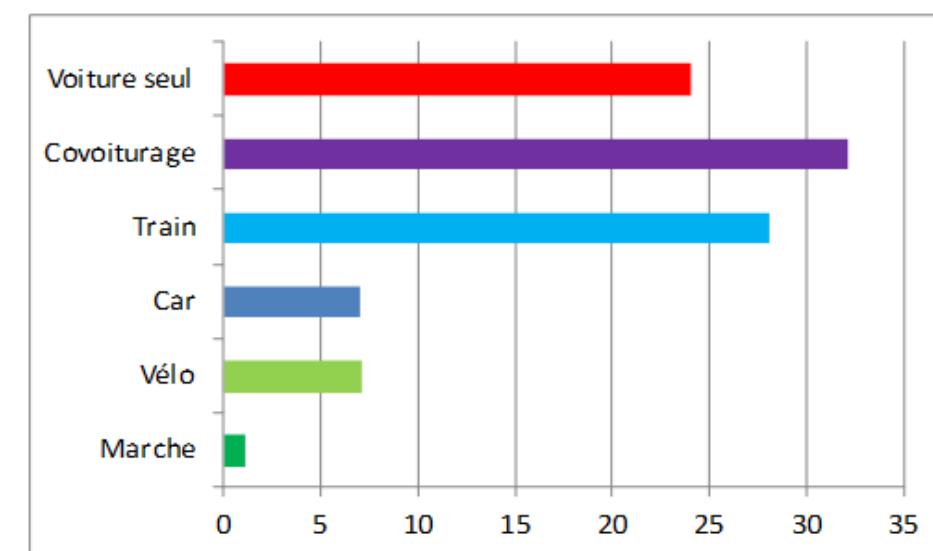


Parts modales moyennes d'accès à l'entreprise dans les 20 entreprises participantes après l'opération de développement du covoiturage (nov-déc 2013), selon le pays d'origine du salarié

La part du covoiturage est beaucoup plus élevée (29%) parmi les collaborateurs frontaliers que parmi les collaborateurs résidant en Suisse (12%).

Cette différence s'explique en partie par les distances domicile-travail plus courtes des Suisses permettant un accès à pied, à vélo ou en transports publics. De fait l'acceptation du covoiturage est plus importante à mesure que la distance domicile-travail augmente. L'augmentation des coûts du déplacement rend effectivement plus désirable la contrainte du passage au covoiturage.

Au final, la part modale de l'autosolisme des frontaliers (63%) n'est pas beaucoup plus élevée que celle des résidents Suisses (56%).



Distance moyenne de déplacement domicile-travail (aller) selon le mode de déplacement

La distance moyenne domicile-travail (aller simple) d'un covoiteur est de 32 km, chiffre très proche des résultats enregistrés sur les plans de mobilité d'entreprise en Région Rhône-Alpes (31 km).

Cette distance moyenne n'est cependant pas beaucoup plus élevée que celle des autosolistes (24 km) ou des usagers du train (28 km), ce qui suggère que le potentiel de développement du covoiturage est encore important. Les marcheurs parcourent en moyenne 1 km, les cyclistes 7 km, un chiffre équivalent à celui des usagers des bus urbains.

#### 2.3.4.2 Potentiel de développement du covoiturage

Les résultats de l'enquête montrent que 50% des salariés ne pratiquent pas et ne sont pas intéressés par le covoiturage. Nous trouvons dans cette catégorie les collaborateurs venant par un autre mode que la voiture (à pied, à vélo ou en transports en commun) et satisfaits de leur mode. On trouve également une partie de collaborateurs résidant à une distance trop faible du travail pour accepter la contrainte du covoiturage et une partie également souhaitant conserver son autonomie et sa liberté totale de mouvement.

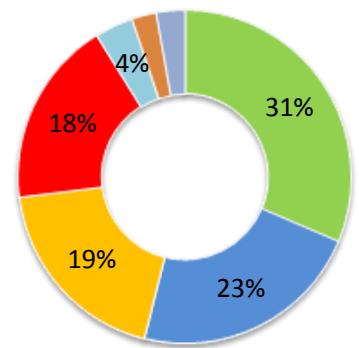
A noter que :

- 10% des répondants ne covoitent pas et seraient intéressés par le covoiturage, ce qui représente un potentiel d'augmentation de presque 50% de la pratique actuelle,
- 8% pratiquaient mais ne pratiquent plus. L'analyse fine des raisons est importante à comprendre pour éviter une érosion de la pratique et mieux répondre aux attentes,
- 3% pratiquent de façon occasionnelle, ce qui est peu. La fréquence de pratique du covoiturage domicile-travail est très majoritairement régulière et très fréquente,
- 22% des répondants covoitent presque tous les jours (19% mesuré le jour de l'enquête),
- 7% des collaborateurs ne se prononcent pas. Ils ne pratiquent pas mais ne disent ni oui non à une pratique future, ce qui peut représenter un potentiel supplémentaire.

#### 2.3.4.3 Les motivations qui poussent à covoiturer

La principale raison avancée pour covoiturer est économique. 31% des collaborateurs covoitent pour faire des économies. Les 2<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> raisons tournent autour de l'agrément du déplacement en covoiturage : c'est un déplacement plus convivial et moins fatigant dans la mesure où il ne sollicite le conducteur qu'une semaine sur deux. Nombre de salariés, particulièrement les femmes redoutent de prendre le volant en hiver et d'avoir à mettre les chaînes. Faire la route à plusieurs est plus rassurant en hiver.

L'écologie n'est un facteur cité que par 19% des répondants. Il s'agit d'un argument bien présent à l'esprit mais qui n'est pas la porte d'entrée principale. Très peu de covoitureurs sont des salariés contraints n'ayant pas de véhicule.



- économies
- convivialité
- écologie
- moins fatigant
- peur conduite hivernale
- pas de véhicule
- autre

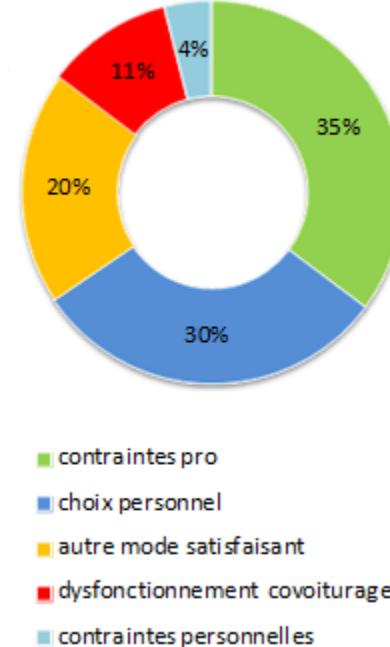
#### 2.3.4.4 Principales raisons de non recours au covoiturage

Les principales raisons de non pratique du covoiturage restent liées aux contraintes professionnelles, notamment au contraintes horaires : horaires flexibles, irrégulier, nombreux déplacements professionnels rendant difficile la régularité propre au covoiturage. Ces raisons sont plus fréquentes parmi les cadres, le personnel de soin et le secteur administratif et tertiaire.

La seconde raison tient à un choix personnel : peur de partager un véhicule avec un inconnu, souhait de garder une liberté de mouvement permanente ou de ne dépendre de personne.

La troisième raison tient à la préférence pour d'autres modes alternatifs considérés comme satisfaisants, marche, vélo, transports publics.

Une petite minorité mentionne néanmoins les dysfonctionnements du covoiturage et la difficulté à trouver un covoitureur malgré le souhait de le faire.



#### 2.3.4.5 Les raisons qui poussent à arrêter de covoiturer

Si une bonne partie des covoitureurs covoiture récemment comme nous le verrons plus loin, une partie des non usagers a pratiqué et ne pratique plus.

Les principales raisons de non pratique sont des changements d'horaires ou de lieu de travail (42%) du répondant ou de son covoitureur (15%). D'où l'intérêt de bien cibler la promotion du covoiturage sur les salariés en rupture d'habitude, en changement de poste ou d'horaire. Le souhait de retrouver son indépendance est avancé dans 20% des cas.

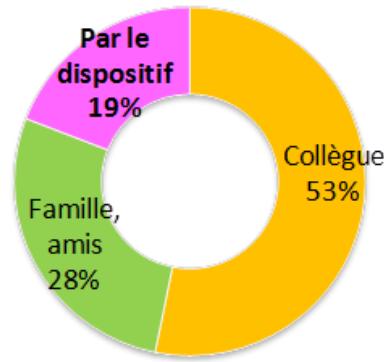
**Pourquoi plus covoiturage (groupé)**  
Ancien covoiteur

	Nb	
Changement d'horaire ou de lieu de travail	21	34,4%
Souhait de retrouver mon indépendance	12	19,7%
Covoitureur pas assez ponctuel	9	14,8%
Départ du covoiteur	9	14,8%
Trop de perte de temps	7	11,5%
Problèmes d'horaires (variable ou changement)	4	6,6%
Utilise les transports publics	3	4,9%
Conduite dangereuse	2	3,3%
Incompatibilité de caractère	2	3,3%
Activité sportive après le travail	2	3,3%
Problème lié à l'assurance	1	1,6%
Accompagnement enfants	1	1,6%
Horaires variables	1	1,6%
Ne trouve pas de covoiteur	1	1,6%
<b>Total</b>	<b>61</b>	

Dans quelques cas (32%), le covoiturage est considéré comme trop contraignant (trop de perte de temps) ou dysfonctionnant (conducteur pas assez ponctuel, conduite dangereuse, incompatibilité de caractère).

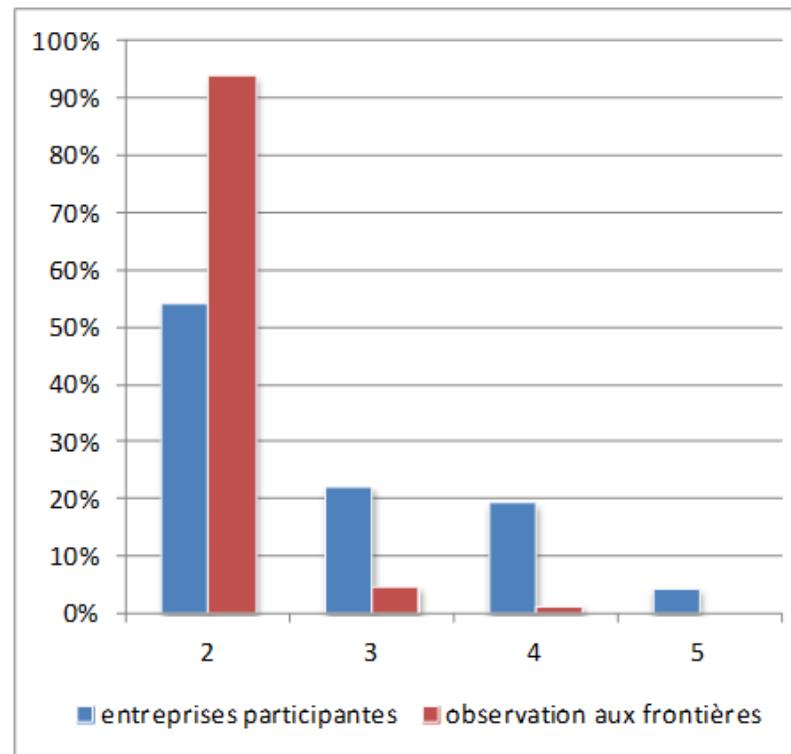
Dans le détail, la principale raison de non covoiturage est le souhait de garder sa liberté (23,5%), juste devant les difficultés horaires (22,8%), un emploi du temps très chargé... 10% des répondants habitent trop à proximité pour justifier le covoiturage ou ont une bonne solution en transports publics (6,4%).

#### 2.3.4.6 Les modalités de covoiturage



Quatre covoitureurs sur cinq ne passent pas par un site internet de covoiturage. L'essentiel des covoitureurs covoitent de façon informelle avec des collègues ou avec des amis, un conjoint ou un parent. Ce ratio se retrouve sur la plupart des opérations de covoiturage menées. Ce résultat souligne l'importance du travail à réaliser au sein de l'entreprise pour faciliter la mise en relation. Le covoiturage entre collègue est d'autant plus important que l'entreprise est grande. Il devient de ce fait plus difficile dans les petites entreprises.

Près de 20% des covoitureurs covoitent aujourd'hui grâce au dispositif mis en place avec la centrale téléphonique et le site internet. Ce chiffre peut paraître limité mais il augmente fortement parmi les covoitureurs les plus récents. De fait, une fois que tous les covoitureurs désirant le faire ont pu trouver un covoiteur en interne, la marge de progression est faible. Le covoiturage ne peut être véritablement développé qu'avec un dispositif plus formalisé permettant d'élargir la mise en relation à des entreprises voisines.



Répartition des covoitureurs en fonction du taux d'occupation de la voiture

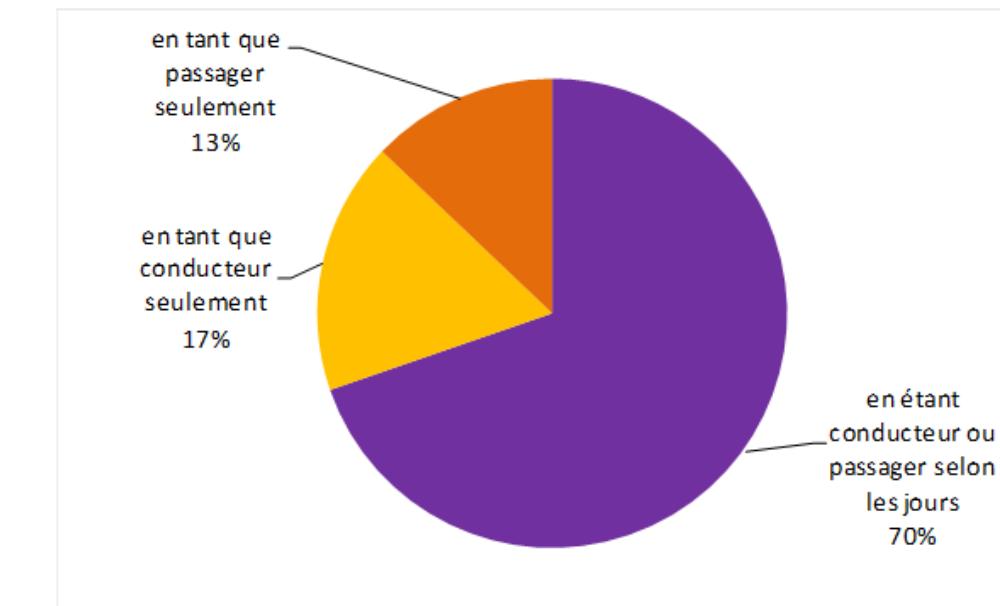
Le taux d'occupation moyen des véhicules de covoitureurs dans les entreprises participant à l'opération est beaucoup plus élevé (2,7) que dans la moyenne de l'ensemble des véhicules de covoitureurs observé aux frontières (2,07). Il semble donc que l'opération ait permis une augmentation du covoiturage mais aussi une intensification de sa pratique avec une pratique trois à quatre fois plus élevée qu'ailleurs.

L'essentiel du covoiturage se déroule en proximité et le conducteur passe prendre son covoiteur chez lui. Dans 10% des cas ils se rejoignent l'un en voiture, l'autre à pied, à vélo ou en transport en commun.

Je passe prendre mon covoiteur chez lui ou il passe chez moi	64	43,5%
Nous nous rejoignons chacun dans notre voiture sur un parking, puis nous covoiturons	40	27,2%
Nous partons de notre domicile	16	10,9%
Je (ou mon covoiteur) rejoins notre lieu de rendez-vous à pied ou à vélo	12	8,2%
Je (ou mon covoiteur) rejoins notre lieu de rendez-vous en transport public	2	1,4%
<b>Total</b>	<b>147</b>	

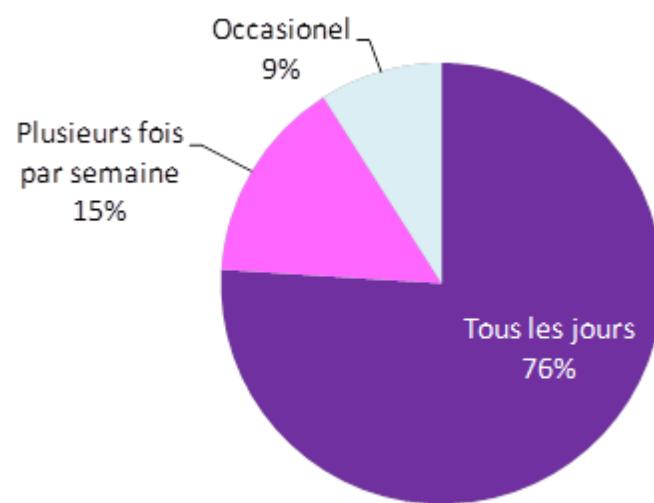
Un équipage sur quatre se retrouve en voiture au point de rendez-vous. De ce fait un covoiteur sur huit a besoin de stationner son véhicule sur un parking intermédiaire. A l'échelle des 43 000 frontaliers, de 20% de covoiturage (8 600 covoitureurs), cela représente un besoin d'environ 1000 places de covoiturage côté France.

Les covoitureurs sont rarement des automobilistes contraints. Dans plus de 70% des cas ils sont alternativement conducteur ou passager, généralement 1 semaine sur 2 ou sur 3. Dans 13% des cas seulement ils sont passagers uniquement, dans 17% des cas conducteur seulement.



#### 2.3.4.7 La fréquence de covoiturage

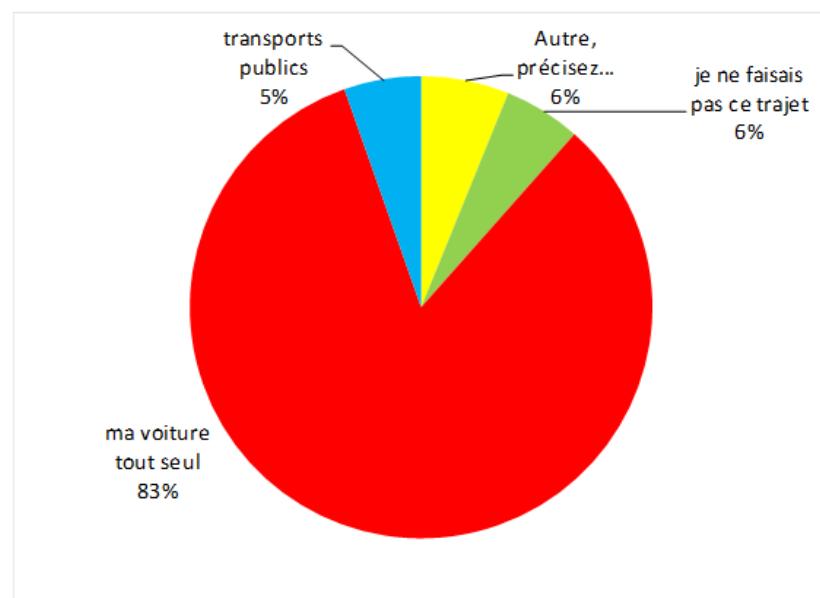
La fréquence de pratique du covoiturage parmi les usagers est très élevée avec 3 covoitureurs sur 4 covoitent tous les jours. Une fois que le pli est pris, le covoiturage se pratique très régulièrement et devient une habitude. Seuls 9% des salariés interrogés ont une pratique seulement occasionnelle.



**Fréquence de covoiturage par les pratiquants**

#### 2.3.4.8 Le profil des covoitureurs

Dans 9 cas sur 10 et sur le même trajet, le covoiteur est un ancien autosoliste. Le report des transports publics vers le covoiturage est un cas relativement rare (5% sur 88%).



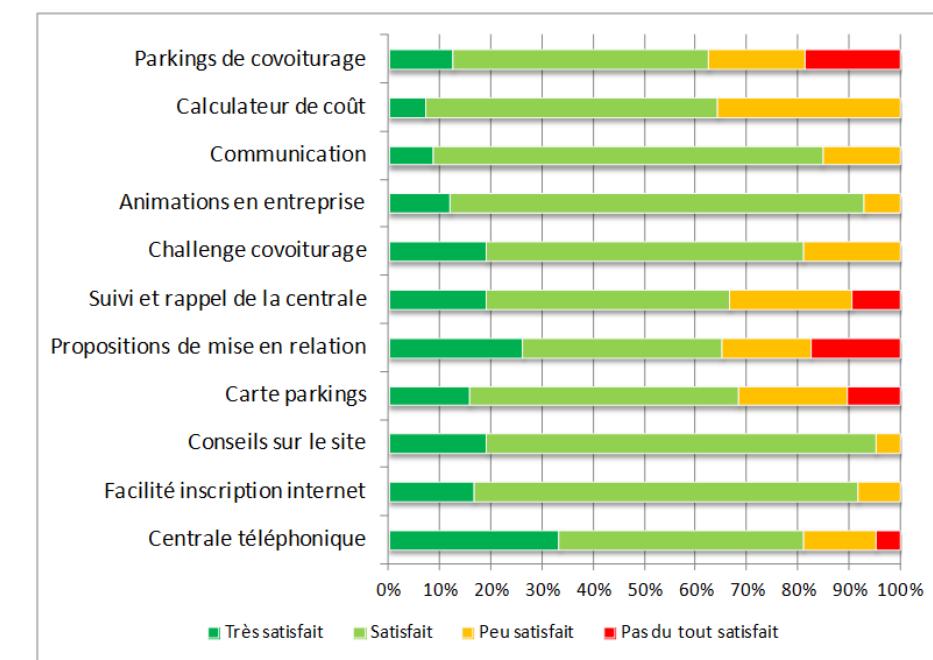
#### 2.3.4.9 La connaissance du dispositif mis en place

Plus de 80% des salariés interrogés ont connaissance du dispositif mis en place sur l'Arc Jurassien. Les modes d'accès à l'information les plus efficaces ont été les animations dans l'entreprise et la distribution des dépliants au sein de l'établissement. Si l'on ajoute le bouche à oreille entre collègues et le challenge inter-établissements, l'entreprise est donc bien le point nodal de l'information (84%).

par les animations dans mon entreprise	233	35,5%
par des dépliants distribués dans mon entreprise	224	34,1%
par le challenge covoiturage	59	9,0%
par des collègues, bouche à oreille	35	5,3%
par la distribution de flyers aux frontières	34	5,2%
par les journaux	27	4,1%
par la radio	27	4,1%
par les associations de frontaliers	23	3,5%
sur internet	12	1,8%
par des animations dans ma commune	7	1,1%
Autres, précisez...	3	0,5%
<b>Total</b>	<b>656</b>	

Les animations dans les communes françaises ont eu un impact relativement limité sur les frontaliers même si elles ont eu un rôle important pour sensibiliser les élus français et toucher les salariés non frontaliers côté France. Le challenge covoiturage a eu un impact non négligeable sur près de 10% des collaborateurs. La presse écrite, radio et les associations de frontaliers ont permis de sensibiliser plus de 10% des salariés. Internet est en revanche un média faible dans l'accès à l'information sur l'opération alors même que les collectivités attachent généralement beaucoup d'importance aux outils techniques sur internet.

Le niveau de satisfaction est globalement bon avec une moyenne de 15% de très satisfaits et 60% de satisfaits. Les trois points les plus satisfaisants ont été les animations en entreprise et la facilité d'inscription sur le site par le biais de la centrale. Le challenge a également fait l'objet d'un bon niveau de satisfaction (80%).



**Analyse des niveaux de satisfaction**

La centrale téléphonique a fait l'objet du plus fort taux de très satisfaits (33%). Les covoitureurs qui ont trouvé en étant rappelés par la centrale ont particulièrement apprécié le contact humain et le fait d'être relancé. Ce qui est encourageant dans la mesure où il s'agissait de la principale singularité de l'opération, même si l'on note aussi près de 20% d'insatisfaction. Le fait de ne pas être rappelé à l'inverse, même si l'opérateur n'a pas trouvé de solution, est vécu très négativement, ce qui souligne l'importance primordiale de garder le contact avec le covoiteur potentiel pour ne pas le décourager, qu'il existe ou non une solution pour lui. Une partie des inscrits n'a malheureusement pas trouvé de solution, ce qui génère 18% de très insatisfaits et près de 18% d'insatisfaits.

Les principales insatisfactions (20% de très insatisfaits et près de 20% d'insatisfaits) sont liés aux parkings : localisation imprécise sur le site, absence de panneaux de signalisation sur le lieu, alors même que les panneaux ont été achetés. L'amélioration des parkings de covoiturage est donc une priorité majeure. Une évaluation de l'ensemble avec une vérification de localisation et un relevé des taux d'occupation a été réalisée.

### 2.3.5 EVALUATION DE L'IMPACT GLOBAL DE L'OPERATION SUR LA PRATIQUE DU COVOITURAGE

De nombreux facteurs internes (changement de poste, d'horaire, de lieu de travail) ou externes (prix des carburants, pratique du covoiturage en France) viennent impacter la pratique du covoiturage. Comme mentionné au début, les facteurs externes (baisse du prix des carburants, augmentation des nouveaux frontaliers moins intégrés dans des réseaux, pratique du covoiturage) ont pesé plutôt négativement sur le contexte global pendant la conduite de l'opération.

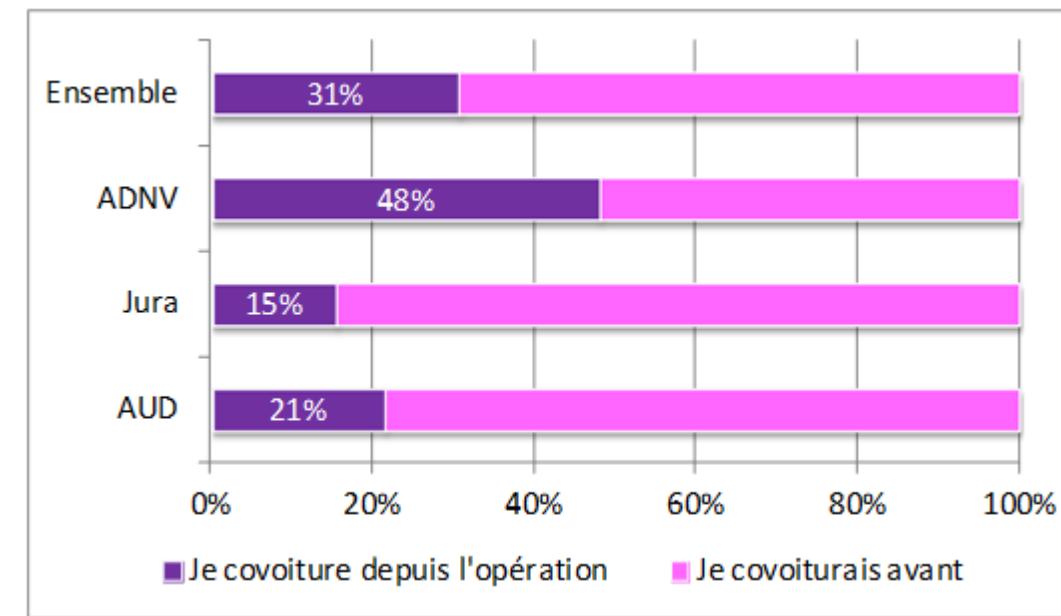
Les résultats montrent pourtant une nette progression de la pratique du covoiturage aux frontières (+7%) même si le périmètre des partenaires de l'opération ne concerne qu'une partie des 43.000 frontaliers (65% environ) et que le nombre de salariés Suisses ou frontaliers touchés ne représentent qu'une partie des emplois du périmètre (16%). Au total l'opération a sans doute touché environ 10% (16% de 65%) des frontaliers.

31% des covoitureurs recensés dans l'enquête covoiturent depuis le début de l'opération. 69% d'entre eux covoituraient déjà avant. Ainsi l'augmentation de pratique a été de 31/69 soit 45% de croissance de la pratique du covoiturage pendant l'opération.

Cette progression est très variable d'un secteur à un autre. L'augmentation est très sensible dans le Nord Vaudois et la Vallée de Joux où la part de nouveaux covoitureurs est de 48% soit 92% d'augmentation. C'est aussi dans ce secteur que nous avons identifié la plus forte part de collaborateurs résidant loin de leur entreprise et donc plus sensibles à l'intérêt du covoiturage. C'est aussi là que l'opération est la plus ancienne (15 mois) et où le nombre d'animations externes a été le plus élevé.

La progression est plus faible dans le Jura avec 15% de nouveaux pratiquants et +18% de pratique. Le potentiel y est par ailleurs plus faible avec une part moins élevée de salariés résidant loin, des entreprises de plus petite taille, moins de difficultés de stationnement et une sensibilité plus tardive aux problématiques de mobilité.

L'agglomération urbaine du Doubs se trouve dans une position intermédiaire avec 21% de nouveaux pratiquants soit 27% de progression. L'opération y est beaucoup plus récente, commencée en octobre, elle s'est juste terminée fin novembre avant l'enquête.



**Part des nouveaux covoitureurs depuis le début de l'opération (Nord Vaudois et Vallée de Joux à l'automne 2012, Jura au printemps 2013 et AUD à l'automne 2013) sur l'ensemble des covoitureurs actuels, par secteurs d'opération.**

Sur les près de 20% de covoitureurs dans les entreprises participantes (3.200 covoitureurs sur les 16.000 salariés des 61 entreprises engagées dans l'opération), 31% soit 1.000 personnes sont des covoitureurs pratiquant depuis le début de l'opération.

Une partie des covoitureurs aurait sans doute covoituré sans l'opération. Par ailleurs une partie des covoitureurs ont aussi arrêté. L'opération a sans doute eu aussi un impact par le biais de la presse, des associations de frontaliers, des animations dans les communes françaises, parmi des salariés d'entreprises non directement engagées dans l'opération.

On peut donc considérer que l'opération a généré autour de 1000 nouveaux covoitureurs. Ce chiffre apparaît assez cohérent avec les +1300 estimés à partir des comptages aux frontières.

Ces 1000 nouveaux covoitureurs ont réduit de 8.3 millions de km les distances parcourues annuellement en voiture sur la base d'un taux de remplissage de 2.5. Ces chiffres représentent une économie de 2,75 M€ en coût complet (0,35 €/km) et 2.0 M€ en coût variable (0,24 €/km) réinjectés dans le pouvoir d'achat des ménages du territoire. L'opération permet en outre une économie annuelle de 1500 tonnes d'émission de CO<sub>2</sub>.

### 3. AUTOMOBILE CLUB D'AIX-EN-PROVENCE ET DU PAYS D'AIX

#### 3.1 PRESENTATION GENERALE

##### 3.1.1 FICHE SIGNALTIQUE

<b>Porteur principal du projet</b>	Automobile Club d'Aix-en-Provence et du Pays d'Aix
<b>Echelle</b>	Bouches-du-Rhône, Hautes-Alpes, et départements limitrophes
<b>Population concernée</b>	Tous les habitants
<b>Type d'urbanisation</b>	Urbain et péri-urbain
<b>Type(s) de covoitfrage ciblés</b>	Tous publics
<b>Date de mise en place</b>	Fin 2006
<b>Partenariat(s) technique(s) et/ou financier(s)</b>	Communauté d'Agglomération d'Aix-en-Provence Région Provence Alpes Côtes d'Azur Conseil Général Bouches-du-Rhône Conseil Général Hautes-Alpes ADEME Caisse d'Epargne Provence-Alpes-Corses

##### 3.1.2 LES PRINCIPALES ETAPES

<b>2006</b>	Volonté de mettre en service un outil de covoitrage à grande échelle
<b>2007</b>	Mise en service du site Internet
<b>2010</b>	Réalisation d'une enquête auprès des inscrits
<b>2014</b>	Gestion du site confiée à l'opérateur Greencove Ecolutis Refonte du site internet en juin

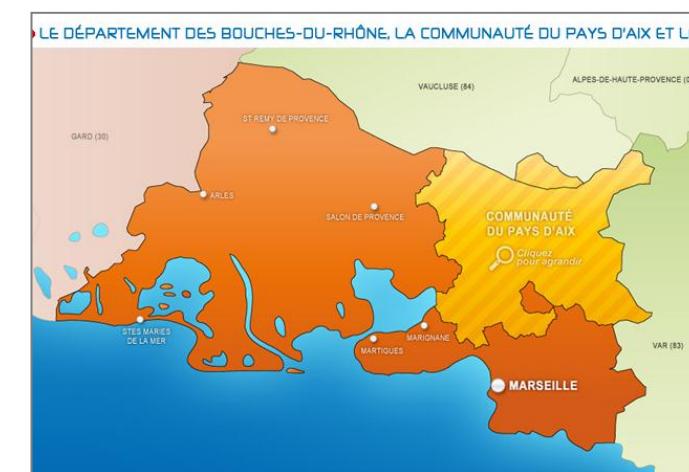
##### 3.1.3 LOCALISATION

Lorsque l'on clique sur l'onglet principal « covoitfrage », on arrive sur cette carte.

Les deux départements colorés en violet et orange, sont interactifs, les autres ne le sont pas.



Clic sur le département Bouches-du-Rhône



En cliquant sur le département Bouches-du-Rhône, on zoomé sur le territoire. La Communauté du Pays d'Aix est colorée en jaune car elle est interactive, le reste du territoire ne l'est pas.



En cliquant sur la Communauté d'Aix, on a un découpage communal. Si on sélectionne une commune, des trajets sont proposés au départ ou à destination de celle-ci.

## 3.2 PRÉSENTATION DU DISPOSITIF

Lancé en 1999 par le Laboratoire d'Espaces Associatifs, le service de covoiturage dédié au Pays d'Aix a été repris en 2006 par l'Automobile Club d'Aix et du Pays d'Aix (ACA). C'est une association qui existe depuis 1957 et qui bénéficie d'un fort ancrage local. Jusqu'en 2006, elle était impliquée exclusivement en matière de sécurité routière, puis, elle a développé, un service de covoiturage. Accompagnée financièrement par la Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix, l'ACA, s'est dotée d'une mission de covoiturage <http://covoiturage.autoclubdax.com/>.

Début 2014, sa gestion a été confiée à un opérateur, Greencove Ecolutis. La société privée gère le réseau 123envoiture.com. Le site de l'ACA est donc référencé sur la plate-forme d'123envoiture.com qui est un site de covoiturage à rayonnement national. Cette intégration au site national permet à l'ACA d'avoir une force de frappe plus importante et permet d'étendre le nombre de contacts. L'avantage pour les utilisateurs est de bénéficier d'un double réseau : local (autoclubdax.com) et national (123envoiture.com). La contre-partie de cette organisation, c'est la réduction du pouvoir décisionnaire de l'ACA et la perte d'autonomie dans la gestion de son site et des bases de données.

Plusieurs actions ont accompagné l'arrivée du site et une politique de covoiturage plus globale s'est progressivement mise en place :

- Gros travail d'animation et de sensibilisation auprès des zones d'activités, des entreprises et de l'ensemble de la population,
- Communication grand public (panneaux Decaux, semaine de la mobilité...),
- Partenariat avec la Communauté d'Aix-en-Provence pour la gratuité des parkings relais et du réseau de transports urbains.

### 3.2.1 LA PLATE FORME DE COVOUTURAGE

#### 3.2.1.1 Les fonctionnalités du site

Sans avoir à s'inscrire, l'usager peut directement chercher un itinéraire en rentrant une origine–destination. Sur la page d'accueil, trois types de services sont proposés :

- Un numéro de téléphone gratuit pour se mettre en relation avec d'autres covoitureurs,
- Le téléchargement de l'application pour Iphone (covoiturage dynamique),
- Un onglet spécialement dédié au covoiturage événementiel.

Concernant les déplacements domicile-travail, le site internet ne propose pas directement d'interface « déplacements domicile-travail ». En revanche, le site incite les entreprises à sensibiliser leurs salariés à la pratique du covoiturage. Il est mis en avant les avantages découlant de l'inscription des salariés sur le site de covoiturage (marketing individualisé pour chaque personne, etc). Notons en effet, que l'ACA propose une garantie de défaillance, qui dédommage en partie le salarié, si ce dernier doit trouver une solution de dernière minute (en cas de désistement d'un covoiteur, ou si ses horaires de travail se prolongent...).



En parallèle de cet onglet à vocation informative, le service informe les entreprises, qu'il existe un réseau inter-entreprises sur l'ensemble du territoire du pays d'Aix auquel chaque entreprise est invitée à adhérer. Ce réseau a pour but de mettre en relation des covoitureurs qui feraient des trajets similaires dans un pôle d'activités. Dans ce cadre, elles proposent aux entreprises d'accompagner leurs salariés dans la recherche de covoitureurs en phase avec leurs besoins. Ainsi, l'ACA, lorsqu'elle a reçu le dossier d'inscription du salarié, elle met en relation ce dernier avec d'autres salariés de la zone d'activités. Aujourd'hui 1 200 salariés du Pays d'Aix utilisent ce mode de transport.

Figurent dans les entreprises adhérentes (soit 10 000 salariés concernés) :

- Caisse d'Epargne Provence Alpes Corses
- St Microelectronics
- DIREN PACA
- CEMAGREF
- Mairie du Tholonet
- CEA de Cadarache
- AREVA
- PDE Lavéra : Ineos, aptachimie, Arkema
- ATMEL
- CPAM des Bouches-du-Rhône
- RTM 13
- Ville de Gap
- Maison de l'Emploi des Hautes-Alpes

Figurent dans les pôles d'activités adhérents (soit 26 000 salariés concernés) :

- Pôle d'Activités d'Aix-en-Provence,
- Groupement des Industries de la Haute Vallée de l'Arc,
- ARTEPARC Meyreuil.

Le site propose aussi aux covoitureurs de chercher ou proposer un itinéraire en lien avec un évènement. Par le biais de partenariats avec les organisateurs d'évènements locaux, l'administrateur du site peut les créer dans la base de données. L'utilisateur peut se servir d'un moteur de recherche avec une saisie par mot-clé, département ou catégorie. Une autre possibilité est offerte aux utilisateurs et consiste en la création d'évènements confidentiels (fête privée). Ainsi, le visiteur arrive sur cette interface :

The screenshot shows a search interface for events. On the left, there's a sidebar with links like 'COVOITURAGE', 'RECHERCHER UN TRAJET', 'INSCRIPTION GRATUITE', 'LE COVOITURAGE', 'ECO CALCULETTE', 'AIRES DE COVOITURAGE', 'EVÉNEMENTS' (highlighted in red), 'ENTREPRISES & COLLECTIVITÉS', 'PARTENAIRES & ADHÉRENTS', 'LIENS UTILES', and 'CONTACT & SUGGESTION'. Below this is a 'PARTAGER CETTE PAGE' button with social media icons. The main area has a header 'Liste des événements' with a sub-header 'VOUS SOUHAITEZ PROPOSER UN ÉVÉNEMENT ? AJOUTEZ-LE !'. It includes fields for 'Rechercher un événement' (Mot(s) clé(s), OU département, OU catégorie) and a 'RECHERCHER' button. To the right is a 'GRATUITÉ' section with 'Inscription, Renseignements' and a 'COVOITURAGE DYNAMIQUE' app download link. At the bottom is a 'Liste des événements' table with columns: Visuel, Événement, Date, Ville, Type. Examples shown include 'FÊTE AURELIE YOAN 25 AVRIL', 'Les Jardins d'ALBERTAS', 'Sème Trail de l'Escale', and 'Festival d'Aix-en-Provence'. A sidebar on the right explains the 'INSCRIPTION GRATUITE' service.

Interface pour le covoiturage événementiel

Le site fournit par ailleurs un grand nombre d'informations parmi lesquelles :

- Une présentation du covoiturage (avantages, mode d'emploi, assurances, charte du covoiturage, partage et calcul des frais),
- Un éco-calculette,
- Des aires de covoiturage,
- Une liste des parcs relais gratuits,
- Une présentation des partenaires et adhérents,
- Des liens utiles vers des centrales de mobilité à l'échelle des Bouches-du-Rhône (lepilote.com) et de l'agglomération d'Aix (aixenbus.com), MétéoFrance, Bison Futé, l'Office du Tourisme d'Aix-en-Provence, la Ville d'Aix-en-Provence, la Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix, LINEA, l'éco-conduite, et Drive Pad (solution web qui permet de gérer l'entretien de son véhicule grâce à une alerte donnée par Drive Pad et celui-ci propose des devis de garages près de chez l'utilisateur),
- Un album photo des animations faites par l'ACA (Centre Hospitalier, Mobipole) et le renvoi vers un formulaire de contact.

L'argument économique est mis en place avec la calculette créée par l'ADEME. En indiquant la consommation du véhicule, le coût du carburant et le nombre de personnes occupant la voiture, il est possible de connaître le taux d'émissions de GES et surtout il est possible de connaître les économies réalisées en faisant du covoiturage. Dans la même veine, un lien vers un calculateur ADEME existe, afin de connaître le coût engendré par la possession d'un véhicule motorisé. En juin 2014, GreenCove prévoit une refonte du site internet afin d'en simplifier l'usage et de le rendre plus ergonomique.

The screenshot shows a 'Calculette écologique' page. At the top right is a phone number '04 42 214 214' and a 'MISE EN RELATION GRATUITE' button. The main area has a header 'COVOITURAGE' and 'Calculette écologique'. It includes a 'Comment calculer ses émissions de CO<sub>2</sub>?' section with steps: 'Le plus simple est de partir sur une base de 7L/100 km (suivant véhicule) => On rapporte ce chiffre au nombre de km (K) du trajet : (K x 7)/100.', 'On multiplie par le coût moyen du carburant => on obtient le coût carburant du trajet.', 'On ajoute le coût éventuel des péages.', 'On divise le total par le nombre de personnes dans la voiture, conducteur compris.' Below this is a note: 'Les informations indiquées par \* sont obligatoires.' The form fields include 'Consommation du véhicule', 'Emissions de CO<sub>2</sub> du véhicule', 'Prix du carburant', 'Nombre de kilomètres par trajet', and 'Nombre de personnes dans le véhicule (dont vous)'. A sidebar on the right explains the 'INSCRIPTION GRATUITE' service.

Interface éco calculette

### 3.2.1.2 La Charte du covoiturage

Au moment de l'inscription, chacun (conducteur ou passager) s'engage à respecter la charte édictée par l'ACA. Le conducteur quant à lui doit justifier de son permis de conduire, son assurance et du contrôle technique de son véhicule. Les conducteurs et les passagers sont donc responsabilisés et engagés à un respect mutuel.

L'ACA organise un service de mise en relation entre particuliers aux fins de coordination d'informations destinées au fonctionnement d'un covoiturage.

Il est expressément rappelé qu'en aucune manière l'ACA ne saurait se substituer aux Pouvoirs Publics ni garantir le fonctionnement effectif durable et fiable du covoiturage qui dépend uniquement de ses participants ; l'intervention de l'ACA est strictement limitée à la mise en œuvre et au regroupement d'informations et aux actions de sensibilisation du Public pour encourager promouvoir et permettre le fonctionnement d'un covoiturage uniquement entre particuliers.

L'ACA n'est pas en tant que tel organisateur de transport et n'a pas vocation à assumer la vérification du respect de l'ensemble des obligations incombant aux parties en suite de cette mise en relation.

En aucune manière l'ACA ne saurait souscrire à une obligation de sécurité ni de résultat à l'égard des participants qui sont seuls responsables de leurs engagements réciproques ;

L'ACA n'interviendra pas en cas de litige entre participants pour quelque cause et à quelque titre que ce soit, de la même manière l'ACA ne saurait être tenu pour responsable en cas d'infractions au code de la route ou autres qui pourraient être commises par les participants notamment en cas de vol, dommage, disparition ou détérioration d'objets ou agression physique ou morale.

Chaque participant accepte du seul fait de son inscription par clé électronique ou par écrit que l'accès aux informations du service de mise en relation et leur utilisation en vue du covoiturage et plus généralement sa participation au covoiturage soient effectués à ses risques et périls et sous sa seule et entière responsabilité.

Il est rappelé que le covoiturage ne peut être considéré ni comme un service public ni comme une activité commerciale n'étant qu'une alternative spontanée et réciproque des participants aux problèmes financiers et aux difficultés de circulation rencontrées pour se rendre quotidiennement à son travail et revenir à son domicile ; à ce titre aucune garantie de fiabilité ni de régularité des participants ne pourra être exigée ; chacun se réservant le droit de ne pas accepter le ou les autres participants sans être tenu à aucune obligation que ce soit.

Les conducteurs et les passagers conviennent entre eux des horaires, du lieu de rencontre et du partage des frais de route ils s'engagent à respecter les horaires fixés au préalable. En cas d'annulation ou de changement d'horaires le passager, comme le conducteur, doit prévenir ses compagnons de route le plus rapidement possible sans que l'ACA ne puisse être tenu pour responsable pour quelque cause et à quelque titre que ce soit.

Chaque participant est libre de refuser tout animal et d'interdire de fumer.

L'utilisation du service est rigoureusement interdite aux mineurs non accompagnés de leurs parents lesquels sont responsables de la participation de leurs enfants à leurs risques et périls sans que l'ACA ne puisse être tenu pour responsable pour quelque cause et à quelque titre que ce soit en cas de participation frauduleuse.

Le participant s'interdit de vendre, louer ou commercialiser d'une façon quelconque l'accès au service ou son utilisation et sa participation.

L'inscription au service et la participation au covoiturage entraînent de plein droit l'acceptation sans réserve au présent règlement.

L'ACA se réserve la possibilité d'exclure tout participant sur les listes de la base de données de façon

discrétionnaire et sans préavis.

Le covoiturage n'est pas un service de transport payant mais une mise en relation entre particuliers dans le but de mettre en commun des moyens de transport et de partager les frais pour emprunter le même itinéraire pour se rendre à son travail et retourner à son domicile ; en aucun cas les informations de covoiturage ne devront servir ni à une entreprise de transport à titre professionnel et payant ni en dehors du cadre strict d'un trajet travail.

L'ACA ne saurait garantir le fonctionnement du covoiturage qui dépend uniquement de l'attitude, de la rigueur et de la courtoisie de chacun des participants ainsi que de la disponibilité et du fonctionnement fiable des véhicules et des conditions de circulation de sorte que le covoiturage ne saurait se substituer aux services de transports traditionnels et notamment les taxis et compte un aléa dont il doit être tenu compte et dont l'ACA ne saurait être tenu pour responsable pour quelque cause et à quelque titre que ce soit.

### Extrait de la charte

## 3.2.2 LES SERVICES AUX COVOITUREURS

### 3.2.2.1 Les parkings de covoiturage

Le panneau ci-dessous est implanté dans les parkings de covoiturage. Par ce système de reconnaissance, le covoitureur sait qu'il se situe sur un parking référencé où il est habilité à laisser son véhicule stationné.



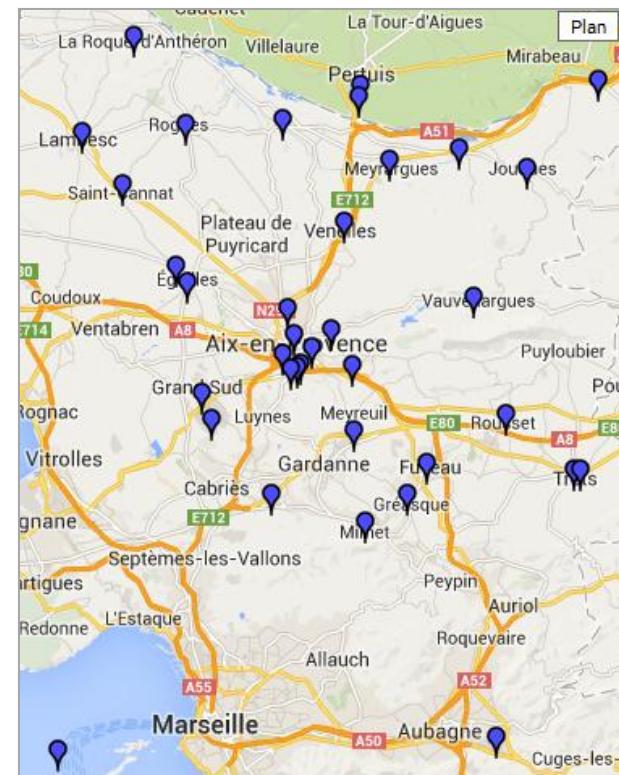
Panneau signalétique et parking de covoiturage

La carte ci-dessous, utilisée lors des animations en entreprise, localise les aires de covoiturage. Elles se situent principalement à Aix-en-Provence et sont ensuite disséminées sur un axe Nord/Sud.



Carte des aires de covoiturage présentées en animation

La carte ci-contre, disponible sur le site internet indique les aires de covoiturage.



Carte des aires de covoiturage sur le site internet

### 3.2.2.2 Les parkings relais

Dès lors que l'usager se déclare adhérent au réseau de covoiturage et transporte au moins deux personnes (y compris lui) dans son véhicule, il peut accéder gratuitement aux parkings relais d'Aix-en-Provence (3) et de Gap (4).

A Aix-en-Provence, la gratuité du bus est également valable pour les adhérents du réseau de covoiturage de l'ACA. Cette offre est valable les jours ouvrés de 6h30 à 21h. Les covoitureurs, en se présentant au parking de covoiturage, reçoivent un titre de transport pour la journée qui leur donne accès au réseau de bus urbain d'Aix en Provence.

La démarche consiste à s'inscrire sur le site internet de l'ACA afin de recevoir un macaron et une carte d'adhérent, garants de l'accès gratuit aux P+R.

L'interface web de l'ACA Covoiturage propose diverses fonctionnalités :

- COVOITURAGE**: RECHERCHER UN TRAJET, INSCRIPTION GRATUITE, LE COVOITURAGE, ECO CALCULETTE, AIRES DE COVOITURAGE.
- PARCS RELAIS GRATUITS**: Les parcs relais d'Aix en Provence, Les parcs relais dans les Hautes Alpes.
- ÉVÉNEMENTS**, ENTREPRISES ET COLLECTIVITÉS, PARTENAIRES ET ADHÉRENTS, LIENS UTILES, 2014, QUELQUES PHOTOS, CONTACT / SUGGESTIONS.
- Parcs Relais "Krypton", "Hauts de Brunet" & "Route des Alpes", gratuits à Aix-en-Provence**
- Trajet groupé, budget partagé** (illustration d'un véhicule avec plusieurs personnes à l'intérieur)
- 19196 inscrits**
- STAGES RÉCUPÉRATION DE POINTS DU PERMIS** (illustration d'un permis de conduire)
- En effet, la Communauté du Pays d'Aix, l'Automobile Club d'Aix-en-Provence et du Pays d'Aix et Aix en Bus vous offrent l'opportunité de bénéficier du stationnement dans les Parc relais et de voyager sur le réseau aixois de manière gratuite.**

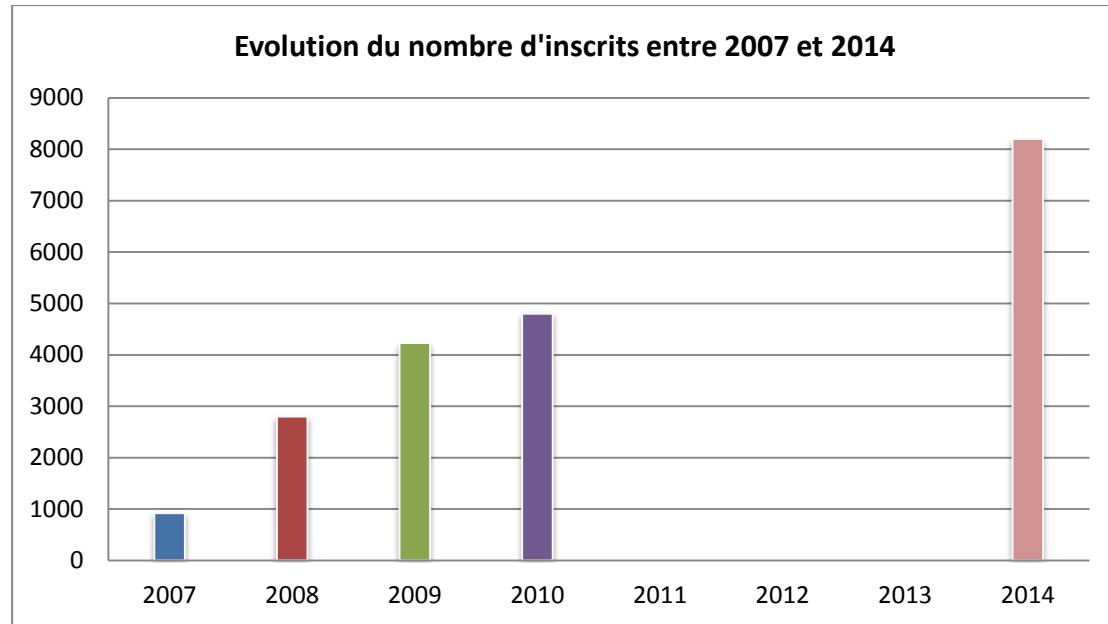
Interface pour la présentation de l'accès aux parcs relais

### 3.2.2.3 Applications mobiles

Une application mobile est disponible sur iPhone. Elle est récente. Il n'y a donc pas encore de retour sur son utilisation.

### 3.2.2.4 Le nombre d'inscrits au site de covoiturage

Il y a actuellement 8 200 inscrits sur le site de covoiturage d'Automobile Club d'Aix en Provence, et 19 000 inscrits sur le site 1,2,3 en voiture auquel il est rattaché.



### 3.2.3 L'ANIMATION

#### 3.2.3.1 Le lien avec les démarches de PDE et PDIE

L'ACA est très présente dans les entreprises telles que ST Micro Electronics, l'Hôpital d'Aix en Provence, le CEA de Cadarache, etc. et y mène des activités de sensibilisation au covoiturage.

Afin d'avoir un retour qualitatif sur les inscrits au sein des entreprises, l'ACA a mené une enquête en 2010 dont les résultats seront approfondis plus loin.

#### 3.2.3.2 La communication grand public

Des affiches dans les panneaux Decaux sont régulièrement installées. L'ACA utilise d'autres médias comme la presse et la radio via Radio France Bleu Provence.



Affiche de la campagne de communication

### 3.3 LES ELEMENTS FINANCIERS

Le budget annuel s'établit à 71 k€ et il est équilibré. Les deux postes de dépenses les plus importants sont :

- Les charges de personnel (une personne est embauchée à plein temps),
- Le fonctionnement et la maintenance de la plate-forme de covoiturage (13 000 €).

PLAN DE FINANCEMENT	
Budget Dépenses	
- Secrétariat	1 000 €
- Préparation, repérage	5 000 €
- Imprimerie (affiche Decaux,flyers, documents entreprises)	5 000 €
- Sérigraphie, cadeaux	1 000 €
- Réunions Chefs d'entreprise	1 000 €
- Maintenance et achat logiciels, migration de la plate forme de covoiturage	13 000 €
- Achat de panneaux pour parking covoiturage	2 000 €
- Com. Radio-France Bleu Provence, La Provence	1 000 €
- Société de Communication	8 000 €
- Personnel	30 000 €
- Télécom	1 000 €
- Expert comptable, Commissaire aux comptes	2 000 €
- Assurances	500 €
- Divers	500 €
<b>TOTAL</b>	<b>71 000 €</b>

PLAN DE FINANCEMENT	
Budget Recettes	
- Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix	20 000 €
- Conseil Général 13	10 000 €
- Entreprises adhérentes	30 000 €
- Automobile Club d'Aix-en-Provence	11 000 €
<b>TOTAL</b>	<b>71 000 €</b>

Source : [Agglo-paysdaix.fr](http://Agglo-paysdaix.fr)

### 3.4 LES RESULTATS

#### 3.4.1 ENQUETE DE 2010 AUPRES DES INSCRITS AU SITE

##### 3.4.1.1 Caractéristiques des covoitureurs inscrits

Une enquête a été envoyée par mail à l'ensemble des inscrits sur le site du covoiturage de l'ACA. 248 personnes ont répondu, soit un taux de retour faible de 5%.

- Géolocalisation des inscrits :
  - Bouches-du-Rhône (66.4% des inscrits),
  - Var (6.8% des inscrits),
  - Vaucluse (6.3% des inscrits),
  - Alpes de Haute Provence (2.8%).
- Principales villes de résidence des inscrits :
  - Aix-en-Provence (21% des membres),
  - Marseille (10% des membres),
  - Pertuis (2% des membres),
  - Venelles (1% des membres).
- Genre :
  - 48% de femmes,
  - 52% d'hommes.
- Tranches d'âges :
  - 1% de 0-17 ans,
  - 28% de 17-25 ans,
  - 32% de 25-35 ans,
  - 29% de 35-50 ans,
  - 10% de plus de 50 ans.

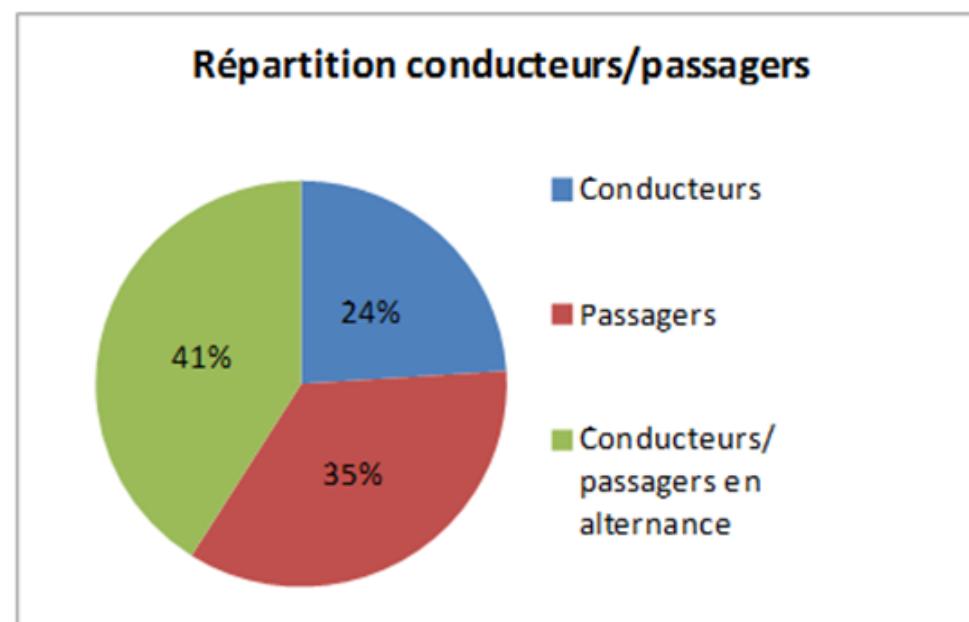
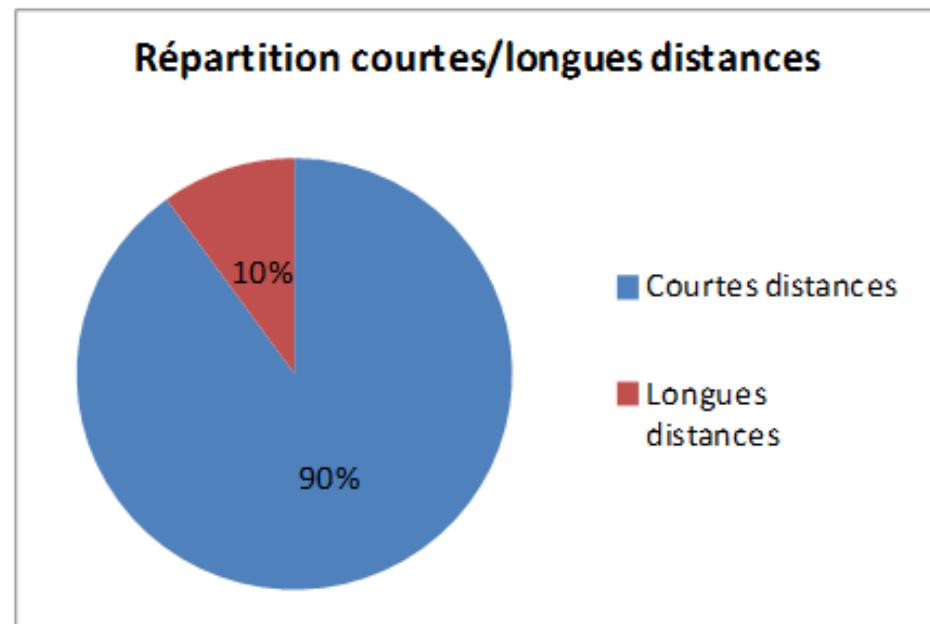
Les recettes sont obtenues par différents financements publics et privés :

- 2 000 € sont attribués par la ville d'Aix-en-Provence,
- 15 000 € sont versés par le Conseil Général des Bouches-du-Rhône,
- 30 000 € réunis auprès de l'ensemble des entreprises adhérentes.

En janvier 2014, une décision communautaire a été prise par la Communauté d'Agglomération d'Aix, votant une subvention de 20 000 € au titre du service de covoiturage (et 25 000 € au titre de l'action de sécurité routière).

### 3.4.1.2 Caractéristiques des trajets indiqués à l'inscription

Le site référence une grande majorité de courtes distances. Les longues distances font référence aux trajets sortants de la région PACA. Plus de 41% des usagers se sont positionnés sur une alternance de statut entre conducteur et passager.



### 3.4.2 ENQUETE DE 2010 MENEE AUPRES DES INSCRITS DANS LE CADRE DE PDE

#### 3.4.2.1 Typologie des répondants

La répartition homme/femme est relativement équitable (48% de femmes et 52% d'hommes). L'âge des individus ayant répondu au questionnaire s'étale entre 18 et 68 ans avec une moyenne de 42 ans. La catégorie socio-professionnelle est également bien répartie puisque 43% des répondants sont des cadres et 57% des techniciens.

#### 3.4.2.2 Covoiturage effectif

Sur la totalité des répondants 28% affirment pratiquer le covoiturage. 72% se sont inscrits sur le site mais déclarent ne pas utiliser le covoiturage dans leurs déplacements quotidiens.

Les principales raisons qui sont mentionnées par les personnes n'étant pas passées à l'acte sont :

- Le manque d'informations sur la pratique en elle-même et sur l'offre de covoiturage proposée par le site internet (cité par 17% des répondants)
- Le manque de connaissance des points de ralliement (cité par 18% des répondants),
- Les contraintes liées au covoiturage en lui-même (citées par 65% des répondants),

On voit donc que l'information est un point clef dans les marges de progression de la pratique. Par ailleurs, 25% des personnes déclarant pratiquer le covoiturage estiment être mal informés sur la pratique et sur l'offre proposée par l'ACA. 27% estiment être moyennement informés et 48% bien informés.

#### 3.4.2.3 Habitudes liées au covoiturage

Parmi les personnes inscrites sur le site qui pratiquent effectivement le covoiturage :

- 69% d'entre elles covoiturent pour des trajets quotidiens, liés aux déplacements domicile-travail,
- 25% affirment covoiter au moins une fois par semaine,
- 42% des répondants déclarent former un covoiturage dual : 32% forment des équipages de 3 personnes et 28% sont quatre dans le véhicule.

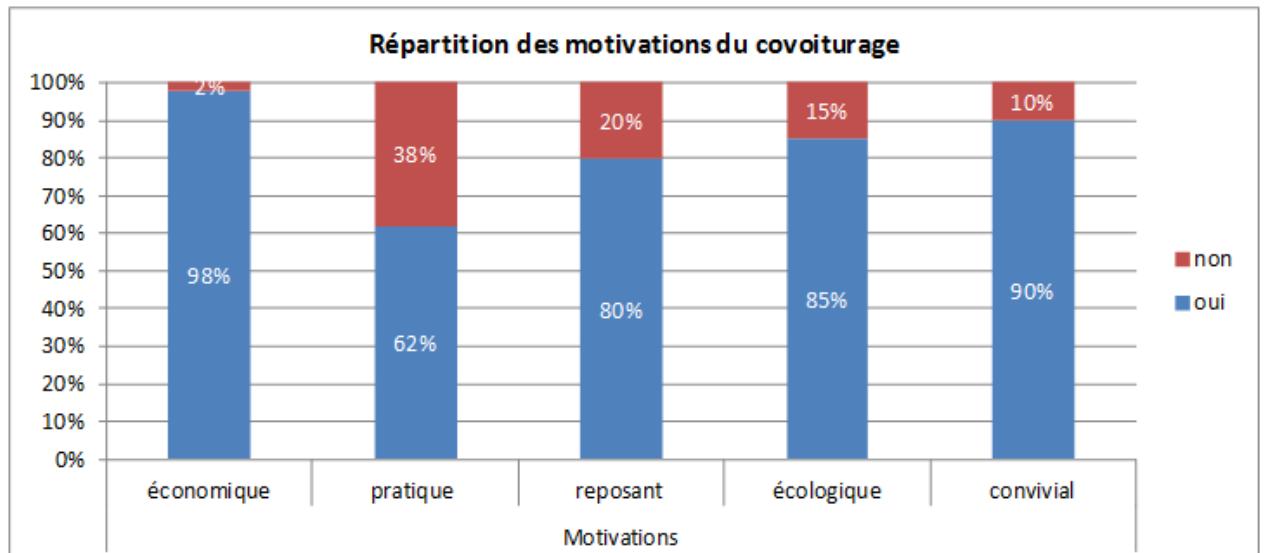
On peut noter que les covoitureurs essaient d'optimiser, pour une grande partie d'entre eux, leur déplacement en remplittant leur voiture. Les distances parcourues font en moyenne 88 kilomètres pour un trajet aller/retour.

#### 3.4.2.4 Difficultés rencontrées et freins au covoiturage

- La difficulté la plus citée est celle liée aux activités après le travail. En effet, covoiter implique de se rendre à la même destination au trajet retour. Or, les enquêtés déclarent être contraints dans l'exercice d'une activité postérieure au travail.
- La seconde contrainte évoquée fait référence à un sentiment de privation de liberté de déplacement. Cette idée corrèle l'idée précédemment évoquée.
- La dernière est relative aux contraintes horaires imposées par un trajet partagé.

### 3.4.2.5 Motivations pour covoiturer

- Dans les raisons évoquées par les enquêtés sur leur passage à l'acte on retrouve :
  - L'intervention des animateurs de l'ACA dans le processus de sensibilisation,
  - La fatigue engendrée par les déplacements quotidiens,
  - L'incitation de l'entourage et partage d'expériences de celui-ci,
  - Les problèmes de transport (grève, congestion, etc.).
- Dans les motivations évoquées, on retrouve principalement :
  - L'aspect économique,
  - La convivialité,
  - Le souci de protection environnementale.



### 3.4.2.6 Perspective d'optimisation de la pratique au sein des entreprises

A l'issue de l'enquête, en 2010, le covoiturage dynamique avait été cité comme axe de développement. Son intérêt principal tient à la mise en contact immédiate des covoitureurs et donc la réponse à des besoins en temps « quasi réel ».

Ainsi, l'ACA a mis en place la possibilité de télécharger l'application Iphone avec un mode d'utilisation simple : scan du code barre.

Si le covoiturage dynamique est amorcé, il reste cependant à le développer.

### 4.1.3 LOCALISATION

## 4. RENNES METROPOLE

### 4.1 PRESENTATION GENERALE

#### 4.1.1 FICHE SIGNALETIQUE

<b>Porteur principal du projet</b>	Rennes Métropole et Covoiturage+
<b>Echelle</b>	43 communes
<b>Population concernée</b>	415 000 habitants
<b>Type d'urbanisation</b>	Urbain et Péri-urbain
<b>Type(s) de covoiturage ciblés</b>	A l'origine, domicile-travail surtout puis extension à tous les types de covoiturage
<b>Date de mise en place</b>	1997
<b>Partenariat(s) technique(s) et/ou financier(s)</b>	-



Source : Commune du Verger

#### Les 43 communes de Rennes Métropole

#### 4.1.2 LES PRINCIPALES ETAPES

<b>1997</b>	Création de l'association « Autostop Bretagne »
<b>2002</b>	Création de l'association « Covoiturage+ »
<b>2012</b>	Mise en service du nouveau site Internet
<b>2013</b>	Création de la marque « éhop »

## 4.2 PRÉSENTATION DU DISPOSITIF

Avec la création de l'association Autostop Bretagne en 1997, et ainsi qu'en témoignent les initiatives prises par ailleurs par les Départements du Finistère et du Morbihan, la région a été précurseur en France en matière de covoiturage.

En 2002, avec le soutien de plusieurs collectivités locales, se crée l'association Covoiturage+ dont la mission consiste à développer le covoiturage pour les trajets domicile-travail dans le département de l'Ille et Vilaine.

A partir de 2004 de son côté, Rennes Métropole, en tant qu'autorité organisatrice des transports sur l'agglomération, met à disposition des entreprises, des administrations et des établissements scolaires un service internalisé de conseil en mobilité et encourage et accompagne la mise en œuvre de plans de déplacements.

Pour développer le covoiturage sur son territoire, et en particulier pour les déplacements domicile-travail, l'agglomération s'appuie sur les services de l'association.

Le partenariat est très étroit mais il ne relève pas d'une relation contractuelle sous forme d'un marché. Le lien est celui plus classique et moins formalisé d'un soutien financier d'une collectivité à une association, avec des objectifs assez généraux et l'obligation d'établir chaque année un bilan d'activité.

Le dispositif rennais se caractérise :

- Par une répartition assez nette des tâches entre l'agglomération qui gère le conseil en mobilité et une association partiellement indépendante (elle l'est statutairement mais elle est au moins en partie financièrement dépendante) qui gère les services de covoiturage,
- Par une approche originale de la mise en relation, qui s'appuie à la fois sur une plate forme de covoiturage et sur des interventions humaines.

### 4.2.1 LA PLATE FORME DE COVOITURAGE

#### 4.2.1.1 Les fonctionnalités du site

Le site a été conçu par RoulezMalin et il est géré de façon provisoire par Covivo suite à la disparition de RoulezMalin et en attendant l'attribution d'un nouveau marché.

La page d'accueil du site affiche très clairement la dimension départementale du site et son ciblage sur les déplacements domicile-travail (bandeau du haut).

Sont également mis en valeur, ne serait-ce que par la taille des polices, le lien vers la procédure d'inscription, le numéro de téléphone du standard et le nombre d'inscrits.



Page d'accueil du site Internet

Le site fournit par ailleurs un grand nombre d'informations parmi lesquelles :

- Des données sur le covoiturage,
- Un argumentaire sur l'intérêt de covoiturer,
- Le détail des services proposés (pour les entreprises et pour les collectivités),
- Une FAQ,
- Une charte de bonne conduite,
- Des conditions générales d'utilisation,
- Un éco-calculateur,
- L'accès à des supports de communication téléchargeables,
- L'accès aux anciennes newsletters et un module d'abonnement pour recevoir les prochaines,
- Un livre d'or,
- La liste des adhérents (collectivités et entreprises),
- L'affichage d'un partenariat avec un courtier en assurance,
- Des liens vers les pages Twitter et Facebook de l'association,
- La possibilité de s'abonner à un flux RSS.

### **Charte de bonne conduite à l'usage des adhérents de Covoiturage+**

#### **Préambule**

Ce service internet est mis à disposition gratuitement par l'association Covoiturage+. Ce site permet de mettre en relation des conducteurs et des passagers se déplaçant dans une même direction et désireux de partager un même véhicule. Ce site a vocation à s'appliquer aussi bien sur des trajets du territoire de Rennes Métropole ou au-delà, que les trajets soient réguliers ou uniques.

#### **Il est rappelé que l'utilisation de ce site est réservée aux personnes majeures.**

Afin que tous les covoitureurs partagent leurs trajets dans la bonne humeur et avec des personnes de confiance, Covoiturage + s'engage à faire signer cette charte à ses adhérents afin que les règles du covoiturage soient respectées. Cette charte illustre le comportement loyal et responsable que doit adopter toute personne désirant utiliser le site internet. Son respect doit s'imposer naturellement à tous, dans l'intérêt de l'ensemble des utilisateurs du site.

#### **L'engagement de l'ensemble des covoitureurs (conducteurs et passagers)**

Les covoitureurs acceptent de prendre toutes les mesures de sécurité qui s'imposent, de propreté et de respect des autres utilisateurs. Ils acceptent également de respecter l'ensemble des réglementations en vigueur. Tous les covoitureurs utilisant le site de Covoiturage + s'engagent à respecter les heures de rendez-vous prévues pour les trajets.

Toute modification d'horaire ou désistement entraînant des conséquences importantes sur le planning des autres covoitureurs, il est important de les signaler le plus rapidement possible à Covoiturage + afin qu'une solution puisse être trouvée.

Les covoitureurs déterminent avant le départ, notamment :

- les conditions de participation aux frais ;
- l'heure et le lieu de rendez-vous ;
- le lieu de dépôt ;
- le nombre de personnes ;
- l'acceptation ou non de la présence d'animaux ;
- l'autorisation ou non de fumer ;
- l'autorisation ou non d'utiliser un téléphone portable au cours du trajet par le passager ;
- ou toute autre modalité de trajet spécifique.

De manière générale, les utilisateurs du covoiturage se soumettent à une obligation de ponctualité, s'engagent à ne transporter aucune substance illicite ou dangereuse et à adopter en toute circonstance un comportement respectueux et responsable.

#### **L'engagement du conducteur**

Le conducteur s'engage à :

- ne demander à ses passagers aucune rémunération excédant le montant des frais réellement subis ;
- garantir que son véhicule est en parfait état d'usage et d'entretien, que les contrôles techniques de sécurité sont effectués en conformité avec la réglementation en vigueur ;
- garantir que son véhicule fait l'objet d'un contrat d'assurance au titre de la garantie obligatoire de responsabilité civile, puisque celui-ci couvre alors automatiquement les passagers transportés ;
- avoir informé son assurance et éventuellement sollicité une extension d'usage pour la pratique du covoiturage sur le trajet domicile-travail et/ou travail-domicile (cette extension n'entraîne pas de surcoût).
- conduire avec la prudence d'un bon père de famille dans le respect du Code de la Route ;
- signaler immédiatement à Covoiturage + tout changement de situation mettant en cause sa qualité de covoiteur (ex : retrait de permis, assurance du véhicule...) ;
- à présenter son permis de conduire ainsi que les documents d'assurance du véhicule avant tout trajet en covoiturage à la demande d'un passager ;
- à respecter la DRH-RA-002 (document interne à la SNCF) si le covoiteur est un agent de la SNCF.

L'association rappelle que le conducteur est seul responsable de sa conduite.

#### **L'engagement du passager**

Le passager s'engage à remettre à son chauffeur les indemnités kilométriques correspondant au trajet fixé initialement en cas de non alternance de la voiture, ne pas adopter un comportement compromettant la sécurité au sein du véhicule, notamment ne pas gêner le conducteur durant le trajet et être en état de sobriété et respecter le véhicule dans lequel il voyage et indemniser en cas de dommage ou faire intervenir sa responsabilité civile.

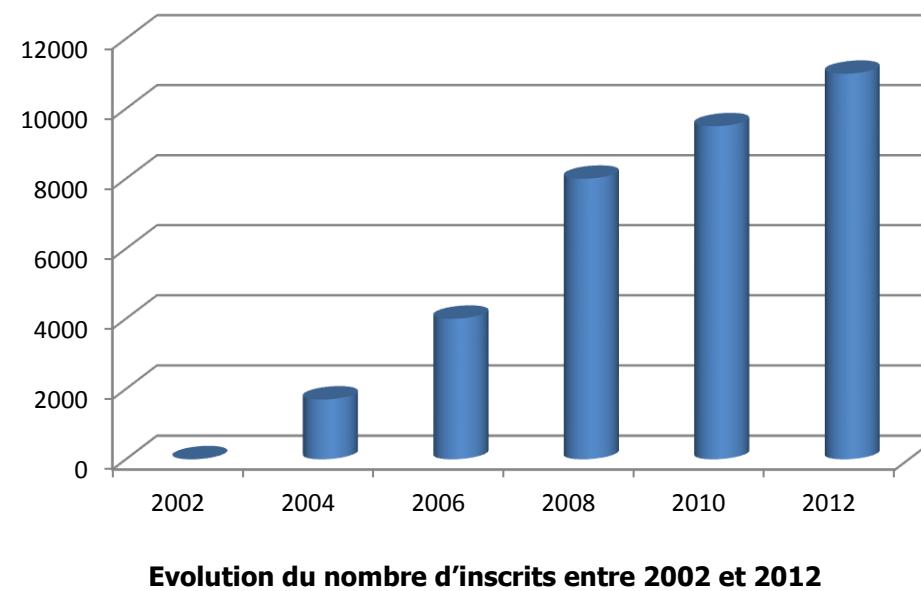
#### **Décharge de responsabilité de Covoiturage Plus**

Vous reconnaissiez que comme tout service de mise en relation de personnes, le covoiturage peut comporter certains risques. Vous utilisez le service sous votre seule et entière responsabilité ce qui exclut toute prise en charge de garanties ou responsabilités de la part de l'association Covoiturage+ (en particulier en cas de dommage, accident ou vol survenant lors d'un voyage). L'acceptation de cette charte implique le respect des obligations et l'acceptation des conditions générales d'utilisations consultables dans les mentions légales (lien). L'utilisateur est informé que le site a fait l'objet d'une déclaration auprès de la CNIL, conformément à la loi 78-170 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, telle que modifiée par la loi n°2004-801 du 6 août 2004. En cas de manquement à la présente charte par un utilisateur, Covoiturage+ se réserve le droit de l'accès à son compte ou de supprimer ce dernier.

#### **La charte**

#### 4.2.1.2 Le nombre d'inscrits au site de covoiturage

Il y a actuellement 11 300 inscrits sur le site de covoiturage. La progression a été très forte jusqu'en 2008. Elle s'est un peu ralentie ensuite.



#### 4.2.2 L'ANIMATION

##### 4.2.2.1 Le lien avec les démarches de PDIE

Rennes Métropole mène une politique ambitieuse d'animation sur ses différentes zones d'activités dont profite évidemment l'action covoiturage.

Dans le cadre de la mise en place d'Ehop, deux groupes (entreprises et collectivités) ont été créés pour contribuer à assurer une évolution de l'offre qui soit en adéquation avec les besoins du terrain et les changements d'usages. L'objectif est d'offrir une offre structurée et planifiée pour chaque cible alliant la sensibilisation individuelle et des événements collectifs, et de s'appuyer sur les référents PDE pour en faire des ambassadeurs du covoiturage.

Covoiturage+ effectue donc régulièrement de la prospection auprès des directions d'entreprises pour les inciter à adhérer (11 entreprises démarchées en 2013, 3 adhésions acquises) et leur propose un accompagnement à la stratégie développement durable (veille législative, participation à des groupes de pilotage, enquêtes, diagnostic...). Elle met également en œuvre, pour sensibiliser les salariés au covoiturage, différents outils et différentes actions d'animation dans les entreprises adhérentes :

- Des cafés covoit',
- Le théâtre forum,
- Expérimentation en 2013 d'un speed meeting ayant mobilisé 21 entreprises et assuré une visibilité auprès de 1 700 salariés,
- Etc.

Covoiturage+ organise également des sessions d'animation collectives ou individuelles auprès des salariés sur leur temps de travail, dont elle a pu mesurer en 2009 l'efficacité respective :

- 3% d'inscriptions à l'issue d'animations collectives,
- 50% d'inscriptions à l'issue d'animations individuelles,

D'autres actions, comme le Défi inter-entreprises Tous Eco-mobiles, sont organisées par Rennes Métropole.

##### 4.2.2.2 La mise en relation

Pendant longtemps, la mise en relation s'est faite de façon manuelle par l'entregent d'un opérateur de Covoiturage+.

Depuis la mise en ligne du nouveau site Internet en août 2012, l'inscrit fait lui-même sa recherche de compatibilité de trajet puis envoie un mail de demande de mise en relation. L'équipe de Covoiturage+ se charge désormais de transférer ces demandes, de relancer en l'absence de réponse, de créer les équipages et de mettre à jour la base de données.

Le service personnalisé reste accessible à tous et en particulier aux personnes défavorisées et aux demandeurs d'emplois en insertion qui peuvent prendre contact par téléphone ou se présenter dans les bureaux de l'association où le personnel effectue une recherche personnalisée. Le personnel consulte d'abord la base de données puis, s'il n'y a pas de solution et après accord du demandeur, prend contact avec l'entreprise qui recrute pour voir s'il n'y a pas déjà quelqu'un qui fait le même trajet. Si ce n'est pas le cas, le contact est élargi aux entreprises voisines jusqu'à ce qu'une solution soit trouvée. Covoiturage+ estime ainsi avoir permis le retour à l'emploi d'au moins 75 personnes et parvient à trouver une solution dans environ 1/3 des cas.

Le site Internet autorise également un accès par communauté de communes adhérentes. Une application permet de visualiser l'ensemble des trajets au départ de chaque commune. Ainsi chaque habitant peut connaître le potentiel de covoiturage sur son territoire et rechercher des trajets compatibles au sien.

#### Liste des trajets pour Communauté de Communes au Pays de la Roche aux Fées

Status	Départ	Destination	Entreprise	Date trajet
●	DROUGES	JANZE	WELDOM Janze	Régulier
●	CHATEAUBRIANT	JANZE	CCPA	Régulier
●	MORDELLES	RETIERS		Régulier
●	MORDELLES	JANZE		Régulier
●	PACE	JANZE	CCPA	Régulier
●	RENNES	JANZE		Régulier
●	RETIERS	Janzé		Régulier
●	CORNILLE	RETIERS		Régulier
●	Chantepie	Retiers		Régulier
●	BRIE	JANZE		Régulier

63 trajets - page 1/7

Affichage de la liste des trajets à destination d'une Communauté de Communes

Trajet Retiers - Rennes

Covoitureur	Informations complémentaires	Contactez covoitureur	Itinéraire
 Laurence H. VILLE DE RENNES kleber			
Départ	Retiers		
<div style="border: 1px dashed gray; padding: 10px;">         Adresse départ      2-8 Rue Juliette Drouet       </div>			
Destination	Rennes		
<div style="border: 1px dashed gray; padding: 10px;">         Adresse destination      1 Rue Kléber       </div>			
Type trajet	Régulier		
Date	Prise de service	Fin de service	En tant que
Lundi	08:30 / 08:30	16:30 / 16:30	indifférent
Mardi	08:30 / 08:30	16:30 / 16:30	indifférent
Mercredi	08:30 / 08:30	16:30 / 16:30	indifférent
Jeudi	08:30 / 08:30	16:30 / 16:30	indifférent
Vendredi	08:30 / 08:30	16:30 / 16:30	indifférent



#### **Une des affiches de la campagne de communication**

## **Mode de présentation d'une offre de covoiturage**

#### *4.2.2.3 La communication grand public*

Le lancement de la marque Ehop en 2013 s'est accompagné d'une intense campagne de communication :

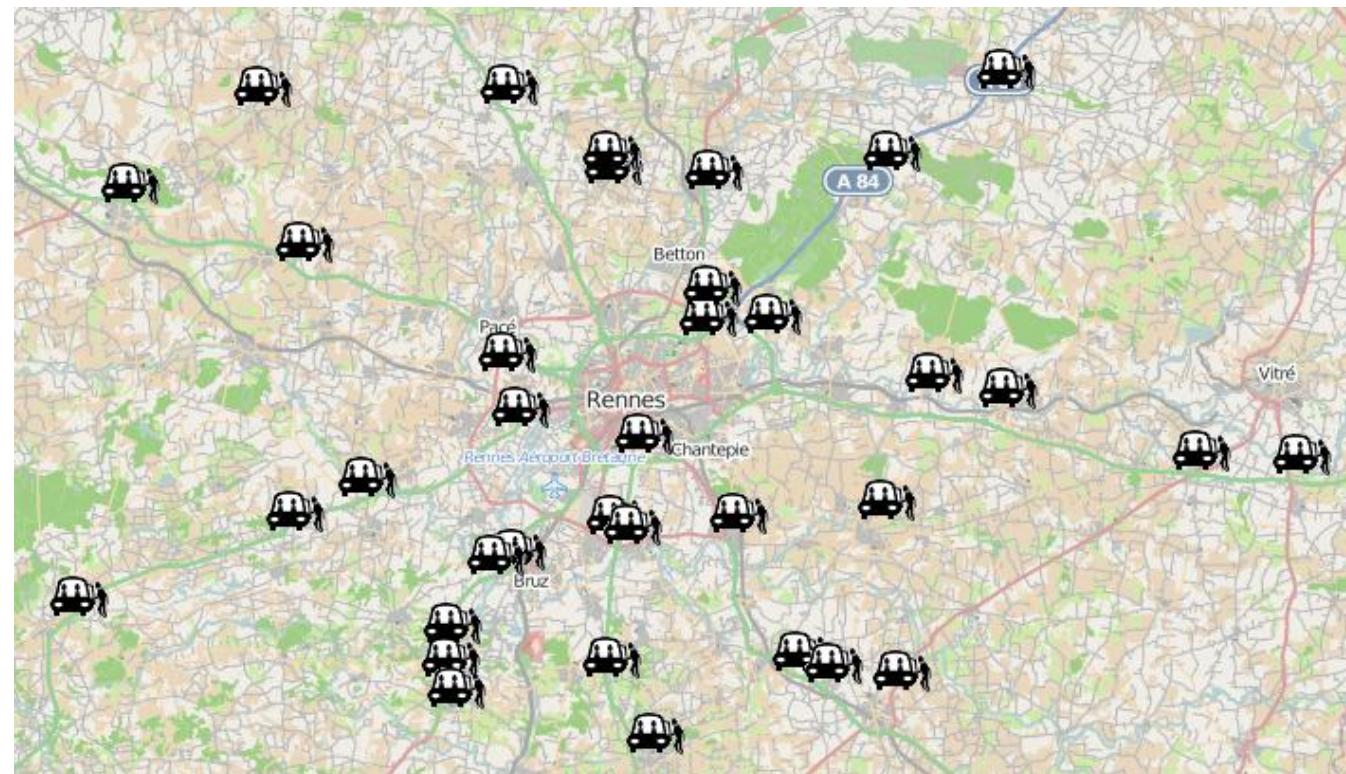
- Affichage dans des abribus et sur des écrans de plusieurs stations de métro,
  - Grosse couverture presse,
  - Création et diffusion d'outils de communication.

Des actions sont également menées dans les Communautés de Communes adhérentes.

#### 4.2.3 LES AIRES DE COVOITURAGE

Une carte des aires de covoiturage est disponible sur site Internet <http://www.illenoo-services.fr/fr/covoiturage> porté par le Conseil Général

La carte ouverte disponible sur le site <http://rennes.carte-ouverte.org> permet de visualiser sur une même carte de nombreuses informations relatives du Pays de Rennes et de Vitré, dont les aires de covoiturage. Rennes Métropole n'est pas directement partie prenante de ce site porté par la maison de la consommation et de l'environnement.



**Carte des aires de covoiturage**

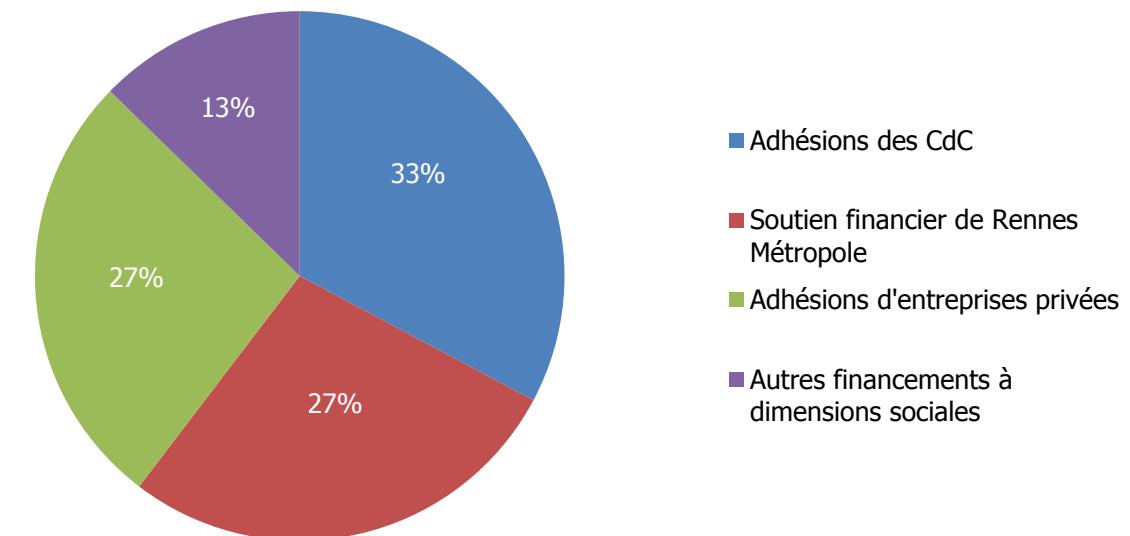
En zoomant sur ces cartes, il est possible de déterminer l'emplacement précis de chaque aire. Aucune fiche explicative n'est en revanche disponible.

Ces cartes ne sont pas liées au site Internet de Covoiturage+.

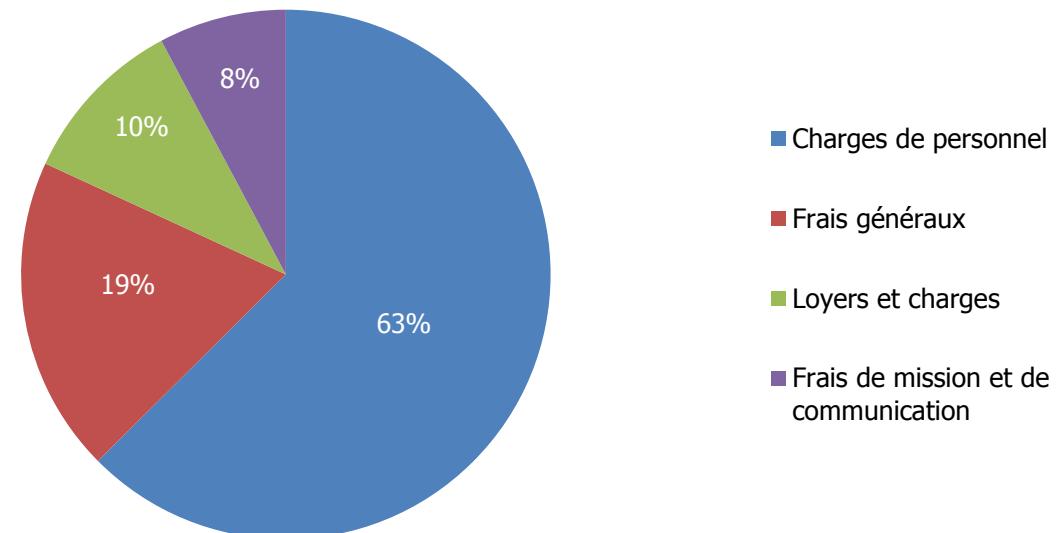
#### 4.3 LES ELEMENTS FINANCIERS

Le soutien financier de Rennes Métropole à Covoiturage+ s'élève à environ 35 k€/an, auquel peut s'ajouter des aides ponctuelles destinées à (co)financer des actions ou des investissements exceptionnels.

Le chiffre d'affaires 2013 de Covoiturage+ s'est élevé à 120 k€, pour un résultat d'exploitation légèrement négatif. Les produits et les charges se sont décomposés comme suit :



**Structuration des recettes 2013**



**Structuration des dépenses 2013**

## 4.4 LES RESULTATS

### 4.4.1 LA TYPOLOGIE DES INSCRITS

L'information n'est que partielle car plus de 60% des inscrits ne déclarent pas leur situation professionnelle au moment de l'inscription.

Sur la base de cet échantillon restreint, il apparaît :

- Que 55% des inscrits sont des femmes,
- Que 24% ne possèdent pas de voiture<sup>12</sup>,
- Que 91% sont inscrits pour des trajets réguliers (> 3 fois/semaine),
- Que leurs situations professionnelles se répartissent comme suit :
  - 62% sont en CDI,
  - 16% sont en CDD,
  - 9% sont étudiants ou lycéens,
  - 11% relèvent de statuts provisoire (stagiaires, alternants, intérim...),
  - 2% sont en recherche d'emploi.

Ces proportions sont assez stables d'une année sur l'autre.

### 4.4.2 LA TYPOLOGIE DES TRAJETS EFFECTUÉS

La typologie des trajets effectués en 2012 se caractérise comme suit :

- Fréquence moyenne de covoiturage : 3 jours par semaine,
- Occupation moyenne des véhicules : 2 personnes,
- Distance moyenne par équipage : 30 km/trajet,
- Origines géographiques :
  - Rennes Métropole : 22%
  - Ille et Vilaine (hors Rennes Métropole) : 66%
  - Autres départements : 12%
- Destinations géographiques :
  - Rennes Métropole : 89%
  - Ille et Vilaine (hors Rennes Métropole) : 4%
  - Autres départements : 7%

### 4.4.3 LE NOMBRE DE COVOITUREURS EFFECTIFS ET L'IMPACT DU DISPOSITIF

Depuis le lancement du service en 2002, près de 5 000 demandes ont été traitées par Covoiturage+, dont 1 052 en 2012 et dont 783 en 2013. On estime à un peu plus de 2 000 le nombre de covoitureurs réguliers.

Covoiturage+ a estimé que 7.6 millions de km.véhicule ont été économisés en 2012 dans le département de l'Ille-et-Vilaine grâce au covoiturage. Ce calcul est un peu optimiste puisqu'il considère que tous les trajets effectués en covoiturage l'auraient été en voiture solo en l'absence de covoiturage.

Hypothèses de calcul :

- Economie hebdo : 1052 véhicules x (30 km x 2) x 3 j de covoiturage/sem = 190 000 km/semaine,
- Economie annuelle : 190 000 km/semaine x 40 semaines

Par ailleurs, des enquêtes réalisées en 2008 et en 2013 sur un parc d'activités proche de Rennes engagé dans une démarche de PDIE et où Covoiturage+ a réalisé de nombreuses animations sur la période, ont montré qu'en cinq ans, la part modale du covoiturage y était passée de 6% à 11%.

<sup>12</sup> Source : bilan d'activité de 2012 de Covoiturage+

## 5. LE GRAND LYON

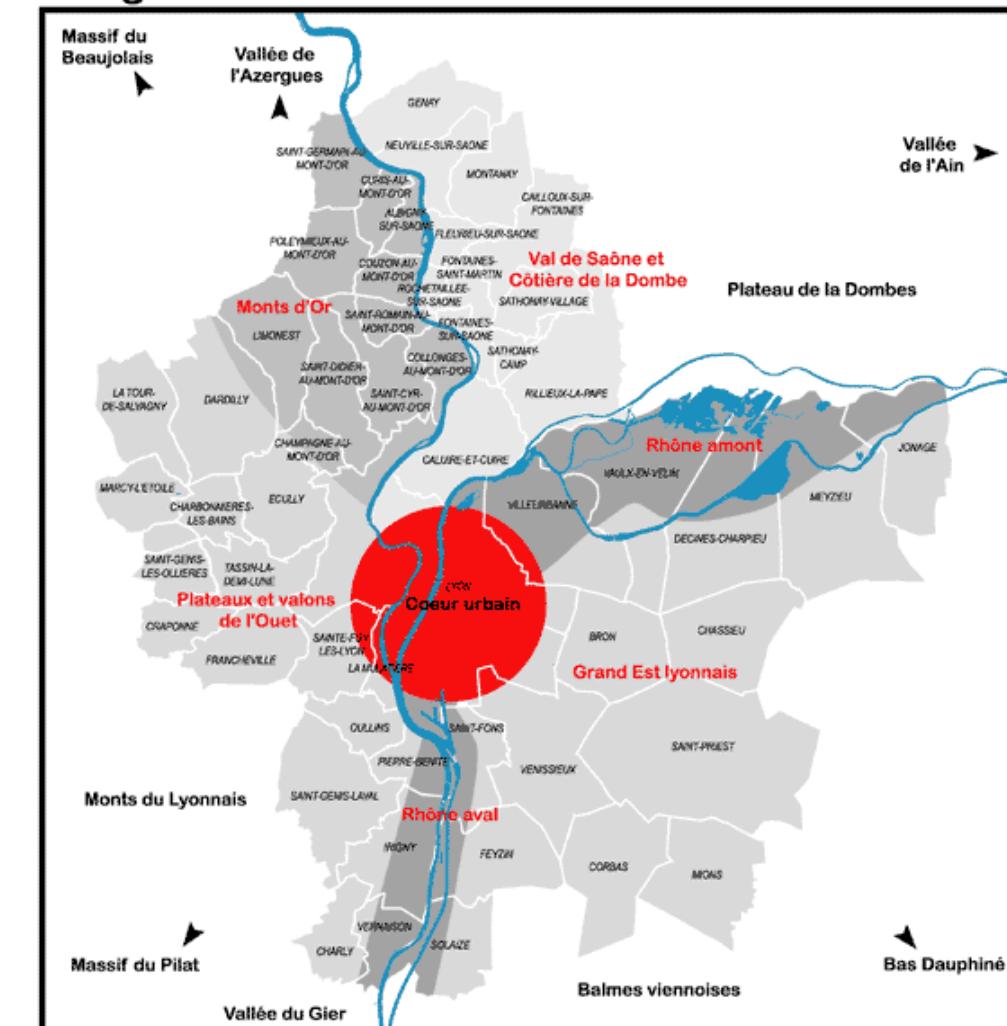
## 5.1 PRESENTATION GENERALE

### **5.1.1 FICHE SIGNALTIQUE**

<b>Porteur principal du projet</b>	Grand Lyon
<b>Echelle</b>	57 communes
<b>Population concernée</b>	1 300 000 habitants
<b>Type d'urbanisation</b>	Urbain et péri-urbain
<b>Type(s) de covoiturage ciblés</b>	A l'origine, domicile-travail surtout puis extension à tous les types de covoiturage
<b>Date de mise en place</b>	2008
<b>Partenariat(s) technique(s) et/ou financier(s)</b>	-

### **5.1.3 LOCALISATION**

Les grandes unités du GRAND LYON



Source : Grand Lyon

**Les 57 communes du Grand Lyon**

<b>2008</b>	Lancement de la politique de covoiturage et volonté de mettre en service un outil de covoiturage commun pour les différentes zones d'activités
<b>2009</b>	Mise en service du site Internet et réalisation d'une importante campagne de communication sur 4 zones d'activités
<b>2010</b>	Extension de la sensibilisation à l'ensemble des zones d'activité et réalisation d'une première enquête terrain afin d'évaluer le dispositif mis en place
<b>2011</b>	Réalisation d'une seconde campagne d'enquête et d'évaluation (La Roue Verte)
<b>2013</b>	Réalisation d'une enquête auprès des habitants et auprès des inscrits sur le portail de covoiturage (Nova 7)

## 5.2 PRÉSENTATION DU DISPOSITIF

Le Grand Lyon a d'abord accompagné à partir de 2006 des entreprises, des administrations et des zones d'activités dans la réalisation de plans de déplacements.

A l'occasion des diagnostics puis de la mise en œuvre des actions, l'intérêt du covoiturage est souligné malgré l'absence à l'époque d'outils de mise en relation adaptés à l'échelle du Grand Lyon et de la Région Urbaine. La Maison des Temps et de la Mobilité se saisit donc du sujet en 2008 pour aboutir dans un premier temps à la mise en service d'une plate forme de covoiturage.

Plusieurs actions accompagnent l'arrivée du site et une politique de covoiturage plus globale se met progressivement en place, avec l'objectif de 50 000 covoitureurs à l'horizon 2020 (objectif du plan climat) :

- Gros travail d'animation et de sensibilisation auprès des zones d'activité, des entreprises et de l'ensemble de la population,
- Enquêtes régulières destinées à mesurer l'impact du dispositif et à l'améliorer,
- Actions diverses.

Beaucoup de ces actions sont menées en partenariat avec la Roue Verte qui est liée au Grand Lyon par un marché à bons de commandes d'un an renouvelable quatre fois, sans maximum, et qui arrivera à échéance en 2015.

### 5.2.1 LA PLATE FORME DE COVOITURAGE

#### 5.2.1.1 Les fonctionnalités du site

La page d'accueil du site est à la fois soignée et dépouillée et met en avant le covoiturage pour le travail, pour les sorties et occasionnel, ainsi que l'application mobile du site.



Sitra  
Fournisseur officiel  
de loisirs

Page d'accueil du site Internet

La logique de service s'impose très vite au visiteur puisqu'on lui permet de rechercher un covoiturage avant même d'entrer dans les détails pratiques et de l'inviter à s'inscrire, avec une interface qui varie selon le motif de covoiturage.

#### Interface globale pour les déplacements domicile-travail

L'interface pour les déplacements domicile-travail met ainsi très vite en avant les communautés d'emplois (zones d'activités et entreprises les plus actives) et profite que ces visiteurs là connaissent bien le territoire pour le découper en secteurs homogènes et leur donner d'un simple clic l'information du nombre de covoitureurs inscrits vers le secteur recherché (information encourageante dans la mesure où le nombre qui s'affiche est au moins de plusieurs centaines).

Si le visiteur clique sur l'une des communautés, il tombe sur une interface personnalisé présentant les derniers trajets enregistrés vers l'employeur en question et les derniers trajets enregistrés à proximité.

Interface pour une communauté particulière

Si le visiteur veut utiliser le site pour sortir, il tombe là aussi, à partir de la page d'accueil, sur une interface adaptée :

### Interface pour le covoiturage de sortie

Par le biais d'une importation régulière des spectacles enregistrés dans la base de données Sitra (base de données d'informations touristiques renseignées par les OTSI de Rhône Alpes), le site référence automatiquement tous les spectacles organisés localement (liste des prochains événements) mais l'utilisateur peut aussi utiliser un moteur de recherche avec une saisie par date, par salle ou par spectacle.

Un mode d'emploi permet de plus à un organisateur dont le spectacle n'aurait pas été enregistré de le faire référencer dans la base de covoiturage.

Le troisième module accessible depuis la page d'accueil renvoi vers une interface dédiée au covoiturage occasionnel, pour sortir en montagne, aller faire des courses, aller dans la famille...

L'interface de contact est ici aussi subtilement travaillée dans la mesure où la forme générale et la simplicité du masque de recherche donnent envie de participer (on n'a pas l'impression de remplir un formulaire administratif).

The screenshot shows the website's search interface for occasional carpooling. It includes fields for Departure (Address and City), Arrival (Address and City), and Date (Date of trip and a calendar icon showing the 27th). Below the search form, there's a section titled 'LES DERNIERS TRAJETS ENREGISTRÉS' listing recent trips from Corbas to Vienne on various dates. At the bottom, there's a section titled 'ET AUSSI...' with links to the blog, local services, and a button to publish an announcement.

**TROUVEZ VOTRE COVOITURAGE →**

**1 Départ**

Adresse

Ville

**2 Arrivée**

Adresse

Ville

**3 Date**

Date du trajet  20/03/2014

**ET AUSSI... →**

- ▶ Suivez l'actualité sur [notre blog](#) !
- ▶ Pour vos sorties, pensez à [Covoiturage Pour Sortir](#)
- ▶ Pour aller au travail, utilisez [nos dispositifs locaux](#) pour plus de services

**ET AUSSI... →**

[Lancer la recherche](#)

**ET AUSSI... →**

[Suivez l'actualité sur notre blog](#) !

[Pour vos sorties, pensez à Covoiturage Pour Sortir](#)

[Pour aller au travail, utilisez nos dispositifs locaux pour plus de services](#)

[Publier mon annonce](#)

Interface pour le covoiturage occasionnel

Le processus d'inscription est simple et rapide et s'effectue en quelques clics.

Le site fournit par ailleurs un grand nombre d'informations parmi lesquelles :

- Un historique de la démarche,
- Un mode d'emploi (incluant quelques vidéos),
- Une charte,
- Des conseils pratiques,
- Une FAQ,
- L'accès à des supports de communication téléchargeables,
- Une revue de presse multimédias,
- Le renvoi vers un blog dédié au covoiturage,
- Des liens vers les sites des TCL (réseau lyonnais de transports en commun), du TER, de Multitud (module de recherche d'itinéraires multimodaux) et de Vélo'v.

### La charte

Ce site s'adresse aux salariés du Grand Lyon désireux de trouver des covoitureurs pour leurs trajets réguliers et ponctuels. En vous inscrivant sur ce site, vous vous engagez à respecter les règles qui suivent.

Conducteurs, vous attesterz être en règle, et vous vous engagez à présenter spontanément à votre covoitureur, lors de votre première rencontre, votre permis de conduire, les papiers du véhicule, et l'attestation d'assurance.

Passagers, vous devez avoir une **solution alternative** pour vous déplacer en cas de désistement du conducteur. Ne lui reprochez pas ses désistements et sachez respecter ses contraintes.

Respectez vos **engagements**, conducteurs comme passagers. L'absence de surprise et la ponctualité sont la base d'un covoiturage réussi.

Conducteurs, prévenez vos covoitureurs de tout changement de planning dans un **délai suffisant**. Cela n'implique évidemment pas de connaître son emploi du temps une semaine à l'avance ! Dans la plupart des cas, prévenir en fin de journée pour le trajet du lendemain suffit.

Conducteurs, n'imposez pas à vos covoitureurs un système de calcul de prix compliqué. Les participations sont généralement calculées sur les **frais d'essence, de péage et de parking**. Elles n'incluent pas les frais d'amortissement, d'assurance ou d'entretien du véhicule pour la raison que la plupart des conducteurs admettent qu'ils auraient tout de même une voiture s'ils ne covoitaient pas. Si vous souhaitez équilibrer l'utilisation de la voiture, choisissez plutôt un covoitureur qui en possède une également et alternez la conduite.

Conducteurs, vous vous engagez à adopter une **conduite raisonnable**, dans le respect du code de la route. Une mauvaise conduite peut être très dissuasive, et peut inciter votre covoitureur à changer de voiture. Vous êtes avant tout responsables de la sécurité de vos passagers.

Si vous êtes **mineur**, vous devez demander l'autorisation de vos parents pour vous inscrire. Vous devez également les prévenir si vous envisagez de rencontrer un covoitureur connu via notre site.

### La charte

## Bonnes pratiques

Non, le covoiturage n'est pas synonyme de contraintes et de rigidité.

Quelques règles de bon sens sont à respecter pour que tout se passe bien.

### Commencez doucement !

Les personnes inscrites sur ce site ont validé la charte de bonne conduite pour partager leurs trajets dans la convivialité, la simplicité et le respect d'autrui. Nous vous conseillons toutefois d'être prudent. Rencontrez votre futur covoitureur avant le premier trajet, et essayez la première fois un jour où vous êtes peu contraint, sans vous engager. Si cela fonctionne bien, pourquoi ne pas covoiturer "prudemment" au départ, une ou deux fois par semaine, pour ensuite augmenter la fréquence si tout se passe bien ?

### Se mettre d'accord dès le départ... pour l'essentiel seulement !

Il est important que les points de rendez-vous de départ et d'arrivée, l'heure, et les montants des participations soient fixés dès le début et clairs pour tout le monde ; mais il n'en est pas forcément de même pour la régularité du covoiturage même. Chacun doit garder la liberté de partir seul quand il en a besoin. Les conducteurs ne peuvent évidemment pas s'engager pour le mois qui suit ! Les passagers doivent donc disposer d'un mode de transport alternatif (transports en commun, véhicule personnel) qu'ils pourront utiliser de temps à autre. Et pourquoi pas un autre covoitureur ? Plus grand est le groupe de covoiturage, plus élevée est votre chance de partager une voiture tous les jours si vous le souhaitez !

### Respectez vos engagements

Quand vous vous désistez, prévenez vos covoitureurs au plus tôt. Il ne faut pas qu'une absence surprise vienne à perturber votre covoitureur. Sachez vous mettre à la place des autres. Quand vous vous quittez à la fin d'une journée, rappelez à vos covoitureurs le lieu et l'heure du prochain rendez-vous.

### Gardez de la flexibilité

Même les départs à heure fixe ne sont pas précis à la minute près. Il est préférable d'appeler son covoitureur pour lui signaler que l'on part. Cela lui évitera d'attendre si vous décalez le départ suite à un imprévu (... ou un réveil difficile !).

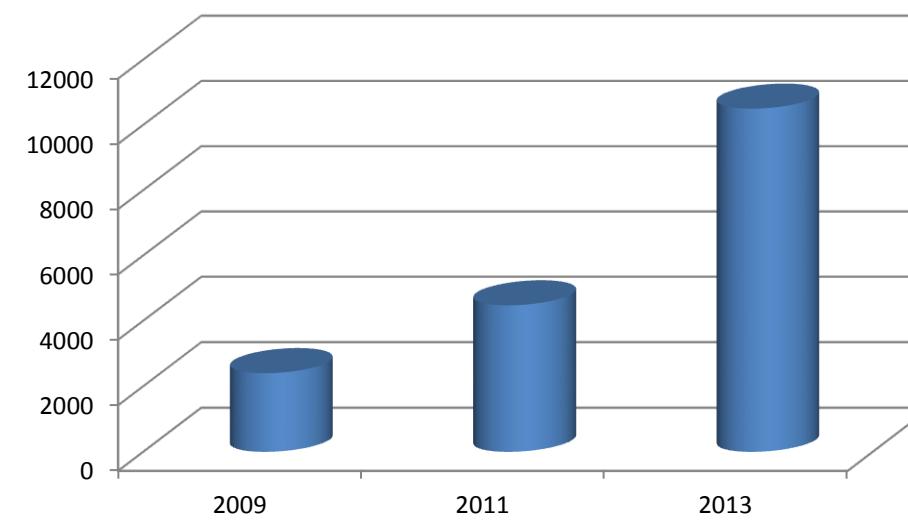
### Parlez vous !

Un rendez-vous important à 8 h 30 précises ? Dites-le à vos covoitureurs la veille, ils seront prévenus qu'il faudra être particulièrement ponctuel le lendemain. En tous cas, ne gardez pas pour vous les éventuels désaccords sur le déroulement du covoiturage. Une bonne communication est nécessaire à une situation saine pour tout le monde. En cas de différends trop prononcés, pourquoi ne pas chercher un autre covoitureur ?

## Les conseils pratiques

### *5.2.1.3 Le nombre d'inscrits au site de covoiturage*

Il y a actuellement 11 500 inscrits sur le site de covoiturage du Grand Lyon, soit près de cinq fois plus qu'en 2009.



Evolution du nombre d'inscrits entre 2009 et 2013

52% d'entre eux habitent dans une commune située à l'extérieur du Grand Lyon et 18% habitent dans une commune de la périphérie du Grand Lyon (excluant Lyon et Villeurbanne).

### *5.2.1.2 Applications mobiles*

Trois applications mobiles sont disponibles sur Android Phone, iPhone et iPad.

## 5.2.2 L'ANIMATION

### 5.2.2.1 Le lien avec les démarches de PDIE

Le Grand Lyon mène une politique ambitieuse d'animation sur ses différentes zones d'activités dont profite évidemment l'action covoiturage.

### 5.2.2.2 La communication grand public

Le Grand Lyon a lancé mi 2013 une campagne de communication grand public marquante (affiches 4x3 pendant deux semaines déclinées ensuite en outils d'animation pour les entreprises) qui lui a donné un fort écho. Cette campagne a multiplié par dix le nombre de visites sur le site mais elle n'a pas suscité d'inscriptions qui semblent ne pouvoir être générées que dans le cadre d'une animation de proximité.



Deux des affiches de la campagne de communication

### 5.2.2.3 Le blog

Le site Internet est lié à un blog dédié au covoiturage. Il s'agit d'un espace plutôt technique mettant à disposition des lecteurs des articles de fond sur le covoiturage à Lyon et ailleurs.

La page d'accueil du blog "LE BLOG covoiturage" montre un dessin d'un rougeoyant soleil levant derrière une colline verte, avec une silhouette de personne à vélo et une voiture. En haut à gauche, il y a un menu avec "LE BLOG", "covoiturage", "Accueil", "À propos", "Contactez-nous". A droite, il y a une section "FLUX RSS DES ARTICLES" avec un bouton "S'abonner", une section "RECHERCHE" avec un champ et un bouton "Rechercher", une section "PUBLICATIONS PAR DATE" pour mars 2014 (du 1er au 31), une section "TAGS" avec "covoiturage", "covoiturage grand lyon", une infographie intitulée "Automobile/covoiturage Les mots qui reviennent" comparant "AUTOMOBILE" et "COVOITURAGE", et une section "DERNIERS ARTICLES" avec des liens vers des articles sur le covoiturage à travers le monde.

### Page d'accueil du blog

### 5.2.2.4 Les réseaux sociaux

Un prestataire spécialisé, l'agence lyonnaise de e-marketing Public Actif, est mandaté pour assurer une présence du covoiturage Grand Lyon sur les réseaux sociaux. Le dispositif a attiré 2 800 fans sur Facebook la première année et il en compte aujourd'hui 4 700. Sur Twitter, il totalise actuellement 288 abonnés.

## 5.2.3 LES AUTRES ACTIONS ET PROJETS

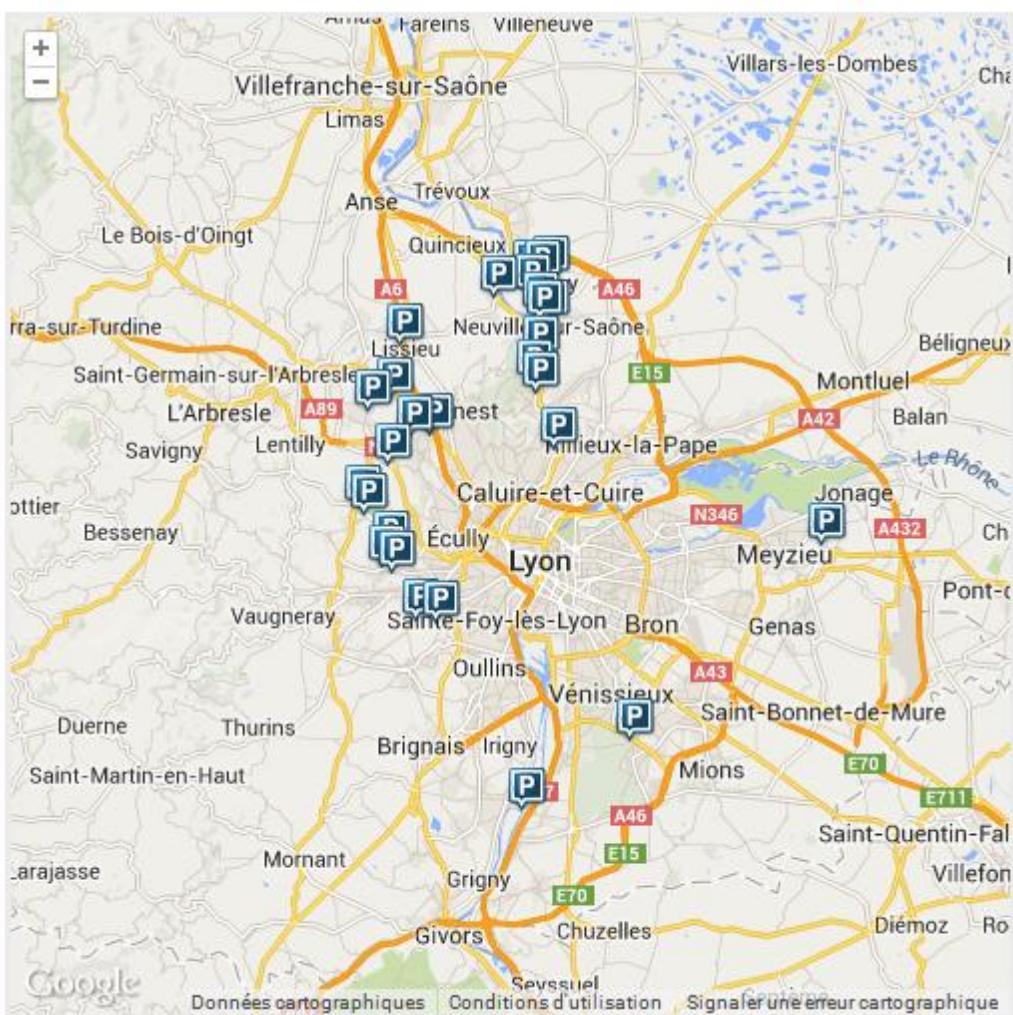
### 5.2.3.1 L'évaluation du dispositif

Le Grand Lyon procède tous les deux ans à des évaluations de son dispositif. Trois campagnes d'enquêtes et de comptages ont ainsi déjà été menées en 2009, 2011 et 2013.

Les deux premières ont été réalisées directement par la Roue Verte. La dernière a été réalisée par le cabinet Nova 7 et a eu la particularité d'étendre l'enquête à un panel représentatif d'habitants du Grand Lyon.

### 5.2.3.2 Les aires de covoiturage

Le dispositif n'intègre pas véritablement de réseau d'aires de covoiturage comme cela existe en Loire Atlantique par exemple. Le site Internet fournit néanmoins une carte d'aires de covoiturage dont la grande majorité se situe au nord ouest de l'agglomération.



Carte des aires de covoiturage

Ces aires sont peu nombreuses rapportées à la taille de l'agglomération. Sur le site Internet, elles sont géolocalisées mais leur description est très succincte (adresse, propriétaire, gratuité...). Sur le terrain, elles sont équipées d'un panneau signalétique à l'entrée mais il n'y a pas de signalisation de rabattement.

Le Grand Lyon réfléchit à un rapprochement avec les supermarchés pour développer le réseau.

### 5.2.3.3 Le stop amélioré

Depuis mi-2013, un dispositif de Stop Covoiturage est expérimenté dans le Val de Saône. Cette action a été initiée dans le cadre du PDIE de la zone d'activités locales et a été mise en place pour favoriser l'intermodalité et la multimodalité dans

Depuis mi-2013, un dispositif de Stop Covoiturage est expérimenté dans le Val de Saône. Cette action a été initiée dans le cadre du PDIE de la zone d'activités locales et a été mise en place pour favoriser l'intermodalité et la multimodalité dans la mesure où les principaux pôles de transport du territoire (gares d'Albigny et de Saint-Germain au Mont d'Or et terminus de bus de Neuville sur Saône) sont éloignés de quelques kilomètres des zones d'emplois avec une mauvaise qualité de desserte pour effectuer ces derniers kilomètres autrement qu'en voiture.

Le service nécessite une inscription auprès du syndicat de communes Saône Mont d'Or afin de recevoir un kit de covoiturage et de signer une charte d'engagement.

Pour cette première phase de l'expérimentation, cinq zones d'embarquement identifiées par un totem ont été mises en place. Si l'expérimentation s'avère concluante, le réseau sera élargi à d'autres communes du Syndicat.

#### CHARTE DU RÉSEAU STOP COVOITURAGE



1. Chaque membre inscrit au réseau de Stop Covoiturage respecte la présente charte.
2. Piétons et automobilistes veillent à leur sécurité et à celle d'autrui. Ils ne doivent pas gêner la circulation.
3. Piétons et automobilistes sont libres d'accepter ou non un covoiturage.
4. L'automobiliste amène le piéton aussi loin que possible en fonction de son propre itinéraire.
5. Le stop covoiturage se limite à des courts trajets, aucune contrepartie financière n'est demandée au piéton. Si le covoiturage devient régulier, automobiliste et piéton peuvent alors s'accorder sur un montant de participation (inférieur à 0,25€/km).
6. Automobilistes et piétons s'engagent à avoir un comportement décent et respectueux. L'automobiliste respecte le code de la route et veille au bon état de son véhicule.
7. Automobilistes et piétons agissent sous leur entière responsabilité. Les collectivités ne peuvent être tenues responsables en cas d'accident ou de tout incident ou litige de quelque nature que ce soit qui surviendrait lors de l'opération de covoiturage.
8. Les utilisateurs du service de stop covoiturage signalent au Syndicat de communes toute violation de la présente charte par mail à [pdie@territoire-saone-mont-dor.fr](mailto:pdie@territoire-saone-mont-dor.fr) ou par téléphone : 04.72.08.29.39

### 5.2.3.4 Le covoiturage dynamique

Le Grand Lyon a mandaté le cabinet Arcadis pour l'aider à définir son positionnement dans le domaine du covoiturage dynamique. L'étude est en cours et devrait être terminé d'ici cet été. Il est possible qu'elle débouche sur une expérimentation sur un ou plusieurs axes.

### 5.2.3.5 Les déplacements domicile-étude

Il n'y a pas aujourd'hui de communication particulière en direction des étudiants mais le lancement d'un PDIE est espéré sur le campus de la Doua, qui pourrait générer à terme une action covoiturage vers cette cible là qui n'est cependant pas prioritaire dans la mesure où les étudiants tendent à covoiturer spontanément entre eux (ils ne sont pas tous véhiculés).

## 5.3 LES ELEMENTS FINANCIERS

Le Grand Lyon a des interventions sur plusieurs champs liés à la mobilité des personnes si bien qu'une partie des dépenses engagées, par exemple les animations multimodales réalisées dans le cadre de PDIE, ne sont pas prises en compte dans le budget covoiturage.

L'essentiel du budget courant est lié au marché passé avec la Roue Verte qui s'élève actuellement à 120 k€ HT/an dont  $\frac{3}{4}$  est constitué de prestations d'animations et dont  $\frac{1}{4}$  est constitué de dépenses incompressibles (gestion de la plate forme).

S'ajoutent à ce budget le marché passé avec Public Actif (cf. le chapitre D.5.2.2.4) qui est d'environ 12 k€/an, le dépenses exceptionnelles de communication (cf. le chapitre D.5.2.2.2), les dépenses liées aux évaluations et celles liées à la participation au challenge mobilité.

Le Grand Lyon envisage de commencer à diminuer à partir de l'année prochaine ses investissements dans le domaine.

## 5.4 LES RESULTATS

### 5.4.1 ENQUETE DE 2013 AUPRES DES INSCRITS AU SITE

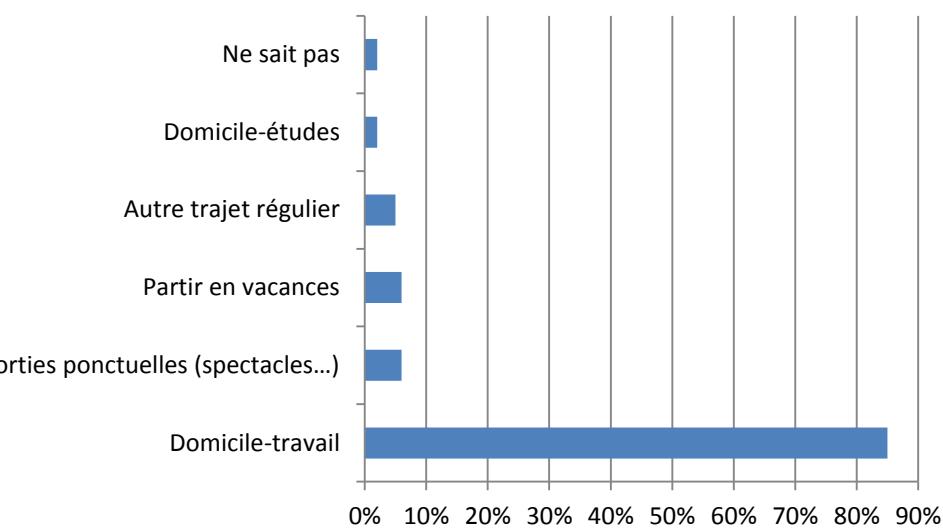
Une enquête en ligne a été adressée à l'ensemble des inscrits sur le site Covoiturage Grand Lyon soit à l'époque (février-mars) 8 846 contacts. Plusieurs relances ont été faites par la suite afin d'inciter les inscrits à répondre ou à terminer un questionnaire incomplet. Au total, il a été récupéré 802 questionnaires exploitables (664 questionnaires complets et 138 questionnaires complétés partiellement), soit un taux de retour de 9%.

Caractéristiques des répondants :

- Genre :
  - 55% de femmes,
  - 45% d'hommes ;
- Situation matrimoniale :
  - 40% mariés ou en couple, avec enfant(s) à charge,
  - 38% mariés ou en couple sans enfant,
  - 5% de célibataires avec enfant(s) à charge
  - 19% de célibataires sans enfants.
- Age moyen de 40 ans avec :
  - 6% de 18-24 ans,
  - 29% de 25-34 ans,
  - 28% de 35-44 ans,
  - 23% de 45-54 ans,
  - 14% de plus de 55 ans.
- Catégories socioprofessionnelles :
  - 38% d'ingénieurs et cadres,
  - 27% de techniciens et d'agents de maîtrise,
  - 24% d'employés,
  - 4% d'étudiants,
  - 2% de retraités,
  - 2% de personnes sans emploi,
  - 2% d'ouvriers,
  - 1% de commerçants et d'artisans.

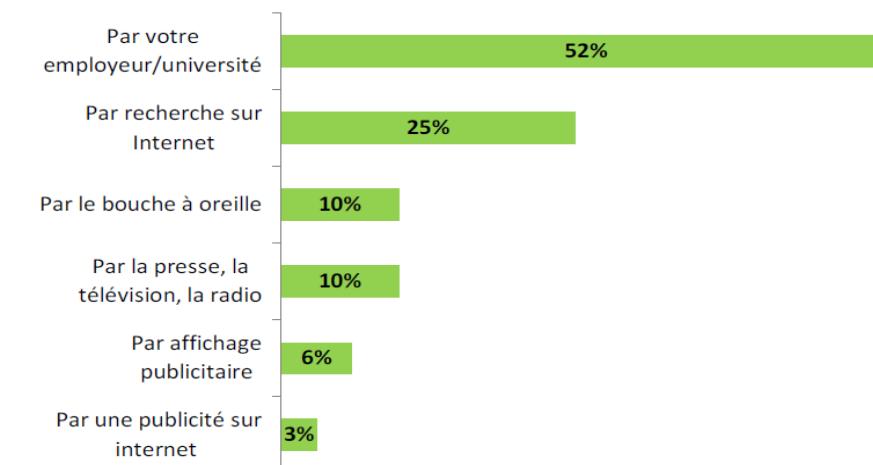
#### 5.4.1.1 L'inscription au site

Dans 85% des cas, les personnes se sont inscrites sur le site pour partager des trajets domicile-travail, ce qui en fait de très loin la cible principale.



#### Types de trajets suscitant en priorité l'inscription (plusieurs réponses possibles)

Dans plus de la moitié des cas, c'est d'ailleurs l'employeur qui a fait connaître le site à son salarié covoitureur, les médias et le bouche à oreille assurant le complément :



#### Comment les inscrits ont connu le site (plusieurs réponses possibles)

Les principales raisons qui ont incité la personne à s'inscrire sur le site de covoiturage sont, par ordre décroissant d'importance :

- L'envie de faire des économies sur ses trajets (citée par 72% des répondants),
- Le souci de préserver l'environnement (cité par 55% des répondants),
- La convivialité du covoiturage (citée par 30% des répondants),
- La curiosité/l'envie d'essayer (citée par 18% des répondants),
- L'envie de rendre service (citée par 17% des répondants)

A noter que la réduction des embouteillages ou moins de fatigue ne sont évoqués que très marginalement.

#### 5.4.1.2 De l'inscription à la pratique

Depuis qu'ils se sont inscrits, 41% des personnes interrogées n'ont pas covoituré, 26% ont covoituré avec des personnes rencontrées sur le site de covoiturage du Grand Lyon et 33% ont covoituré avec d'autres covoitureurs.

Les personnes inscrites qui n'ont pas covoituré avec d'autres inscrits évoquent mettent en avant dans 70% des cas le fait qu'elles n'ont pas trouvé d'annonce suffisamment compatible (horaires, itinéraires...). Pour environ 20% d'entre elles, il s'avère qu'après leur inscription, soit elles n'ont plus eu besoin de covoiturer, soit elles n'ont pas eu l'occasion (ou pris la peine, ou le temps) d'enregistrer un trajet, soit elles ont réalisé qu'elles n'avaient en fait pas réellement envie de covoiturer.

Parmi les 59% de personnes inscrites sur le site et qui pratiquent effectivement le covoiturage (26% + 33%) :

- 56% d'entre eux, soit le tiers de l'ensemble des inscrits, covoitent pour des trajets réguliers soit de manière exclusive soit en complément de trajets occasionnels,
- 44% d'entre eux, soit le quart de l'ensemble des inscrits, covoitent uniquement pour des trajets occasionnels.

#### 5.4.1.3 Typologie de la pratique régulière

- Dans 90% des cas, ce sont des trajets domicile-travail,
- Le nombre moyen de trajets effectués s'élève à 5.28 par semaine, pour un nombre total de trajets évalué à 8.44, ce qui signifie que 63% des trajets hebdomadaires sont effectués en covoiturage,
- 16% des covoitureurs systématiquement sur ce trajet,
- Le nombre moyen d'occupants dans le véhicule est de 2.32
- Dans 59% des cas, la rencontre a lieu près de, ou chez l'un des covoitureurs,
- Dans 34% des cas, elle a lieu sur un parking ou sur une aire de covoiturage,
- L'ancienneté de la pratique est d'un peu plus de 15 mois,
- 64% des covoitureurs alternent les rôles, 19% sont toujours conducteurs et 17% toujours passagers.

La principale raison qui aboutit à l'abandon d'une pratique régulière est le fait que l'un des covoitureurs a changé d'horaires, d'itinéraires ou d'emplois.

Dans 26% des cas, le motif est lié à une insatisfaction : mésentente ou incompatibilité de caractère, manque de ponctualité, volonté de retrouver de l'indépendance, allongement de la durée du trajet...

Les réponses données par les inscrits quant à leurs trajets effectués en covoiturage font apparaître les flux suivants :

- 62% s'effectuent entre les communes périphériques (excluant Lyon et Villeurbanne) :
  - 40% de communes situées en dehors du Grand Lyon vers des communes du Grand Lyon,
  - 13% entre des communes du Grand Lyon,
  - 5% entre des communes situées en dehors du Grand Lyon,
  - 4% entre des communes internes au Grand Lyon et des communes situées en dehors du Grand Lyon.
- 29% sont des déplacements qui vont du cœur urbain vers les communes périphériques :
  - 12% vers des communes situées en dehors du Grand Lyon,
  - 17% vers des communes du Grand Lyon
- 9% sont des déplacements venant des communes périphériques vers le cœur urbain :
  - 7% depuis des communes situées en dehors du Grand Lyon,
  - 2% depuis des communes du Grand Lyon
- Aucun n'est interne au cœur urbain (Lyon et Villeurbanne),

La distance moyenne parcourue en covoiturage (hors valeurs extrêmes sujettes à caution) est de 28 km par trajet.

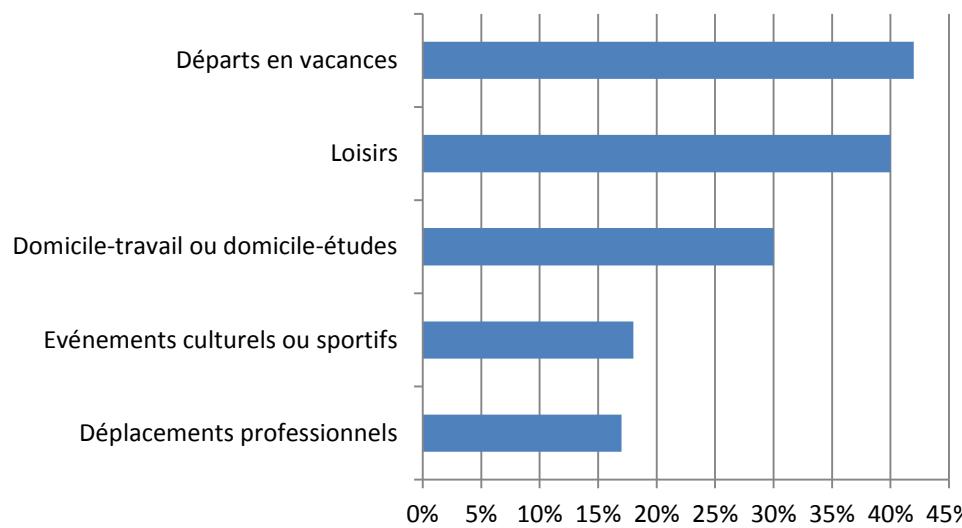
#### 5.4.1.4 Les pratiques antérieures et alternatives

Avant de covoiturer, 82% des covoitureurs utilisaient la voiture seuls (de bout en bout, ou de façon combinée avec un autre mode, ou en alternance avec un autre mode). 21% utilisaient les transports en commun.

Les jours où ils ne covoitent pas, les covoitureurs réguliers sont 82% à utiliser à nouveau leur voiture seuls ; 31% recourent aux transports en commun, 9% au vélo et 5% aux deux roues motorisés (le total dépasse 100% du fait des pratiques variables ou multimodales).

#### 5.4.1.5 Les pratiques occasionnelles

62% de ceux qui ont déjà covoituré depuis leur inscription ont effectué au moins une fois du covoiturage pour un trajet ponctuel ou occasionnel.

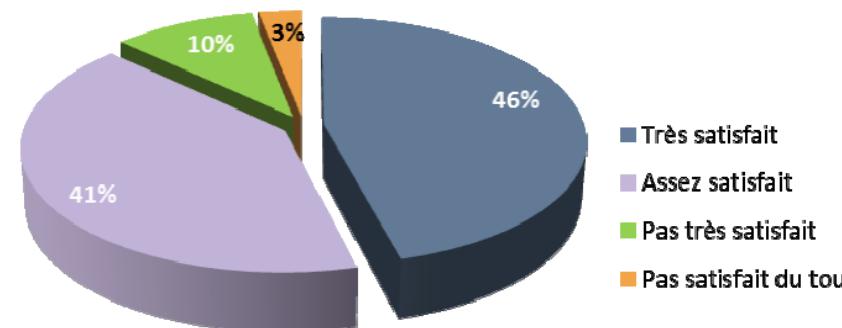


**Types de trajets occasionnels covoiturés (plusieurs réponses possibles)**

Dans 16% des cas, ce covoiturage a été effectué avec des personnes rencontrées sur le site Covoiturage Grand Lyon.

#### 5.4.1.6 Le degré de satisfaction vis-à-vis du covoiturage

Les covoitureurs affichent globalement un niveau de satisfaction très élevé, le niveau de satisfaction augmentant avec le taux de pratique.



**Degré de satisfaction des inscrits ayant déjà covoituré**

90% d'entre eux au moins considèrent que le covoiturage :

- Est un moyen convivial de voyager,
- Permet de faire des économies,
- Donne le sentiment de préserver l'environnement.

Un tiers d'entre eux seulement a eu à faire face à des problèmes de désistements ou de retards de la part de ses covoitureurs, et ces problèmes ont été rares.

#### 5.4.1.7 Le degré de satisfaction vis-à-vis du site Internet

Le site Internet donne satisfaction sur beaucoup de points et sa simplicité d'utilisation, pour s'inscrire et pour enregistrer un trajet, est particulièrement appréciée.

Parmi les services souhaités à l'avenir ressortent en particulier la possibilité d'avoir un avis sur les covoitureurs (probablement un peu sur le modèle de Blablacar) et de pouvoir envoyer/recevoir un mail ou un SMS d'avertissement en cas de problème.

Les inscrits connaissent ou savent presque tous trouver facilement le numéro d'assistance. Ils ne sont en revanche que 7% à utiliser une des applications mobiles du site internet.

#### 5.4.2 ENQUETE DE 2013 AUPRES DES HABITANTS

L'enquête a été réalisée en février 2013 auprès d'un échantillon statistiquement représentatif de 1 000 habitants du Grand Lyon âgés de 18 ans et plus et effectuant des déplacements domicile-travail ou domicile-études. La représentativité de l'échantillon a été assurée en respectant deux niveaux de critères :

- Un critère géographique, au prorata de la taille des communes et des arrondissements,
- Des critères socio-démographiques (âge, sexe, activité).

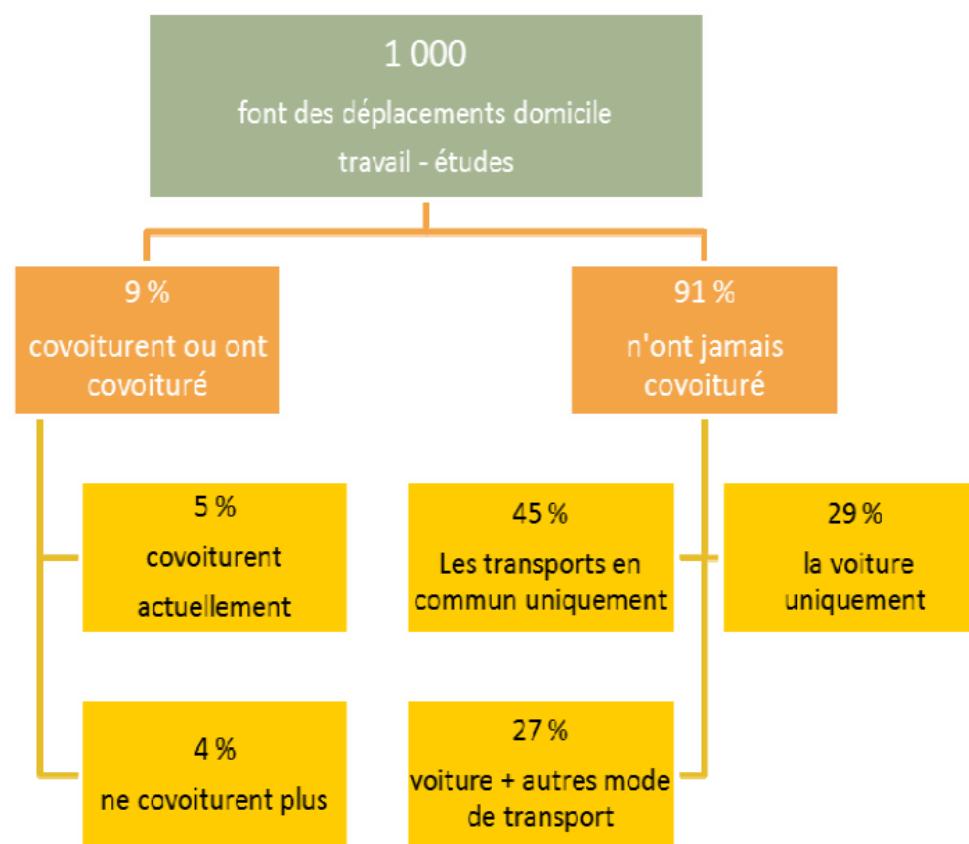
##### 5.4.2.1 Les habitudes de déplacements

Les flux de déplacements des actifs et des étudiants enquêtés se répartissent de la façon suivante, la distance moyenne des déplacements effectués étant de 9,1 km par trajet :

- 35% sont internes au cœur urbain (Lyon et Villeurbanne),
- 29% s'effectuent entre les communes périphériques,
- 23% s'effectuent des communes périphériques vers le cœur urbain,
- 10% s'effectuent du cœur urbain vers les communes périphériques.

##### 5.4.2.2 Le taux de pratique du covoiturage

5% des actifs et étudiants interrogés déclarent actuellement covoiturer pour se rendre sur leur lieu de travail ou d'étude :



Sur les 622 200 actifs et étudiants de plus de 18 ans qu'abrite le Grand Lyon, nous comptabiliserais donc actuellement, avec un intervalle de confiance de 95%, entre 24 000 et 42 400 covoitureurs (soit une proportion comprise entre 3.6% et 6.4%).

Les flux de déplacements des actifs et des étudiants covoitureurs se répartissent de la façon suivante :

- 22% sont internes au cœur urbain (Lyon et Villeurbanne),
- 24% s'effectuent entre les communes périphériques,
- 28% s'effectuent des communes périphériques vers le cœur urbain,
- 21% s'effectuent du cœur urbain vers les communes périphériques,
- 5% concernent des destinations extérieures au Grand Lyon.

A noter enfin que les covoitureurs se déplacent autant, en nombre de trajets hebdomadaires, que les autres actifs et étudiants et que les distances qu'ils parcourent sont en revanche un peu plus élevées que la moyenne (15.8 km).

12% des personnes sont inscrites sur un ou plusieurs sites de covoiturage : elles sont 23% parmi les covoitureurs et quand même 11% parmi les non covoitureurs.

##### 5.4.2.3 Description des trajets effectués en covoiturage

On comptabilise une moyenne de 5.8 trajets réalisés chaque semaine par les covoitureurs actuels et un nombre moyen de 2.53 covoitureurs par véhicule, soit un peu plus que celui relevé dans l'enquête auprès des inscrits (2.32).

La pratique du covoiturage dure en moyenne depuis 13 mois et demi et elle est récente (moins d'un an) pour la moitié des covoitureurs.

Dans 71% des cas, les covoitureurs se rencontrent chez ou près de chez l'un des covoitureurs.

Un tiers des covoitureurs alternent les rôles, soit beaucoup moins que dans l'enquête auprès des inscrits (64%), les autres étant soit toujours conducteurs, soit plus fréquemment toujours passagers.

Avant de covoiturer, les personnes interrogées utilisaient essentiellement la voiture en solo ou les transports en commun.

11% des covoitureurs sont des covoitureurs exclusifs et lorsqu'ils ne covoitorent pas, ils se rabattent à 55% vers les transports en commun et à 36% vers la voiture en solo.

##### 5.4.2.4 La notoriété du site Internet Covoiturage du Grand Lyon (avant la campagne de presse d'avril 2013)

Globalement, 39% des personnes interrogées connaissent le site. Elles sont logiquement, mais avec un écart faible, plus nombreuses parmi les covoitureurs (47%) que parmi les non covoitureurs (39%).

Ceux qui connaissent le site en ont entendu parler (plusieurs réponses possibles) par le bouche à oreille (47%), par la presse (26%), par des recherches sur Internet (23%), par le biais de l'affichage publicitaire (13%) et/ou par leur employeur (11%).

4% seulement des gens qui connaissent le site y sont inscrites, ce pourcentage montant à 9% parmi les covoitureurs.

#### 5.4.2.5 Le degré de satisfaction vis-à-vis du covoiturage

Les covoitureurs actuels sont globalement très satisfaits (98%) de ce mode de déplacement et 85% d'entre eux au moins considèrent que le covoiturage :

- Est un moyen convivial de voyager,
- Permet de faire des économies,
- Donne le sentiment de préserver l'environnement.

Ils sont un peu plus nombreux que les inscrits (44%) à avoir eu à faire face à des problèmes de désistements ou de retards de la part de leurs covoitureurs, ce qui signifie également que plus de la moitié d'entre eux n'ont jamais rencontré ce type de problème.

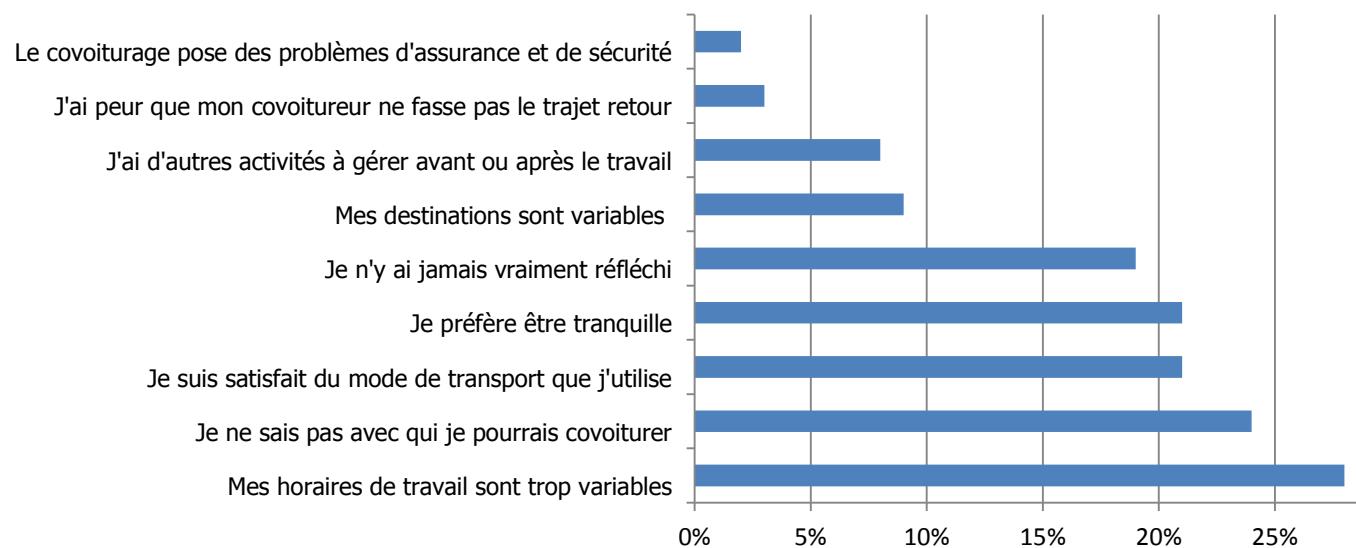
La moitié des covoitureurs actuels ou passés covoitent également pour d'autres motifs que le travail ou les études (essentiellement pour les vacances et pour les loisirs).

#### 5.4.2.6 Zoom sur les non covoitureurs

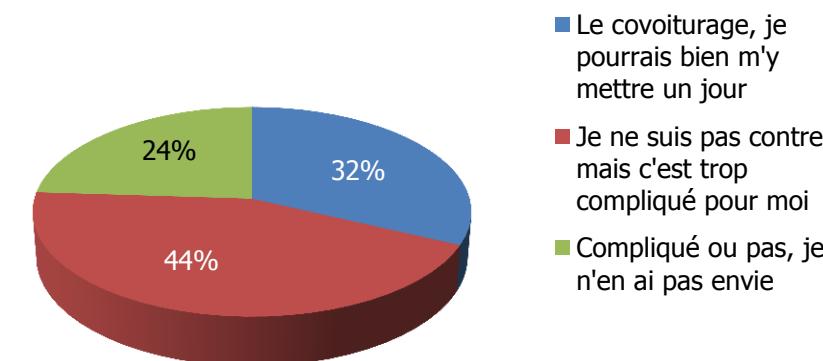
28% de ceux qui ne covoitent pas pour aller travailler ou étudier ont déjà fait du covoiturage pour d'autres types de trajets, essentiellement pour partir en vacances ou pour les loisirs. Ajoutés aux covoitureurs actuels, ce sont donc 34% des actifs et des étudiants qui ont eu l'occasion de pratiquer au moins une fois le covoiturage.

Les non covoitureurs actuels ne sont que 29% à utiliser leur voiture en solo de bout en bout pour aller travailler ou étudier. 27% utilisent leur voiture plus un autre mode et 44% n'utilisent pas du tout la voiture.

Les raisons (plusieurs réponses possibles) invoquées pour expliquer qu'ils n'ont jamais covoituré sur ce trajet sont les suivantes :



On note que certaines de ces raisons sont individuellement dépassables et devraient pouvoir être surmontées par un travail de sensibilisation et d'information. Ce potentiel de développement du covoiturage s'évalue d'ailleurs plus précisément quand on demande aux personnes de préciser leur attitude par rapport au covoiturage :



#### 5.4.2.7 L'impact du covoiturage pour les habitants du Grand Lyon (source : cabinet Nova 7)

Avec une distance moyenne par jour de 15.8 km et un nombre de trajets par semaine en covoiturage de 5.83, les covoitureurs actuels comptabilisent chacun 92.3 km par semaine, soit environ 400 km par mois.

Pour estimer le nombre de kilomètres en voiture solo économisés, Nova 7 a considéré :

- Que seuls ceux qui se déplacent en voiture solo pour les trajets hors covoiturage feraient également le trajet covoituré en voiture solo (26% des covoitureurs actuels),
- Que sont économisés les trajets en voiture que des personnes en plus du répondant (1.5 en moyenne) sachant que parmi elles, seules 36% auraient également fait le trajet en voiture.

Chaque covoiteur génère ainsi une économie de km mensuels de  $400 \times 0.36 \times 1.5 \times 0.36 = 78$  km. Si l'on extrapole sur la base d'une fourchette de 24 000 à 42 200 covoitureurs sur le territoire (cf. 5.4.2.2), on peut estimer le nombre de km économisés mensuellement à :

- 1 900 000 km en hypothèse base, soit 570 tonnes équivalent CO<sub>2</sub><sup>13</sup>,
- 3 300 000 km en hypothèse base, soit 990 tonnes équivalent CO<sub>2</sub>.

<sup>13</sup> Base de calcul = calculette Ademe

#### **5.4.3 DONNEES DE COMPTAGES**

Le Grand Lyon a réalisé en 2009, 2011 et 2013 des comptages aux entrées de trois zones d'activités engagées dans une démarche de PDIE. Ces comptages peuvent être comparés aux données recueillies au moment où ont été établies les diagnostics de chacun de ces PDIE, au moyen de comptages, par le biais des enquêtes de mobilité ou les deux.

Il en ressort :

- Une augmentation très nette de la part modale du covoiturage avant et après la mise en œuvre des plans d'actions arrêtés dans les PDIE (animations, sensibilisation, mise en place du site de covoiturage...) :
  - De 8% à 12% sur la ZI de Lyon Nord,
  - De 3% à 15% sur la Vallée de la Chimie,
  - De 2% à 15% sur la ZI de la Porte des Alpes.
- Des parts modales de covoiturage aujourd’hui élevées sur chacune des zones d’activités, entre 12% et un peu plus de 15%,
- Une stagnation entre 2009 et 2013 après l’effet booster des premières actions : depuis 2009, l’autosolisme continue de régresser (de 4 points Porte des Alpes, de 7 points dans la Vallée de la Chimie...) mais ce recul n'est plus le fait du covoiturage qui se maintient au même niveau ; le recul de l'autosolisme s'effectue désormais plutôt au profit des autres modes (TC, 2RM et modes actifs).

## 6. NANTES METROPOLE

### 6.1 PRESENTATION GENERALE

#### 6.1.1 FICHE SIGNALTIQUE

<b>Porteur principal du projet</b>	Nantes Métropole
<b>Echelle</b>	24 communes
<b>Population concernée</b>	590 000 habitants
<b>Type d'urbanisation</b>	Urbain et Péri-urbain
<b>Type(s) de covoiturage ciblés</b>	Tous mais domicile-travail essentiellement
<b>Date de mise en place</b>	2005 mais surtout à partir de 2009
<b>Partenariat(s) technique(s) et/ou financier(s)</b>	Conseil Général de Loire-Atlantique Carene

#### 6.1.2 LES PRINCIPALES ETAPES

<b>2005</b>	Lancement des premières réflexions axées sur les déplacements domicile-travail et les démarches de PDE et de PDIE
<b>2009</b>	Rapprochement avec le Conseil Général, lancement de la première plate forme de covoiturage et des premières aires de covoiturage
<b>2014</b>	Modernisation de la plate forme de covoiturage et prise d'effet du nouveau marché confié à Greencove-Ecolutis avec un champ d'action élargi

#### 6.1.3 LOCALISATION



Source : Site Internet de Nantes Métropole

#### Les 24 communes de Nantes Métropole

## 6.2 PRÉSENTATION DU DISPOSITIF

Nantes Métropole a commencé à s'intéresser de près au covoiturage à partir de 2005 avec une volonté initiale de travailler sur les déplacements domicile-travail, en lien avec les démarches PDE et PDIE qui se développaient par ailleurs.

Début 2009, un rapprochement s'opère avec le Conseil Général de Loire-Atlantique pour travailler ensemble et mettre en place un service commun (les deux entités conservent des portails différenciés mais mutualisent leurs bases de données).

Une plate-forme de covoiturage est lancée et confiée à l'opérateur Greencove par le biais d'un marché public de 5 ans qui s'est achevé fin 2013.

La Carene, regroupant 115 000 habitants répartis dans 10 communes autour de Saint-Nazaire, rejoint le dispositif fin 2010 mais le quittera en grande partie deux ans plus tard du fait essentiellement d'un faible niveau de trafic sur son portail, la population utilisant plus naturellement celui du Département.

En 2012, un groupement de commandes est constitué pour reconduire le dispositif et recontractualiser avec un opérateur pour la période 2014-2017. Greencove-Ecolutis remporte à nouveau le marché et travaille actuellement à la mise au point de nouvelles fonctionnalités qui seront mises en service en mai 2014.

Au-delà de la plate forme et des services qui lui sont directement rattachés, Nantes Métropole a mis en place de nombreuses actions d'accompagnement, parfois seule, parfois en partenariat avec le Conseil Général.

### 6.2.1 LE SITE INTERNET

#### 6.2.1.1 Les fonctionnalités du site

L'inscription au site est facile et beaucoup d'informations sont accessibles sans nécessité de s'inscrire au préalable. Une charte d'utilisation simplifiée est fournie.

Elle précise notamment qu'aucune participation aux frais n'est mise en place de façon impérative mais que le passager peut participer aux frais selon un montant ou une règle fixée au départ en accord avec le conducteur. Nantes Métropole donne sur le site, à titre indicatif, le montant de la participation aux frais de transport pouvant être mis en place entre conducteur et passagers, avec un outil de calcul qui ne prend en compte que les frais de carburant et de péage (calculette écologique). Il est rappelé que le montant total de la participation des passagers ne doit pas dépasser le coût réel du voyage, conducteur compris.

Un numéro de téléphone est indiqué pour toute question, ainsi qu'un formulaire de contact par mail. Le site renvoie par ailleurs au calculateur d'itinéraires de transports collectifs en Pays de la Loire (destineo.fr) et à la carte des aires de covoiturage labellisées du Département.

Zoomer sur la carte permet de localiser précisément chaque aire et un simple clic permet d'accéder à sa photo et à la liste des trajets enregistrés au départ ou à l'arrivée de l'aire en question.

La base de données est segmentée en quartiers, lieux publics, zones d'activités, centres de formation, etc. de façon à pouvoir qualifier au mieux les origines et destinations.

Des accès spécifiques peuvent être créés pour des entreprises, des administrations, des communes, etc.

Un module spécifique fait référence au covoiturage événementiel. A la date du 24 février 2014, huit événements nantais y étaient recensés dont plusieurs festivals, deux événements sportifs, une exposition et un forum étudiants.

Le Défi Covoiturage vise à promouvoir le covoiturage au sein de l'agglomération nantaise et au-delà. La seconde édition s'est déroulée du 8 octobre au 8 décembre 2012. L'objectif principal est d'encourager l'essai. Deux personnes sur trois qui essaient le covoiturage continuent ensuite. A priori, les gens pensent que c'est compliqué ; une fois qu'ils ont essayé, ils constatent que cela peut s'organiser simplement, indique Nicolas ALBERT, pilote du Défi Covoiturage à la Direction générale des déplacements de Nantes Métropole.

Les entreprises de l'agglomération nantaise se mobilisent aussi à l'occasion du défi covoiturage et participent à faire grimper l'éco-compteur. Cette année, 18 entreprises y ont ainsi participé soit 847 salariés qui ont relevé le défi. Plus de 16 881 kilomètres ont ainsi été évités économisant ainsi plus de 2,887 tonnes de CO<sub>2</sub>.

Ce service, gratuit, permet de trouver des partenaires et de se réunir à plusieurs pour se déplacer à moindre frais : aller travailler, partir en week-end ou en vacances...

Le service s'adresse donc :

- aux automobilistes souhaitant partager leurs frais de transports,
- aux personnes sans voiture et/ou éloignées des transports en commun.

Avec le covoiturage, vous pouvez supprimer une voiture du trafic. Ainsi, vous contribuez à réduire les bouchons, la consommation d'énergie et la pollution ! Pratique : recevez une alerte SMS et/ou une alerte e-mail lorsqu'un trajet correspond au votre.

Page d'accueil du site Internet (avant modernisation de 2014)

Début 2013, la base de données comptait 31 300 membres dont :

- 6 850 inscrits via le portail de Nantes Métropole ([www.covoiturage-nantesmetropole.fr](http://www.covoiturage-nantesmetropole.fr)),
- 6 800 inscrits via le portail du Département ([covoiturage.loire-atlantique.fr](http://covoiturage.loire-atlantique.fr)),
- 1 220 inscrits via le portail de la Carene ([www.covoiturage.carene.com](http://www.covoiturage.carene.com)),
- 16 430 inscrits membres du réseau 123 en voiture.

On dénombre sur la plate-forme environ 15 000 trajets disponibles au départ ou à l'arrivée de la Loire-Atlantique, plus de 69 000 alertes annuelles de mise en relation et près de 75 000 visiteurs uniques (en 2012).

#### 6.2.1.2 Les projets d'évolution à court terme

Le nouveau marché signé avec Greencove-Ecolutis prévoit la mise en service d'une application mobile de la plate forme de covoiturage, la production de rapports trimestriels avec des indicateurs adaptés et une assistance pour faciliter les renvois avec la plate forme de covoiturage à partir de sites externes (ceux des communes de l'agglomération, des autres opérateurs de transport...).

D'autres évolutions sont envisagées mais de façon incertaine car elles ont été incluses au marché sous forme de tranches conditionnelles :

- Mise en place d'un service de mise en relation téléphonique par diffusion d'un numéro de téléphone passerelle évitant la diffusion de numéros de téléphone personnels,
- Mise en place d'un serveur téléphonique accessible en journée (quelques heures) et chargé de faire de la mise en relation,
- Mise en place d'un partenariat avec les drives de marque Auchan qui consentirait une remise de 3 €/panier pour ses clients covoitureurs,
- Mise en place de fonctionnalités de communautés avancées (entreprises, groupes scolaires...).

## 6.2.2 L'ANIMATION

#### 6.2.2.1 L'animation confiée à l'opérateur Greencove-Ecolutis

Greencove-Ecolutis et le groupement de commandes sont liés jusqu'en 2017 par trois marchés séparés. Le premier est lié à la plate-forme de covoiturage proprement dite et les deux autres sont des marchés à bons de commandes, le premier pour des missions d'animation d'accompagnement et le second pour des prestations d'assistance à maîtrise d'ouvrage.

Le marché d'animation, auquel la Carene est également partie prenante, comprend les prestations suivantes :

- Animation annuelle de la page d'accueil de la plate forme, avec des évolutions visuelles du site pour bien montrer aux usagers qu'il s'agit d'un site actif et vivant,
- Réalisation d'une newsletter annuelle envoyée à l'ensemble des inscrits,
- Une campagne annuelle de recrutement de nouveaux usagers, et sur référencement du site par Google,
- Réalisation de stands d'information susceptibles d'être utilisés pour des animations sur le territoire,
- Création d'un guide argumentaire pour lever les freins au covoiturage,
- Participation à 100 trajets dans une logique de client mystère, avec des ambassadeurs pratiquants.

#### 6.2.2.2 Les défis covoiturage

En 2011 et en 2012, Nantes Métropole a mis en place les « défis covoiturage » qui s'apparentent à un challenge inter-entreprises visant à promouvoir ce mode de déplacements et à susciter des essais individuels susceptibles de se pérenniser.

Pour ce faire, Nantes Métropole s'appuie sur les référents PDE des entreprises à qui elle fournit clé en main tous les outils de communication (kit complet, mails de relance rédigés et des animations « pré-pensées »). Les entreprises choisissent à quel moment elles veulent participer (sur octobre et novembre en 2012) et pendant combien de temps (mais au moins pendant une semaine).



Affiche 2011 du défi covoiturage

En 2011, un gros travail de démarchage a été effectué en amont auprès de 350 entreprises qui a abouti à une participation massive : 55 entreprises, 1 090 covoitureurs déclarés et 29 000 kilomètres évités. En 2012, la participation a été moins forte (19 entreprises et 647 covoitureurs déclarés) du fait d'un moindre démarchage et d'une certaine saturation des entreprises sans doute trop sollicitées.

Les performances atteintes par les entreprises lauréates ont été significatives avec des parts modales dépassant 40% pour le covoiturage et des taux de remplissage élevés, compris entre 2.6 et 2.8.

C'est pourquoi depuis l'année dernière Nantes Métropole a remplacé les défis thématiques par un défi « mobilité durable » reprenant le même principe mais englobant tous les modes de déplacements alternatifs à l'autosolisme.

L'objectif de Nantes Métropole est de pérenniser cette action et si possible de trouver le moyen de la rendre plus efficace dans les entreprises de plus de 200 salariés et/ou multi sites qui y participent proportionnellement beaucoup moins que les autres.

### 6.2.3 LES POINTS STOP

Nantes Métropole expérimente plusieurs mini-réseaux de points stop (covoiturage spontané) et envisage d'en lancer d'autres. Trois ont été mis en place pour favoriser le covoiturage de courte distance et les deux autres sont plutôt dédiés au covoiturage de moyenne distance. Dans les deux cas, l'idée a été de matérialiser des emplacements aménagés et signalisés (ce qui n'est pas sans poser problème en l'absence de statut réglementaire clair pour ce type d'usage) mais sans entrer dans un mode opératoire compliqué avec des systèmes d'inscriptions préalables, de charte ou de macarons.

#### 6.2.3.1 *Les points stop de courte distance*

Trois mini-réseaux de points stop de courte distance ont été mis en place :

- Un réseau de 6 points stop à la Chapelle sur Erdre,
- Un réseau de 4 points stop assurant une connexion entre la zone aéroportuaire et le terminus de la ligne 3 à Neustrie,
- Un réseau de 2 points stop assurant une connexion entre la Chantrerie et le terminus de la ligne 1 à la Beaujoire.

Le premier de ces mini-réseaux de point stop a été mis en place à la suite d'un PDIE pour favoriser la liaison entre le terminus de tramway et une zone d'activité distante de 2-3 kilomètres, à un endroit où l'offre de transport en commun était faible (et ne pouvait pas être densifiée rapidement) et où l'intermodalité avec le vélo difficilement envisageable du fait des niveaux de trafic et de l'absence d'aménagements cyclables sécurisés.

Le point stop existe toujours mais il est très peu utilisé et n'a pas suscité un développement sensible de la pratique. Parmi les causes probables :

- Un PDIE insuffisamment animé et donc un manque de diffusion de l'information,
- Une absence d'effet de masse, peu de salariés prenant le risque de s'en remettre au covoiturage pour effectuer un court trajet.

#### 6.2.3.2 *Les points stop de moyenne distance*

Contrairement au point précédent, ces deux points stop ont été mis en œuvre à des endroits où une pratique existait déjà, en sortie d'agglomération, en direction de Saint-Nazaire (60 km) d'une part et de Rennes (110 km) d'autre part.

Ils fonctionnent l'un et l'autre très bien et même presque trop dans la mesure où ils ont été positionnés à proximité d'arrêts de transport en commun et où la cohabitation génère des conflits d'usage.

Le point stop le plus utilisé est le point stop « Cardo » qui est implanté à un point stratégique, à proximité immédiate de la RN 137 en direction de Rennes et du périphérique (porte de Rennes), au niveau de l'entrée d'un parc relais et face à un arrêt de tramway. Une courte campagne d'évaluation a d'ailleurs été menée à cet endroit en 2012 (cf. chapitre 6.4.2).

L'autre point stop, situé en terminus de la ligne 1, n'a fait l'objet d'aucune évaluation.



Point stop « Cardo » en direction de Rennes

### 6.2.4 LES PLACES RESERVEES AUX COVOITUREURS

#### 6.2.4.1 *Chez les employeurs*

Pour lui donner de la visibilité et valoriser la pratique, Nantes Métropole encourage les entreprises à réserver des places de stationnement aux covoitureurs.

Pour ce faire, Nantes Métropole fournit la signalétique aux entreprises volontaires, charge à elles de les aménager et d'en faire respecter l'usage. Une quinzaine d'entreprises ont participé à cette action, pour un total d'environ 150 places, sachant que toutes les entreprises engagées dans un PDE n'ont pas la possibilité de la mettre en œuvre si elles ne sont pas propriétaires du parking ou si le parking est partagé par plusieurs d'entreprises.

La principale difficulté rencontrée est le non respect de la signalétique et l'utilisation des places réservées par tous types d'automobilistes, les entreprises n'ayant pas toujours les moyens de faire la police sur leurs parkings.

A cet égard, le constat est que les trois premières semaines sont cruciales pour gagner, ou perdre, le respect de l'usage dévolu à ces places réservées.

#### 6.2.4.2 *Les places réservées dans les parcs relais*

En 2010, Nantes Métropole a expérimenté pendant 7 mois la mise à disposition de places réservées aux covoitureurs dans 10 parkings relais, soit 40 places au total parmi les mieux situées dans chacun des parkings.

Une campagne de communication a lancé la démarche, expliquant que ces places étaient réservées aux véhicules ayant au moins trois personnes à bord. Il n'y avait pas de surveillance directe aux heures d'arrivée des véhicules mais trois fois par semaine, le personnel d'exploitation du parking procédait à une analyse a posteriori des bandes de vidéosurveillance et déposait un papillon sur le pare brise des véhicules utilisant indument les places réservées.

Le taux d'incivisme relevé était partout très élevé, autour de 70%, même sur les parkings relais qui n'étaient pas saturés.

Le dispositif a donc été abandonné mais Nantes Métropole n'exclut pas de le relancer dans l'hypothèse où les parkings relais deviendraient payants.

#### 6.2.5 LE COVOITURAGE A VOCATION SOCIALE

Convaincu de l'importance des enjeux en la matière, Nantes Métropole a cherché à plusieurs reprises depuis 2011 à lancer des opérations pour faciliter le covoiturage à vocation sociale.

Les réflexions n'ont jamais débouché mais ont quand même permis de mesurer la complexité de la tâche et d'identifier un certain nombre de freins :

- Nécessité d'une animation de proximité intensive et adaptée au public : faible usage de l'outil internet, problèmes d'analphabétisme, de méconnaissance du concept et du mot covoiturage (le terme « accompagnement » est mieux compris)...
- Pratiques d'entraide déjà bien ancrées dans le cercle restreint des voisins et connaissances et volonté de connaître le covoitureur potentiel avant de s'engager,
- Difficultés à mobiliser l'ensemble des acteurs impliqués autour de projets communs (emploi, social, transport et mobilité),
- Très probable nécessité de passage par un opérateur humain vers qui renvoyer les demandes et capable soit d'assurer la mise en relation soit d'acter qu'une demande ne peut être satisfaite par le biais du covoiturage,
- Réticence des employeurs saisonniers qui craignent que leurs employés arrivent en retard...



Concept de covoiturage envisagé en 2011 en habitat social

Il est probable que Nantes Métropole cherchera ultérieurement à réinvestir cette thématique politiquement et socialement sensible.

#### 6.3 LES ELEMENTS FINANCIERS

Nantes Métropole dépense 10 k€/an pour la gestion courante de sa politique de covoiturage (plate forme...), soit environ 1 € par inscrit et par an.

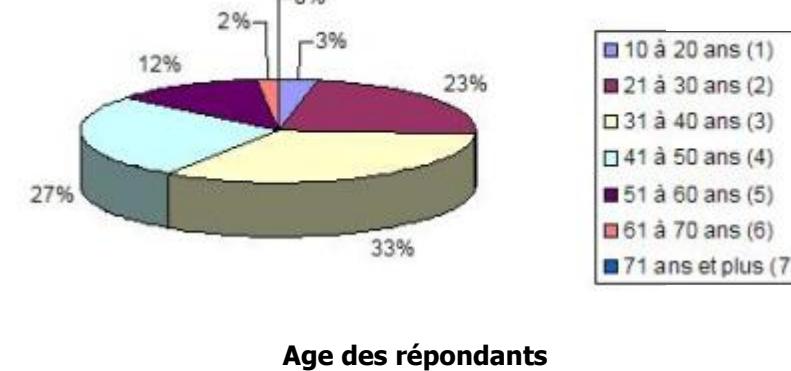
Ne sont pas compris dans ce budget, et n'ont pas été évalués avec précision par Nantes Métropole, les actions de communication, les actions de promotion, les enquêtes et évaluations...

## 6.4 LES RESULTATS

### 6.4.1 ENQUETE DE 2010

En novembre 2010, une enquête a été menée auprès des 6 825 inscrits sur la base de données départementale (Conseil Général + Nantes Métropole + Carene), permettant de recueillir 930 questionnaires exploitables.

Les réponses émanaient à 56% de femmes et pour les ¾ de personnes âgées de 21 à 50 ans. 90% d'entre eux possèdent une voiture.



#### 6.4.1.1 Rapports à la plate forme de covoiturage

Le point le plus positif concernait l'ergonomie générale du site qui était jugée satisfaisante par 83% des inscrits. Étaient également jugées satisfaisantes, mais dans des proportions moindres, la facilité de mise en relation et le recensement des aires de covoiturage (qui démarrait à l'époque).

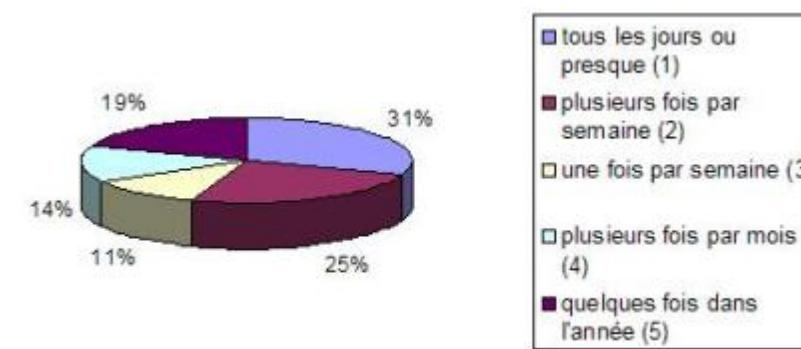
Le seul point d'insatisfaction concernait le nombre d'annonces disponibles qui était jugé insatisfaisant par 60% des inscrits (mais la plate forme était encore récente).

Parmi les évolutions les plus attendues à l'époque figuraient donc une augmentation sensible du nombre d'annonces et le développement des aires de covoiturage réclamés respectivement par 94% et 81% des inscrits.

Une mise en relation assistée et personnalisée, un opérateur prenant en charge chaque dossier et proposant individuellement les meilleures solutions, a été également une poste d'évolution jugée intéressante mais pour une faible majorité des inscrits (56%).

#### 6.4.1.2 Les pratiques effectives de covoiturage

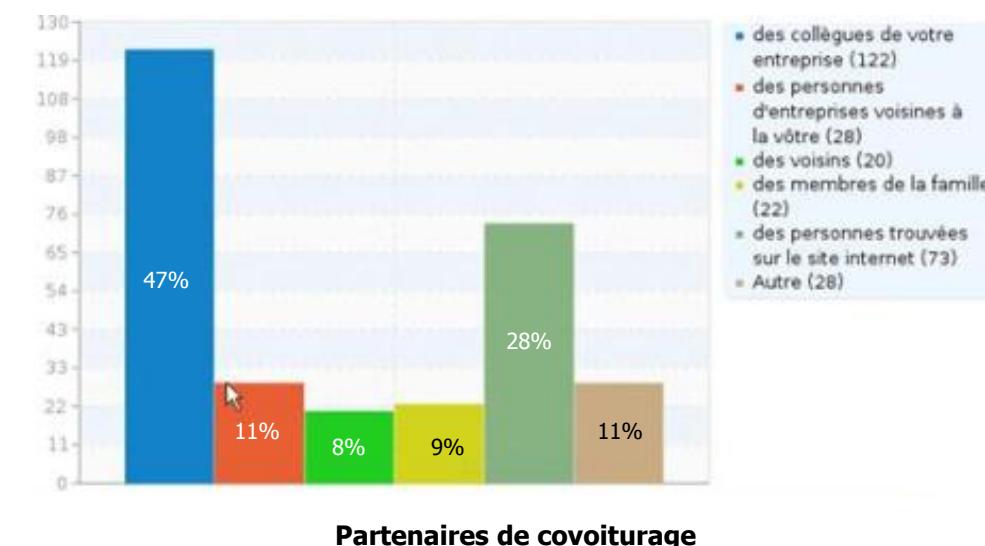
28% des inscrits à la plate forme déclaraient une pratique de covoiturage au moment de l'enquête, avec des niveaux de fréquence relativement élevés :



Parmi ceux qui covoiturent, la moitié le faisait sur des trajets domicile-travail et 62% déclaraient vouloir covoiturer davantage.

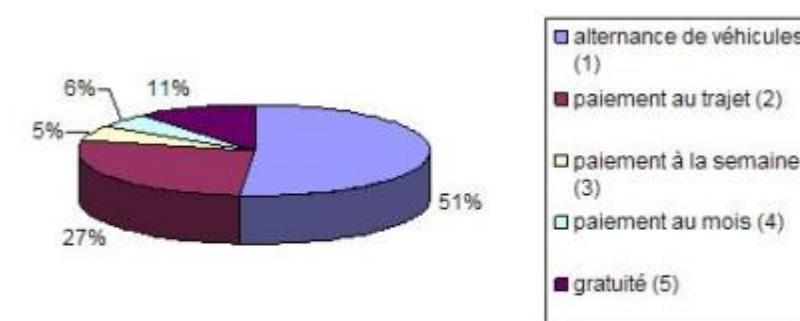
Près de la moitié des covoitureurs covoitaient avec des collègues de leur entreprise qui est de loin la pratique la plus courante. 30% covoituraient avec des personnes trouvées grâce à la plate forme.

Le covoiturage avec des personnes d'entreprises voisines, avec des voisins ou avec des membres de la famille étaient également des pratiques non marginales.



Dans 12% des cas, le rendez-vous s'opérait sur une aire de covoiturage dédiée. La distance moyenne aller-retour était de 38 km.

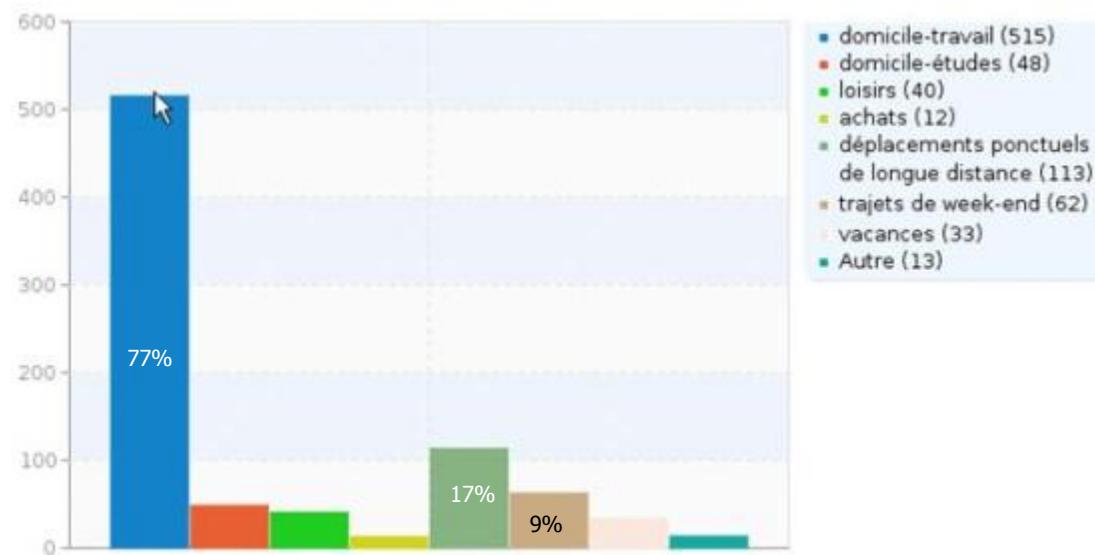
Les arrangements les plus courants pour le partage des frais étaient l'utilisation alternée de véhicules et le paiement au trajet, voire à la semaine ou au mois. Dans 11% des cas, le covoiturage était gratuit.



#### 6.4.1.3 Les inscrits non covoitureurs effectifs

Parmi les 72% d'inscrits qui ne covoitent pas, les ¾ étaient en recherche effective d'un covoiteur qu'ils n'avaient pas encore réussi à trouver.

85% d'entre eux étaient à la recherche d'une solution pour leurs trajets domicile travail ou domicile-étude. Les autres souhaits non satisfaits concernaient surtout des trajets ponctuels de longue distance et des trajets de week end.



**Les types de trajets recherchés par les non covoitureurs**

#### 6.4.1.4 L'image et les déterminants du covoiturage

Sans surprise, c'est l'intérêt économique du covoiturage qui ressort assez nettement en premier suivi de la protection de l'environnement et de la praticité.

La convivialité est également un facteur important que mettent d'ailleurs plus en avant ceux qui covoitent que ceux qui ne covoitent pas.

La contrainte et la nécessité de tenir un engagement est la seule appréciation négative significativement mise en avant et là encore plus par ceux qui ne covoitent pas que par ceux qui covoitent.

Il apparaît donc que ceux qui covoitent trouvent dans le covoiturage plus de convivialité et moins de contraintes que ce qu'ils imaginaient au départ.

#### 6.4.2 ENQUETES DE FREQUENTATION AU NIVEAU DES POINT STOP

Des enquêtes de comptages et d'observations ont été menées en juin 2012 sur différents points stop de Nantes Métropole.

##### 6.4.2.1 Enquête au niveau du point stop « Cardo »

La campagne de comptages et d'observations a été organisée sur trois jours :

- Un vendredi de 7h à 20h,
- Un samedi de 8h à 20h,
- Un dimanche de 16h à 20h.

Des flux conséquents y ont été relevés en particulier le vendredi à partir de 16h30 dans le sens « départ » et le dimanche à partir de 17h30 dans les deux sens :

	Prises en charge	Déposés	Total
Vendredi	168	113	281
Samedi	89	88	177
Dimanche	95	92	187

Dans les périodes de pointe entre 16h et 20h le vendredi et le dimanche, la fréquentation du point stop atteint des niveaux très élevés (40 mouvements/heure le vendredi et 50 mouvements/heure le dimanche) qui aboutissent à une saturation de l'encoche qui occasionne une gêne réelle pour les cyclistes et pour les bus et qui génère même un report vers un parking privé (Norauto) de l'autre côté de l'arrêt de tramway.

D'un point de vue plus qualitatif a également été observé :

- Un fort niveau d'intermodalité avec le tramway (très visible le dimanche et supposé les deux autres jours dans la mesure où la fréquentation des lieux permettait plus difficilement d'identifier l'origine des covoitureurs),
- Une utilisation non spontanée du point stop : la plupart des covoiturés avaient rendez-vous avec leur covoitureur,
- Des usagers semblant être majoritairement des étudiants et des jeunes actifs.

Aucune donnée plus précise n'a été recueillie lors de cette enquête permettant de mieux caractériser qui covoiture et jusqu'où.

#### **6.4.2.2 Enquête de fréquentation au niveau de « Neustrie Aéroport »**

La campagne de comptages et d'observations, menée un mardi de 7h à 20h sur 2 des 4 points stop, a montré que ces points stop ne fonctionnaient pas (6 prises en charge et 4 déposes sur toute la journée) et qu'ils servaient surtout de points de rendez-vous, voire de parking.



**L'un des points stop (Océania)**

#### **6.4.2.3 Enquête de fréquentation au niveau de « Beaujoire-Chantrerie »**

La campagne de comptages et d'observations, menée un jeudi de 7h30 à 20h30 sur les deux points stop, a montré que ces points stop ne fonctionnaient pas (7 prises en charge et 3 déposes sur toute la journée) et qu'ils servaient surtout de points de rendez-vous.

De toute la journée, une seule prise en charge a été réellement spontanée (la personne attendait le bus et a vu passer un collègue qui l'a emmenée).



**L'un des points stop (Beaujoire)**

#### **6.4.3 ENQUETES DE FREQUENTATION AU NIVEAU DES AIRES DE COVOITURAGE**

Des enquêtes de comptages et d'observations ont été menées en mai 2012 sur différentes aires de covoiturage de Nantes Métropole.

Cf. résultats dans le chapitre 7.4.2 consacré au Conseil Général de Loire-Atlantique.

## 7. CONSEIL GENERAL DE LOIRE-ATLANTIQUE

### 7.1 PRESENTATION GENERALE

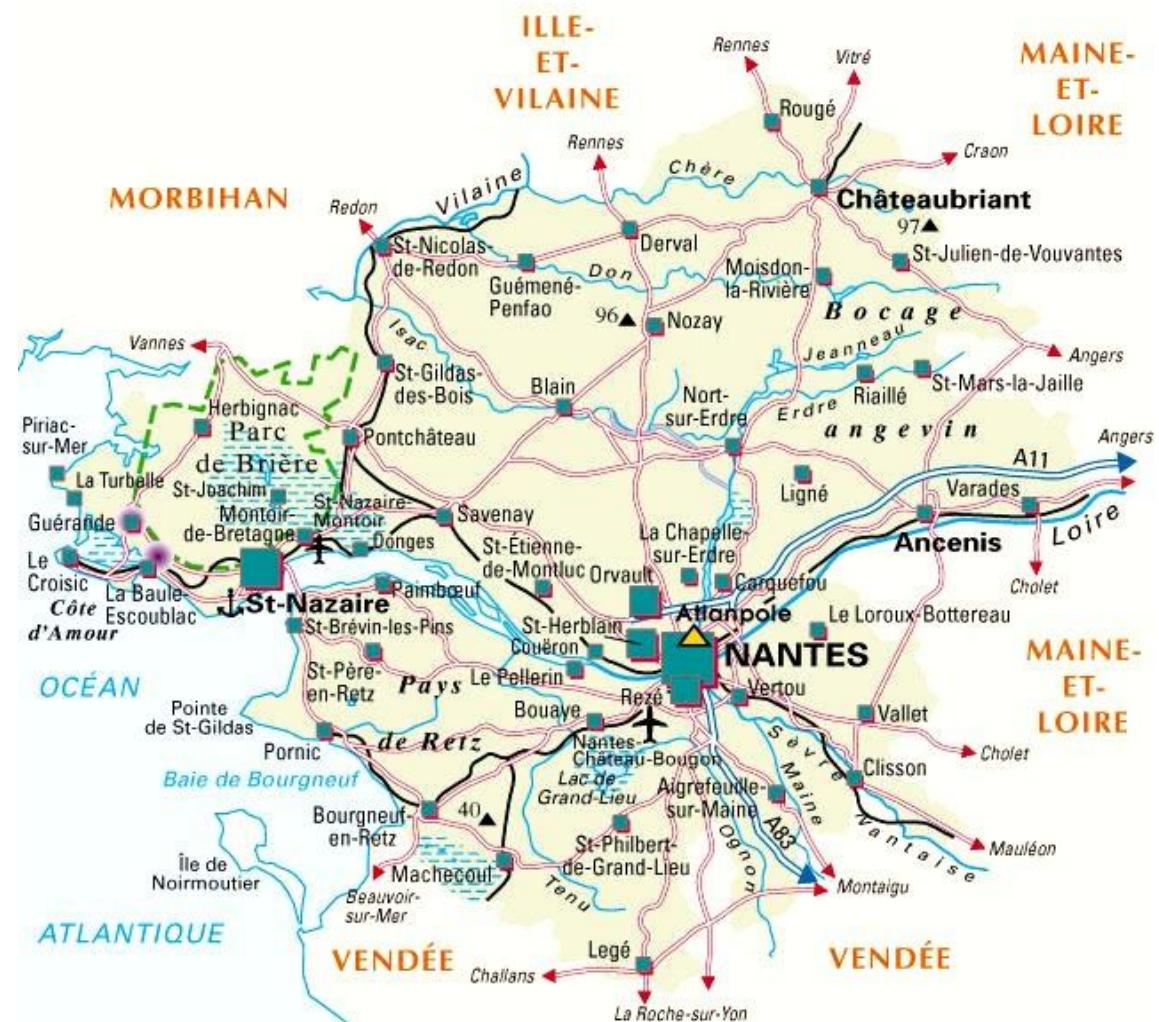
#### 7.1.1 FICHE SIGNALETIQUE

<b>Porteur principal du projet</b>	Conseil Général de Loire-Atlantique
<b>Echelle</b>	221 communes
<b>Population concernée</b>	1 300 000 habitants
<b>Type d'urbanisation</b>	Tous types
<b>Type(s) de covoiturage ciblés</b>	Tous mais domicile-travail essentiellement
<b>Date de mise en place</b>	2009
<b>Partenariat(s) technique(s) et/ou financier(s)</b>	Nantes Métropole Carene Autres collectivités locales (communes et intercommunalités) Entreprises privées

#### 7.1.2 LES PRINCIPALES ETAPES

<b>2009</b>	Rapprochement avec Nantes Métropole lancement de la première plate forme de covoiturage et des premières aires de covoiturage
<b>2014</b>	Modernisation de la plate forme de covoiturage et prise d'effet du nouveau marché confié à Greencove-Ecolutis avec un champ d'action élargi

#### 7.1.3 LOCALISATION



Source : [www.1France.fr](http://www.1France.fr)

#### Le département de Loire-Atlantique

## 7.2 PRÉSENTATION DU DISPOSITIF

C'est fin 2008 début 2009 que le Conseil Général de Loire-Atlantique a décidé de s'engager fortement dans le domaine du covoiturage avec une intervention délibérément partenariale et structurée en trois points principaux :

- Mise en œuvre d'une plate forme de covoiturage et d'aide à la mise en relation,
- Mise en œuvre d'un réseau maillé d'aires de covoiturage,
- Mise en œuvre d'actions de communication et de promotion.

### 7.2.1 LE SITE INTERNET

La plate forme de covoiturage est la même que celle de Nantes Métropole et l'interface graphique est également pratiquement identique.

The screenshot shows the homepage of the covoiturage.loire-atlantique.fr website. It features a top navigation bar with links like "Département de Loire-Atlantique", "covoiturage.loire-atlantique.fr", and "Partagez plus qu'un trajet !". Below this is a sidebar with links for "Covoiturage en Loire-Atlantique" (Accueil, S'inscrire, S'identifier, Rechercher un trajet, Informations pratiques, Aires de covoiturage, Lieux publics, Événements, Mode d'emploi, Charte d'utilisation, Contact, Contact employeur, Recommander ce site), "Besoin d'aide ? 02.40.99.19.32 (prix d'un appel local)", and "destineo.fr". The main content area includes a "S'identifier" form, a "Rechercher un trajet" form, a "Derniers Trajets en Loire-Atlantique" list, and a "Pratique" section with a "GAGNEZ DU TEMPS !" clock graphic. Logos for CARENE, Nantes Métropole, and Loire Atlantique are at the bottom.

Page d'accueil du site Internet (avant modernisation de 2014)

Pour augmenter la lisibilité du site et le nombre de portes d'entrées, le Conseil Général met gracieusement à disposition des collectivités du département des interfaces locales.

The screenshot shows the "Covoiturage" page of the Saint-Julien-de-Concelles website. It features a large aerial photo of agricultural fields and a town. The page includes a "RETROUVEZ AUSSI" sidebar with "Transports/Déplacements" links (Déplacements doux, Transports en commun), a "EN UN CLIC" sidebar with links (Droits et démarches, Marchés publics, Communication municipale, Contacts utiles, Restauration scolaire, Se déplacer, Plan, Galerie photos, Météo), and a "COVOITURAGE" section with a "Saint-Julien de Concelles" logo and a "VOLIS CLIQUEZ, VOLIS COVOITUREZ" graphic. A search form for "Recherche rapide de trajet en covoiturage" is also present.

Page «covoiturage » du site internet de la commune de Saint-Julien-de-Concelles (7000 hab.)

Bienvenue sur le site officiel de la Mairie d'Herbignac

**...Marais salants...**

**HERBIGNAC**

Rechercher  OK

LA VILLE VIE MUNICIPALE ECONOMIE URBANISME CADRE DE VIE ENFANCE JEUNESSE VIE SCOLAIRE VIE SOCIALE SOLIDARITE CULTURE TOURISME PATRIMOINE VIE ASSOCIATIVE

NEWS LES BREVES

A la Une Toute l'actualité Actualités Actu Municipale Actu Urbanisme Actu Associations Actu Culturelle Actu Jeunesse Actu Travaux

Plan de la Ville Le Pédestre Herbignacais Contacts en Mairie Les marchés Publics Agenda 21

La maison des associations Les associations Matériel à disposition

Accueil > Démarches en ligne

Covoiturage Herbignac

Ecoutez

Sélectionner un Thème EN 1 CLIC

COVOITURAGE Je m'inscris

Rechercher un trajet Départ : Arrivée : OK

Derniers trajets : Herbignac (44)

- Herbignac > Guerande
- Herbignac > Nantes
- Herbignac > St Ave
- Herbignac > St Hilaire
- Herbignac > Pontchateau
- Herbignac > Guerande
- Herbignac > Guerande
- Herbignac > Radon
- Herbignac > Nantes

annonces de covoiturage : Herbignac

Herbignac Magazine Herbignac Info

Vies de Quartiers

Jan Fev Mars 2014 En vie de quartiers n° 2 Tous les bulletins Tous les numéros

Page «covoiturage » du site internet de la commune d'Herbignac (6000 hab.) avec visualisation des trajets concernant la commune

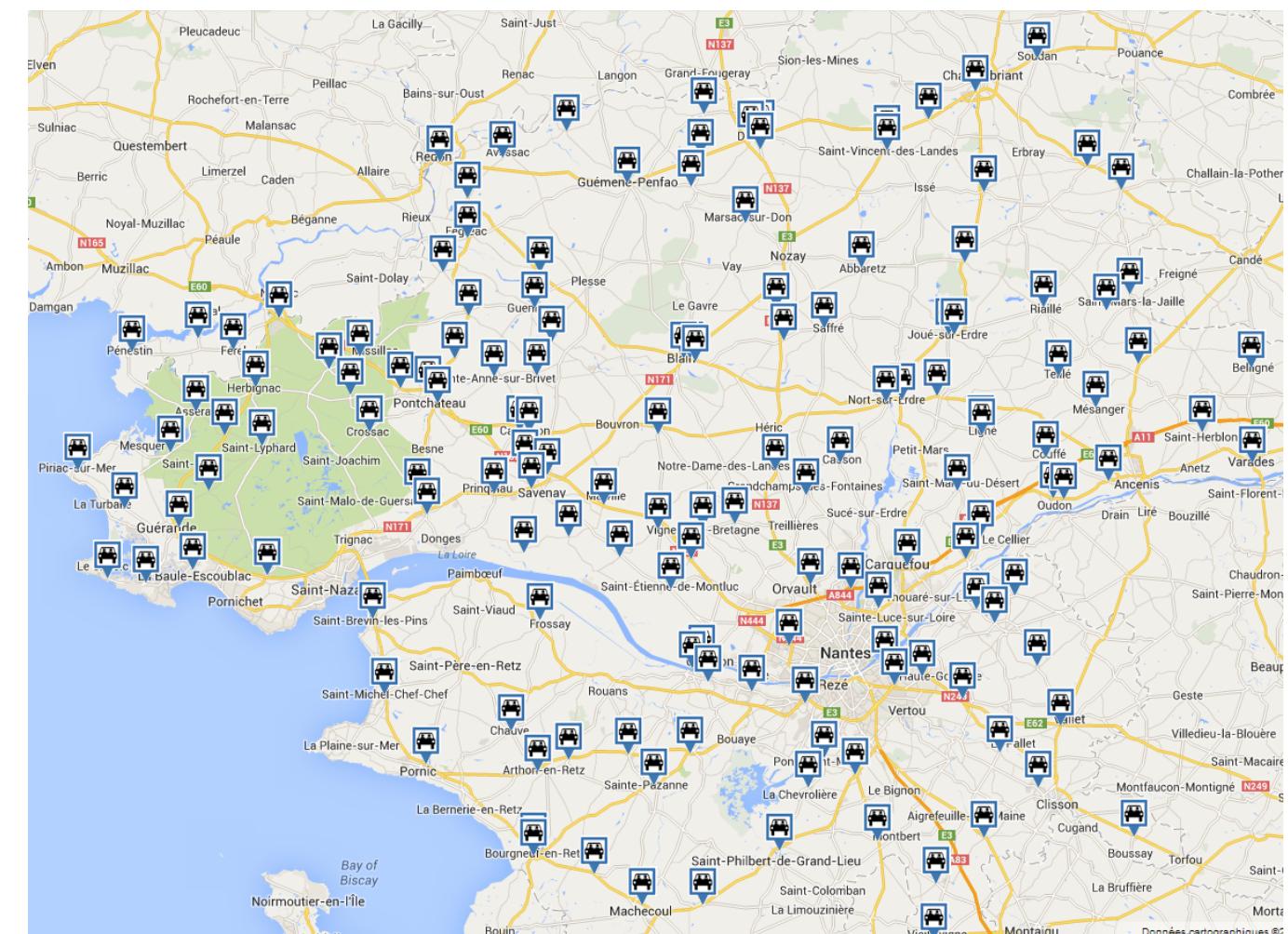
## 7.2.2 LE RESEAU D'AIRES DE COVOITURAGE

La mise en œuvre d'un réseau d'aires de covoiturage sur l'ensemble du territoire a été dès 2009 une préoccupation et une volonté du Conseil Général qui souhaitait ainsi :

- Eviter que les covoitureurs ne se garent n'importe où, dans des endroits potentiellement dangereux pour eux et pour les autres, ou dans des endroits susceptibles de gêner les riverains et l'activité commerciale, en mettant à leur disposition des parkings attractifs et sécurisés,
- Faire de ces parkings un véritable outil de promotion du covoiturage et d'incitation à la pratique (donner envie).

### 7.2.2.1 Logique de déploiement

Les premières aires ont été implantées là où des pratiques de covoiturage existaient déjà. Puis le réseau a essaimé sur tout le territoire et s'est progressivement densifié. On recensait 120 aires de covoiturage fin 2012. Il y en a aujourd'hui 150 et leur nombre augmente encore.



Le choix des nouvelles implantations répond à plusieurs critères :

- Boucher les trous et assurer une couverture globale avec au moins une aire de covoiturage par intercommunalité,
- S'adapter à la réalité des pratiques (si une aire tend à saturer, en ouvrir une pas loin permettant de la délester) et essayer d'anticiper les besoins en fonction de l'évolution du réseau et des points de congestion,
- Eviter autant que faire se peut la création de nouveaux parkings en valorisant des parkings existants (publics ou privés) sous utilisés et bien positionnés (visibles, le long d'axes circulants ou au carrefour d'axes circulants),
- Rechercher lorsque c'est possible des interactions avec le réseau de transport en commun.

Sur l'ensemble du réseau, fin 2012, moins de 30% des aires avaient fait l'objet de travaux d'infrastructures : 60% avaient pu être mises en œuvre sur des parkings publics existants et 10% sur des parkings privés.

#### 7.2.2.2 Système de labellisation

Pour assurer une cohérence d'ensemble, un système de labellisation des aires de covoiturage a été mis en place par le Département qui conventionne avec chaque propriétaire de parking (public ou privé) sur les bases suivantes :

- Conventions annuelles reconductibles d'année en année par tacite reconduction,
- Définition du périmètre de l'aire de covoiturage et du nombre de places concernées,
- Dénomination commune de l'aire de covoiturage,
- Fourniture et pose d'une signalétique normalisée (et de la pré signalisation) par le Département.



**La signalétique normalisée positionnée en entrée d'aire de covoiturage**

#### 7.2.2.3 Le recours aux parkings privés

Le recours aux parkings privés, à cette échelle, est une spécificité de la politique du Conseil Général de Loire-Atlantique qui a pu mettre en place des aires de covoiturage sur les parkings :

- De plusieurs moyennes et grandes surfaces,
- De supérettes,
- D'un distributeur spécialisé (Norauto),
- De trois restaurateurs,
- D'une discothèque,
- D'un institut de formation,
- Etc.

L'intérêt pour la collectivité est évident, aussi bien sur le plan économique que sur le plan écologique (économie de ressources) et cet intérêt est partagé par les structures privées qui y voient aussi des avantages :

- Le conventionnement permet d'encadrer une pratique qui existe déjà de toute façon sur bon nombre de ces parkings, en particulier ceux des moyennes et des grandes surfaces,
- Les restaurateurs et les supérettes disent avoir eu des retombées positives consécutives à la présence de véhicules stationnés en journée sur leurs parkings qui tend à attirer une nouvelle clientèle (les automobilistes de passage s'arrêtent plus volontiers déjeuner dans un restaurant dont le parking est déjà partiellement occupé) sans générer de forts désagréments dans la mesure où la pratique majoritaire de covoiturage génère un stationnement de journée la semaine alors que les heures de pointe des commerces sont plutôt le soir et le week end.



**Aires labellisées sur les parkings d'un Intermarché et d'un Super U**

#### 7.2.2.4 Un lien direct avec la plate forme de covoiturage

Zoomer sur la carte des aires de covoiturage sur le site Internet permet de localiser précisément chaque aire et un simple clic permet d'accéder à sa photo et à la liste des trajets enregistrés au départ ou à l'arrivée de l'aire en question :

##### Complexe Sportif - Détail d'un lieu

<http://www.vieillevigne44.com/>



Ajouter un trajet vers ce lieu

##### Trajets aller

Départ	Arrivée	Fréquence/Date	Rôle
Vieillevigne (44116)	St Hilaire De Clisson (44190)	Quotidien	
Vieillevigne (44116)	Nantes (44000)	Quotidien	
Vieillevigne (44116)	Lege (44850)	Quotidien	
Vieillevigne (44116)	Corcoue Sur Logne (44850)	Quotidien	
Vieillevigne (44116)	La Roche Sur Yon (85000)	Quotidien	
Vieillevigne (44116)	La Roche Sur Yon (85000)	Quotidien	
Vieillevigne (44116)	Basse Goulaine (44115)	Quotidien	
Vieillevigne (44116)	Nantes (44000)	Quotidien	

##### Trajets retour

Départ	Arrivée	Fréquence/Date	Rôle
St Hilaire De Clisson (44190)	Vieillevigne (44116)	Quotidien	
Lege (44850)	Vieillevigne (44116)	Quotidien	
Corcoue Sur Logne (44850)	Vieillevigne (44116)	Quotidien	
Nantes (44000)	Vieillevigne (44116)	Quotidien	

#### Zoom sur une aire de covoiturage sur la plate forme de covoiturage

#### 7.2.3 LA PROMOTION ET LA SENSIBILISATION

Les actions de promotion et de communication relèvent essentiellement d'une communication locale et de proximité qui s'opère par le biais :

- Du réseau des aires de covoiturage dont le positionnement et la signalétique constituent un rappel permanent aux automobilistes de la possibilité de covoiturer,
- De la publication d'articles de presse et de reportage télé, par exemple à l'occasion de l'inauguration d'une nouvelle aire,
- De contacts directs et réguliers auprès des communes, des intercommunalités, des conseils locaux de développement, des clubs d'entreprises, des gestionnaires de zones d'activités, du réseau associatif (Ufolep)...
- Des pages internet consacrées au covoiturage sur le site du Conseil Général et des bannières ou rappels insérés dans les sites Internet des communes et de tous les acteurs du territoire qui relaient l'information.

#### 7.2.4 LES AXES DE TRAVAIL RECENTS OU A VENIR

##### 7.2.4.1 Le point stop du Pays de Redon

Animé par la Maison de l'emploi, du développement, de la formation et de l'insertion (Medefi), un dispositif de points stop a été récemment mis en place dans le Pays de Redon (Ille-et-Vilaine) avec l'objectif de relier la ville-centre aux communes périphériques. Une vingtaine de points ont ainsi été installés

Compte tenu de la position géographique du Pays de Redon, situé à la limite sud de l'Ille-et-Vilaine, le dispositif associe les Conseils généraux de l'Ille-et-Vilaine, de Loire-Atlantique et du Morbihan, le pays de Redon et de Vilaine, ainsi que cinq communautés de communes.

Les mairies sont chargées de fournir les brassards et autocollants aux automobilistes et auto-stoppeurs intéressés. L'idée est surtout de rendre la pratique plus visible pour donner envie aux automobilistes de s'arrêter, et augmenter les chances des auto-stoppeurs d'être pris. Le dispositif est cependant trop récent (septembre 2013) pour pouvoir être évalué.



Source : <http://www.ille-et-vilaine.fr/fr/actualite/auto-stop-en-toute-securite-dans-pays-redon>

#### Un des points stop du Pays de Redon

#### 7.2.4.2 Le point stop de la commune de Saint-Michel-Chef-Chef

Le Conseil Général a soutenu la mise en place d'un point stop dans la commune touristique de Saint-Michel-Chef-Chef mais le dispositif est très récent, peu animé et donc impossible à évaluer pour l'instant.

#### 7.2.4.3 Le covoiturage vers les gares

Le Conseil Général a le projet de développer le covoiturage en direction des gares. L'un des premiers projets exemplaires de ce dispositif nommé « covoitugare » prendra corps en 2014 avec la mise en service de la nouvelle gare de Clisson dont 40 places de parking vont être réservées aux covoitureurs.

Le développement de ce dispositif reste compliqué compte tenu en particulier du nombre d'acteurs à mobiliser (RFF, SNCF...) mais il reste une priorité du Conseil Général qui espère que des mesures incitatives d'accompagnement pourront voir le jour, comme par exemple la proposition systématique faite à un salarié venant en gare s'abonner pour ses déplacements domicile-travail d'inscrire sur la plate forme de covoiturage son trajet domicile-gare s'il compte l'effectuer en voiture.



Le logo Covoitugare

### 7.3 LES ELEMENTS FINANCIERS

Les coûts liés à la politique covoiturage du Conseil Général comprennent, en 2013 :

- Le financement d'un poste à plein temps de chargé de mission (Marc Letourneux),
- L'aménagement de la signalétique des aires de covoiturage : 200 k€/an,
- Le cofinancement de la plate forme de covoiturage et la communication : 25 k€/an.

Avec la mise en œuvre du nouveau marché et l'intégration de missions d'AMO confiées à Greencove-Ecolutis, le budget 25 k€/an consacré au cofinancement de la plate forme de covoiturage et à la communication va légèrement augmenter cette année.

## 7.4 LES RESULTATS

### 7.4.1 ENQUETE DE 2012

En 2012, une enquête a été menée par un stagiaire sur plusieurs aires de covoiturage selon la méthodologie suivante :

- Distribution d'un questionnaire le matin en main propre,
- Présence le soir pour récupérer les questionnaires et possibilité de retour par enveloppe « libre réponse ».

Au total, 318 questionnaires exploitables ont été récupérés, le profil des répondants pouvant être résumé comme suit :

- Pratiquement autant de femmes (49%) que d'hommes,
- 83% d'actifs et parmi eux :
  - 50% d'employés,
  - 28% de cadres et de professions intellectuelles supérieures,
  - 16% d'ouvriers,
  - Pas d'artisans, de commerçants ou de chefs d'entreprises.
- 13% de lycéens et d'étudiants,
- Plus de la moitié a entre 31 et 50 ans (âge moyen = 36 ans).

#### 7.4.1.1 Typologie de la pratique de covoiturage

Dans 86% des cas, il s'agit de covoiturage domicile-travail ou domicile-étude avec des collègues et dans 6% des cas, de covoiturage avec des amis ou de la famille d'une part, de covoiturage issu d'une mise en relation par un site de covoiturage d'autre part.

En moyenne, il apparaît qu'un équipage de covoiturage est composé de 2,89 covoitureurs et que la distance de trajet moyenne est d'environ 46 km, les trajets de moins de 15 km étant marginaux.

distance de trajet	Nb. cit.	Fréq.
entre 0 et 15	4	1,4%
entre 16 et 25	33	11,6%
entre 26 et 35	66	23,2%
entre 36 et 45	77	27,0%
entre 46 et 55	40	14,0%
entre 56 et 65	25	8,8%
entre 66 et 75	14	4,9%
entre 76 et 85	4	1,4%
plus de 85	22	7,7%
TOTAL CIT.	285	100%

Répartition par classes des distances de trajet déclarées

Une minorité de covoitureurs sont toujours conducteurs ou toujours passagers (3% chacun) et donc presque tous (94%) alternent les rôles.

10% des covoitureurs se sont trouvés grâce à Internet et à une plate forme de covoiturage.

L'arrangement le plus courant pour le partage des frais est l'utilisation alternée de véhicules qui concerne 88% des covoitureurs. La participation financière (4% des covoitureurs) est moins pratiquée que la gratuité (7% des covoitureurs), gratuité qui peut résulter parfois de l'usage d'un véhicule d'entreprise.

a-t-on des éléments sur la distance parcourue avant d'arriver à l'aire de covoiturage pour les conducteurs et passagers + le mode utilisé pour s'y rendre ?

#### 7.4.1.2 Les motivations et les freins à la pratique de covoiturage (selon des covoitureurs)

Economiser de l'argent est la motivation principale évoquée au premier rang par 89% des covoitureurs interrogés. Limiter la pollution (6%), rendre service ou introduire de la convivialité dans le déplacement sont des motivations très secondaires.

L'irrégularité des horaires de travail est au contraire le principal frein à la pratique du covoiturage (raison invoquée au premier rang par 69% d'entre eux), le second étant la difficulté de trouver un covoiteur (16%). Ne pas connaître à l'avance les membres de l'équipage, les contraintes liées aux activités après le travail (enfants, achats, sport...) et trouver un lieu de rendez-vous sont des freins qui apparaissent très secondaires pour la population interrogée.

Parmi les mesures qui seraient susceptibles de développer la pratique du covoiturage, les covoitureurs évoquent en premier lieu la mise en œuvre d'une incitation fiscale (57% des répondants) et en second lieu la diffusion d'informations sur le covoiturage dans les entreprises et dans les zones d'activités (23%). Faciliter l'intermodalité avec les TC ou avec le vélo et mettre en place de voies réservées aux véhicules contenant deux personnes et plus arrivent ensuite. Une aide à la mise en relation entre covoitureurs via smartphone rencontre en revanche peu d'échos (5% des covoitureurs interrogés la cite comme mesure prioritaire).

#### 7.4.1.3 La définition d'une bonne aire de covoiturage

Très peu de réponses à cette question mais une demande centrée sur des questions pratiques et sécuritaires : une aire facile à trouver, bien située, sécurisée (à la vue de tous) et éclairée.

La possibilité d'intermodalité avec les TC, l'existence d'un arrêt minute pour la montée et la descente des passagers covoiturés et la qualité du revêtement (bitumée ou pas) apparaissent être des critères secondaires.

Le taux d'occupation moyen des parkings était de 20% à l'heure de passage des enquêteurs, les parkings les plus occupés l'étant à moitié et les moins occupés l'étant à 5%.

Toutes les aires étaient lisibles et bien signalées. Une seule était équipée d'arceaux vélos (vides au moment de l'enquête) et une seule également était desservie par un arrêt de transport en commun.



Aire labellisée de Basse Goulaine en mai 2012



Aire labellisée de Saint-Sébastien sur Loire, mutualisée avec un complexe sportif



#### 7.4.2 ENQUETES DE FREQUENTATION AU NIVEAU DES AIRES DE COVOITURAGE DE NANTES METROPOLE

Nantes Métropole a fait procéder en mai 2012 à des enquêtes de comptages et d'observations sur les 12 aires de covoiturage labellisées par le Conseil Général implantées sur son territoire. Pour ce faire, des enquêteurs se sont rendus un mardi entre 10h et 12h sur chacune des aires et ont relevé :

- Le nombre total de places,
- Le nombre de voitures stationnées,
- Des observations plus qualitatives.

La taille des parkings est très variable allant de 6 à 230 places. Le nombre total de places sur les 12 parkings est de pratiquement 1 000, soit une moyenne de 80 places par parking.

Sur ces 12 parkings, quatre apparaissent dédiés au covoiturage, les huit autres étant mutualisés, le plus souvent avec des complexes sportifs ou de loisirs.

## 8. CONSEIL GENERAL DE L'ISERE

### 8.1 PRESENTATION GENERALE

#### 8.1.1 FICHE SIGNALETIQUE

<b>Porteur principal du projet</b>	Conseil Général de l'Isère
<b>Echelle</b>	Non délimitée mais l'expérimentation a touché principalement une dizaine de communes : Lans-en-Vercors, Villard-de-Lans, Saint-Nizier-du-Moucherotte, Grenoble, Autrans, Méaudre, Engins, Sassenage et Seyssins
<b>Population concernée</b>	Idem
<b>Type d'urbanisation</b>	Rural
<b>Type(s) de covoitage ciblés</b>	Tous mais domicile-travail essentiellement
<b>Date de mise en place</b>	2010
<b>Partenariat(s) technique(s) et/ou financier(s)</b>	Covivo

#### 8.1.2 LES PRINCIPALES ETAPES

<b>2010</b>	Du 16 septembre au 26 novembre, expérimentation du covoiturage dynamique entre le plateau du Vercors et l'agglomération grenobloise
<b>2011</b>	Publication du bilan de l'expérimentation

#### 8.1.3 LOCALISATION



## 8.2 PRESENTATION DU DISPOSITIF

Considérant l'environnement technologique et sociologique était maintenant suffisamment mature (développement du réseau 3G et de l'usage des smart-phones, succès de Vélov' et d'Autolib...), le Conseil Général de l'Isère a souhaité se lancer dans la voie du covoiturage dynamique et tester sa faisabilité technique et juridique comme son acceptabilité sociale.

Suite à une consultation, l'opérateur Covivo a été retenu pour mener à bien cette expérimentation qui devait durer initialement un mois et qui a finalement duré près de deux mois et demi à l'automne 2010.

### 8.2.1 L'ARCHITECTURE RETENUE

#### 8.2.1.1 Les applications mobiles

Pour limiter les investissements liés à l'équipement nécessaire des usagers pour participer à l'expérimentation, les technologies retenues devaient s'appuyer au maximum sur des standards permettant le plus large accès possible des usagers à leur utilisation. C'est ainsi que la téléphonie mobile s'est imposée comme support pour :

- La demande de trajet géolocalisée passée depuis un point relais s'appuyant pour l'essentiel sur les points d'arrêts des lignes Transisère,
- La déclaration de la disponibilité du conducteur pour covoiturer et sa géolocalisation,
- La réception par le conducteur de demandes de covoiturage qui puissent être acceptées instantanément,
- La mise en relation de l'offre et de la demande acceptée de par et d'autre (conducteur/passager) grâce au mobile,
- La transmission des informations pour se reconnaître au point de rendez-vous quand le covoiturage est accepté de part et d'autre,
- La validation du trajet covoituré auprès du Conseil Général pour en faire connaître sa réalité et la comptabilisation des sommes nécessaires à la rétribution des conducteurs.

Par ailleurs, le service devait permettre :

- L'appariement des demandes après calcul d'une compatibilité optimale entre les trajets demandés et proposés,
- L'envoi de messages instantanés à chaque participant pour leur signaler en temps réel les appariements effectués,
- Si possible, la fourniture du temps d'attente du conducteur par le passager.

L'esprit du service imaginé au départ est donc le passage d'une demande de covoiturage par un passager à un point fixe appelé point relais (correspondant pour l'essentiel aux points d'arrêt Transisère) et qui attend un conducteur compatible avec sa demande que ce dernier a acceptée.

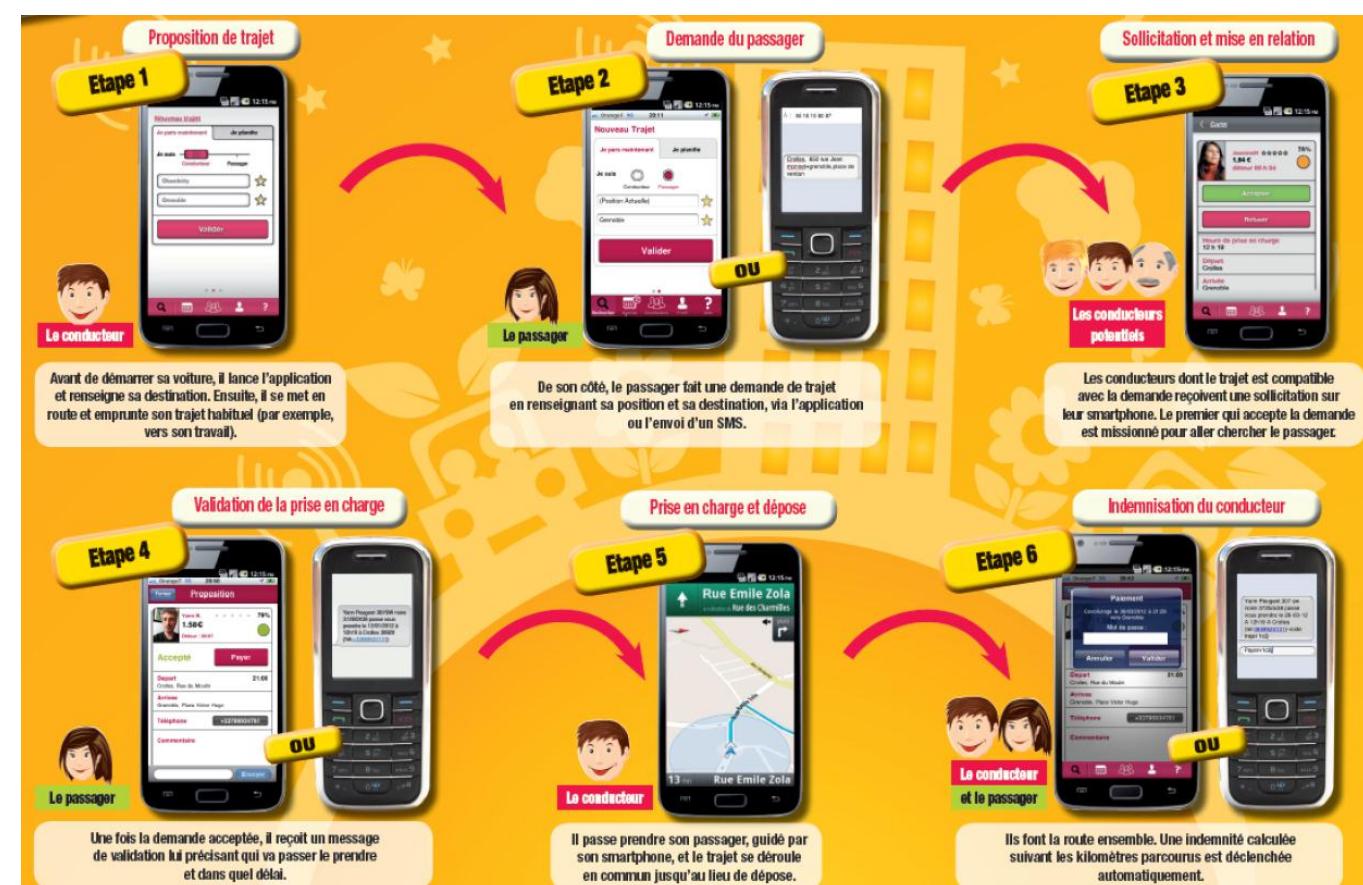
Ainsi, la géolocalisation en temps réel n'est pas une nécessité pour le passager qui n'est pas en mouvement mais l'est pour le conducteur qui potentiellement est en mouvement dans sa voiture et ne peut donc intervenir pour déclarer par lui-même régulièrement sa localisation réelle. La localisation en temps réel du conducteur imposait donc que son équipement soit muni d'un récepteur GPS et d'un émetteur de cette position GPS.

Cette géolocalisation en temps réel permet une compatibilité optimale entre les trajets demandés et les trajets proposés mais permet aussi la validation géolocalisée du trajet covoituré et le calcul des sommes nécessaires à la rétribution du

conducteur (distance réelle covoiturée). Néanmoins pour ces deux derniers points la géolocalisation GPS à elle seule (sans mise à jour temps réel ou automatique) est suffisante.

Ainsi l'équipement non spécifique nécessaire au conducteur est un smart-phone GPS alors qu'un simple téléphone mobile sans GPS est suffisant pour le passager afin qu'il puisse émettre et recevoir des informations sans avoir besoin d'être géolocalisé en temps réel. Le mode de communication retenu sur ce téléphone « passager » est le SMS car il est ergonomique, ne demande pas d'abonnement Internet mobile et est plus fiable que l'usage de la voix. Pour le conducteur, un simple téléphone muni d'une antenne GPS sans être « smart » phone n'a pas été une technologie retenue car :

- La plupart des téléphones GPS sont des smart-phones,
- L'ergonomie du service en terme d'interface homme-machine imposait un écran de taille suffisante et une application qui puisse être développée et installée sur OS (systèmes d'exploitation) de téléphonie les plus standards possibles,
- Il y avait nécessité de pouvoir installer sur ce téléphone une application.



Source : Les Rencontres du covoiturage, Juin 2013

#### Principe de fonctionnement

Trois types de smart-phones ont été retenus pour le développement mobile de covoiturage dynamique (dont Iphone et Androïd mais pas Blackberry par exemple), ce qui équivalait à compter sur un taux d'équipement en smart-phone compatible de l'ordre de 20% de la cible (les conducteurs du Vercors). Les premières inscriptions à l'expérimentation ont montré que ce taux pour le Vercors était largement inférieur à cette moyenne nationale estimée, ce qui a nécessité la mise à disposition de smart-phones auprès des conducteurs volontaires à l'expérimentation.

L'application permettait donc au conducteur d'être informé en tout lieu et à tout moment des passagers potentiels souhaitant être véhiculés dans une direction identique à la sienne. Véritable outil de navigation, le mobile équipé permettait d'être mis en relation à tout instant de son parcours dans son véhicule, et, suite à acceptation, d'être redirigé vers le passager à prendre en charge. Le trajet est tracé et sécurisé par l'inscription d'un code par le passager sur le boîtier ou téléphone du conducteur. Après la dépose le conducteur est redirigé vers sa destination.

#### 8.2.1.2 *L'indemnisation*

Un système complexe forfaitaire dépendant du nombre de mises en relation et des horaires avait été imaginé au départ. Il a été remplacé par un système plus simple de coût au kilomètre puisque l'architecture technique retenue permet de calculer précisément et instantanément le nombre de kilomètres covoiturés. L'indemnisation des conducteurs s'est faite à posteriori mais pouvait être suivie au fur et à mesure de l'expérimentation par les usagers. Pour favoriser la participation du plus grand nombre, trois incitations financières ont été programmées :

- La gratuité pour les passagers quel que soit le nombre de kilomètre covoiturés durant l'expérimentation,
- L'organisation d'un concours prévoyant de récompenser les conducteurs ayant réalisé le plus de covoiturages possibles,
- L'organisation d'un concours prévoyant de récompenser les passagers ayant le plus souvent réalisé un covoiturage grâce au service.

Pour prévenir les comportements déviants (faire du covoiturage un « business »), s'affranchir de contraintes juridiques et fiscales trop fortes et éviter les critiques d'ordre éthique à l'encontre du Conseil Général, l'indemnisation s'est faite sous forme de bons d'achat multi-enseignes.

#### 8.2.1.3 *Les applications de gestion*

Deux applications ont été mises en œuvre pour l'expérimentation :

- Une interface de présentation de la démarche, accessible au public depuis le site Itinisère ; par manque de temps, son ergonomie est cependant restée peu attractive,
- Une application permettant d'effectuer l'inscription des candidats via Internet ; la fourniture de copies de documents officiels sous format informatique (jpg, pdf etc.) initialement prévue a été abandonnée pour privilégier une simplification maximale de la démarche pour les usagers. Le simple fait de demander le chargement d'une photo fut déjà en soi problématique et confirme que le choix de demander le moins de documents possibles était le bon,
- Un module d'administration et de gestion à destination de la direction des transports du Conseil Général de l'Isère.

## 8.2.2 LES PRINCIPALES DIFFICULTÉS RENCONTREES

### 8.2.2.1 *Les déficiences externes*

Plusieurs déficiences externes ont été constatées pendant l'expérimentation. La plupart étaient sans conséquence rédhibitoire mais compliquaient plus ou moins fortement les choses pour les usagers :

- GPS : des déficiences de la géolocalisation ont été signalées à plusieurs reprises par les usagers ; certains avaient malencontreusement désactivé ou pas activé la fonction GPS de leur téléphone mais dans certaines zones mal couvertes, la géolocalisation fonctionnait effectivement mal sur certains appareils ; cette difficulté a pu être en partie résolue peu de temps après le début de l'expérimentation,
- Réseaux GSM : des déficiences spatiales du réseau (absence de couverture) ont été signalées à plusieurs reprises par les usagers ; ces déficiences avaient déjà été relevées par le Conseil général et Covivo mais aucun défaut de couverture n'avait été enregistré sur les points relais (arrêts Transisère), ce qui suffisait en première approximation, d'autant que les opérateurs garantissaient sur des documents non contractuels une couverture à 100% ; l'absence ou l'insuffisance du réseau entraîne l'absence de communication avec le serveur donc la non possibilité de répondre à une sollicitation de covoiturage mais surtout l'obligation de réaliser les manipulations de prise en charge ou de dépose d'un passager dans une zone de couverture réseau suffisante ; certaines « déposes » ont été actées sur le serveur avant la dépose effective après entente des covoitureurs ; l'absence de réseau GSM peut en outre entraîner un mauvais positionnement du véhicule sur la cartographie de l'application mobile si le réseau GPS est lui-même défaillant.
- SMS : les passagers qui ont utilisé le service pour le passage d'une demande par SMS ont parfois eu des difficultés à obtenir une réponse négative ; le fournisseur du service d'envoi de SMS accuse émission de chaque SMS vers l'opérateur ; ainsi le défaut ou retard d'envoi est forcément dû à l'opérateur qui n'a jamais d'obligation de résultat sur l'acheminement d'un SMS ; aucun opérateur réseau n'est capable de garantir la transmission d'un SMS dans les 5 ou 10 minutes ; par ailleurs une priorité serait donnée à la transmission des SMS issus de mobiles, plutôt qu'aux SMS générés depuis un serveur.

### 8.2.2.2 *Les déficiences internes*

Plusieurs déficiences internes sont également intervenues dont la principale a été une mauvaise gestion de la logique d'inscription en début d'expérimentation. L'inscription a débuté début août et plusieurs difficultés ont été rencontrées concernant le formatage du numéro de permis (ancien permis) et le téléchargement de la photo. Cela a été revu pour éviter à l'Internaute de manipuler les photos par l'usage d'une compression automatique mais qui n'a été mise en place qu'après le début de l'expérimentation, soit trop tardivement.

Par ailleurs, nombreux d'Internautes n'allaient pas jusqu'au bout du processus d'inscription et s'arrêtaient à la pré-inscription ou ne validaient pas au final l'inscription bien qu'ayant complété tous les champs. Le processus a été revu pour envoyer un mail final d'inscription et encourager les pré-inscrits à finaliser leur inscription. Ces aléas ont ralenti le passage de la pré-inscription à l'inscription malgré les relances.

44% des inscrits sont des femmes. La proportion est globalement respectée dans l'ensemble des classes d'âges sauf pour les 55-65 ans où les hommes sont majoritaires (59%).

### 8.2.3 LE NOMBRE ET LE PROFIL DES PARTICIPANTS

#### 8.2.3.1 Le nombre de participants

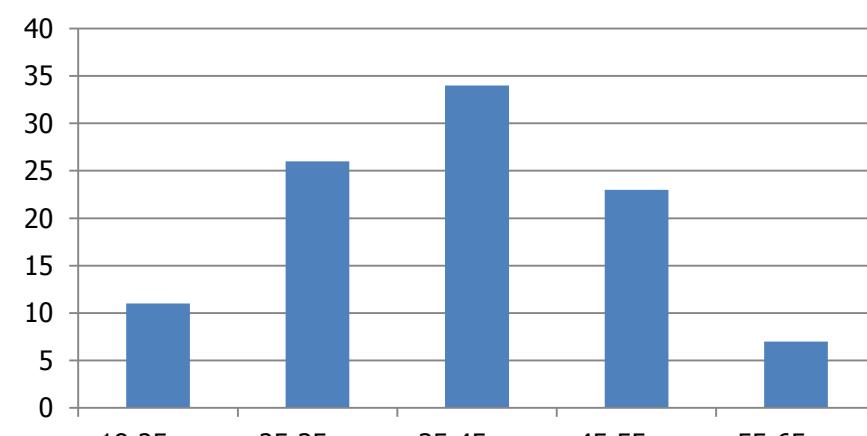
Sur 1050 pré-inscrits, 488 ont finalisé leur inscription soit 46%. 2% étaient hors du périmètre expérimental, c'est à dire que les personnes n'habitaient pas en Isère ou dans la Drôme.

Les pré-inscriptions ont eu lieu tout au long de l'expérimentation. On note plusieurs variations ascendantes très nettes entre le 22 août et le 1<sup>er</sup> octobre, qui s'expliquent pour l'essentiel par les différentes campagnes de communication :

- L'effet des mailings de relance des référents PDE des entreprises,
- Le courrier du Président et le dépliant déposés dans les boîtes aux lettres dans le Vercors,
- La publicité Internet,
- L'installation des panneaux é.covoiturage en bords de routes,
- Les encarts dans la presse,
- Les articles et reportages de presse suite à la conférence de presse...

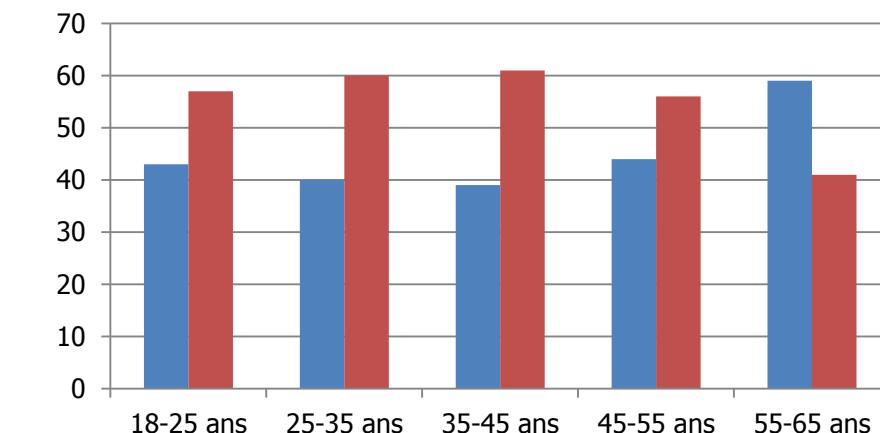
#### 8.2.3.2 Le profil des participants

La classe d'âge la plus représentée est la classe 35-45 ans. Les 18-25 ans sont peu représentés par rapport à ce qui pouvait être attendu sur une telle expérimentation mais l'écart de la classe n'est que de 7 ans alors qu'il est de 10 ans pour les autres classes/tranches.



Répartition des inscrits par classe d'âges (en %)

Ensuite ces résultats peuvent être comparés aux informations INSEE pour les habitants du territoire afin de vérifier la répartition par classe d'âges de la population et voir si les taux de participation à l'expérimentation sont représentatifs de la population où s'il y a eu une appétence particulière d'une classe d'âges qui serait surreprésentée par rapport au nombre d'habitants de cette même classe. Concernant la classe d'âge 18-25 ans, il est probable que cette tranche d'âges soit sous-représentée dans le Vercors puisqu'elle habite plutôt, pour des raisons essentiellement économiques, en agglomération. En outre la population étudiante n'était pas une cible privilégiée de l'expérimentation (compte tenu du territoire et de la position des universités dans l'agglomération). Pour ces mêmes raisons, les 18-25 ans auront tendance à être toutes proportions gardées plutôt passagers que conducteurs.



Répartition des inscrits par genre et par classe d'âges (en %)

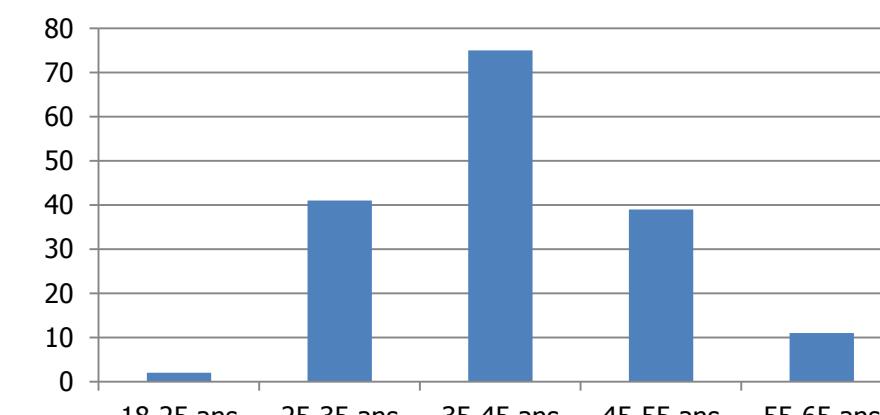
Les inscrits sont originaires principalement de Lans-en-Vercors, Villard-de-Lans, Saint-Nizier-du-Moucherotte, Grenoble, Autrans, Méaudre, Engins, Sassenage et Seyssins. Les inscrits originaires de ces villes, bourgs et villages représentent 90% des inscrits dans le territoire expérimental.

14% des femmes sont inscrites en « conducteur uniquement » pour 18% des hommes. On note par ailleurs une grande disparité entre les hommes et les femmes sur la capacité d'accepter de se faire conduire et qui s'accentue avec l'âge : plus on progresse dans les classes d'âges, plus l'homme souhaite être uniquement conducteur.

22% des femmes entre 25 et 35 ans ne souhaitent pas être passagères (cette forte proportion peut s'expliquer par la contrainte d'enfants en bas âges qui seraient conduits en majorité par les femmes rendant plus difficile l'usage du service en tant que passager).

#### 8.2.3.3 Les offres de covoiturage

175 personnes ont déposé au moins une offre de covoiturage et les femmes ont fait proportionnellement moins d'offres que les hommes (34% des offres alors qu'elles représentaient 44% des inscrits). C'est la tranche des 35-45 ans qui participe le plus et émet le plus d'offres.



Nombre de conducteurs par classe d'âges

Sur une semaine, on note les jours ouvrables une utilisation plus élevée du service le mardi, moins élevée le mercredi et très faible le weekend, et logiquement, des flux de départs plus élevés entre 6h30 et 9h et entre 16h et 19h30.

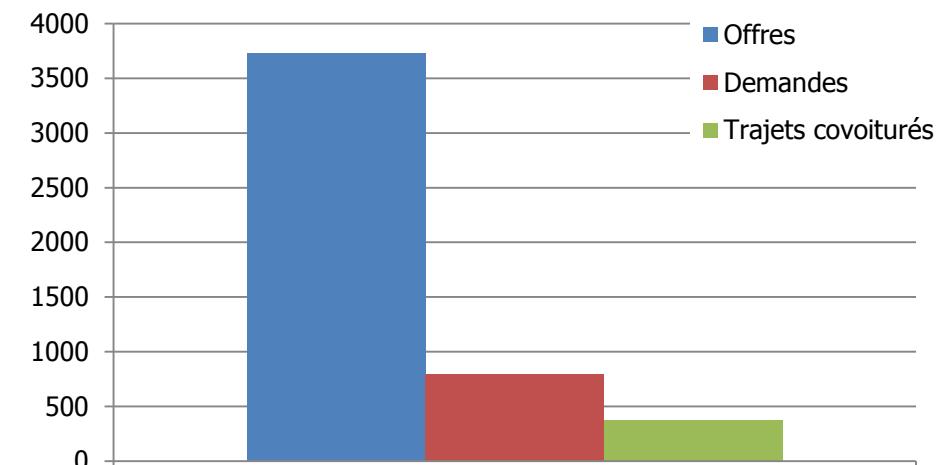
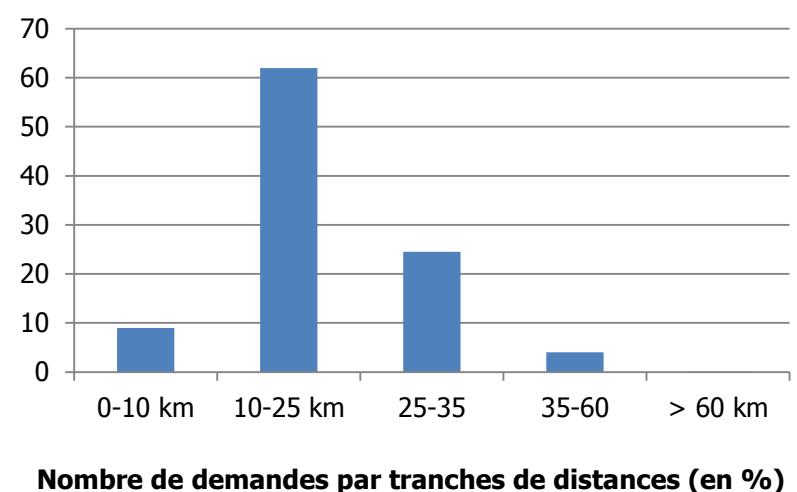
Les conducteurs réalisent essentiellement le trajet aller-retour entre Lans-en-Vercors, Villard-de-Lans et Grenoble.

#### 8.2.3.4 Les demandes de covoiturage

125 personnes ont déposé au moins une demande de covoiturage et les femmes ont déposé proportionnellement moins de demandes que les hommes. C'est la classe d'âge 35-45 ans qui recherche le plus des conducteurs mais ce sont les 45-55 ans qui participent le plus avec le nombre de demandes par personne le plus élevé en moyenne sur toute la durée de l'expérimentation.

Sur une semaine, on note les jours ouvrables une utilisation par les passagers quasi identique du lundi au jeudi et une décroissance le vendredi. Le nombre de demandes est le plus élevé entre 6h30 et 8h45 et entre 16h20 et 18h50 avec un pic à 7h15 et un autre à 17h.

Plus de 60% des demandes concernent des trajets de 10 à 25 km, la moyenne s'établissant à 22 km. Le nombre de demandeurs plus important le soir peut s'expliquer par le « timing » des usagers, souvent plus souple le soir que le matin et laissant donc plus de latitude pour « tenter » sa chance en covoiturage.



**Nombre d'offres, de demandes et de trajets covoiturés**

On note temporellement un bon recouvrement des offres pour les demandes émises. Les trajets covoiturés ont tous été réalisés sur les axes ciblés entre le Plateau du Vercors et Grenoble. Le parcours de covoiturage le plus important en nombre correspond à un trajet entre Lans en Vercors et Grenoble, que ce soit pour le conducteur ou pour le passager.

63% des trajets ont été réalisés plus de deux fois. Les parcours ayant été réalisés plus de 5 fois ne représentent que 37% des parcours.

#### 8.3.1.2 Le taux de mise en relation

27% des propositions émises ont été acceptées, c'est à dire que 73% ont été refusées. On considère qu'une proposition est refusée si le conducteur n'a pas répondu à une sollicitation mais cela ne signifie pas que le passager n'a pas trouvé de conducteur par ailleurs.

On estime que 795 demandes ont été émises (analyse par demi-journée) et que 375 propositions ont été acceptées par les conducteurs, ce qui signifie que 47% des demandes ont donné lieu à covoiturage.

Dans l'autre sens, 3 731 offres ont permis de déclencher 1 371 propositions parmi lesquelles 375 ont été acceptées par les conducteurs : 10% des offres ont fait l'objet de covoiturage.

#### 8.3.1.3 Caractérisation des covoitureurs

60 sur 125, soit 48% des demandeurs ayant émis au moins une demande, et 90 sur 175, soit 51% des conducteurs ayant émis au moins une offre ont été mis en relation au moins une fois.

Les binômes de covoitureurs ne sont pas identiques. La diversité des trajets et des binômes indiquent que les outils ont bien été utilisés en respectant l'esprit et l'intérêt du covoiturage dynamique, c'est à dire sans arrangement préalable.

Chaque passager (demandeur ayant covoituré) a rencontré au moins 1,5 conducteur en moyenne et a été mis 6,25 fois en moyenne en relation.

Les proportions pour les classes d'âges considérées sont respectées entre les personnes émettant des offres et les mises en relation. Il n'y a pas eu au global de « discrimination » de certaines classes d'âges dans la pratique.

Nous avons noté que proportionnellement les femmes inscrites passaient moins à l'acte que les hommes. Nous avions en revanche noté que les femmes qui passaient à l'acte, utilisaient plus fréquemment le système. Toutefois cela ne suffit pas à expliquer que les femmes ont été acceptées 5,6 fois en moyenne en tant que passager par un conducteur ou une conductrice alors que les hommes 3,4 fois. Cela s'explique, en partie seulement, par le fait que 100% des inscrits acceptaient les femmes et que 10,4% des inscrits refusaient les hommes. On voit sur ce point qu'il est important de communiquer sur la sécurité qu'apporte le système afin que le plus grand nombre possible

## 8.3 LES RESULTATS

### 8.3.1 LES DONNEES RELATIVES A LA MISE EN RELATION EFFECTIVE

#### 8.3.1.1 Les trajets covoiturés

375 trajets ont été covoiturés au cours de l'expérimentation. Le trajet moyen détourné compris est de 32 km (écart type de 8 km) avec un détournement moyen de 1,5 km et un temps de détournement moyen de l'ordre de 4 minutes et demi. 8 047 kilomètres ont été covoiturés (trajets passagers seuls).

de femmes accepte de covoiturer indifféremment avec un homme ou une femme et ainsi, n'apporte pas de déséquilibre dans les mises en relation.

On retrouve ici aussi que les passagers sont acceptés de l'ordre d'une fois sur quatre par un conducteur ayant reçu une sollicitation/proposition. Trois fois sur quatre, le conducteur refuse de prendre le passager et plusieurs raisons peuvent être avancées :

- Le passager a déjà été pris par un autre conducteur,
- Le temps de détour annoncé était trop important,
- Le conducteur refuse l'itinéraire proposé pour prendre le passager,
- Le conducteur ne souhaite pas prendre en charge cette personne pour une raison qui lui est personnelle (discrimination),
- Le conducteur ne réagit pas assez vite ou ne sait pas se servir de l'équipement.

### **8.3.2 LES DONNEES ISSUES D'UNE ENQUETE QUALITATIVE MENEES PAR COVIVO**

Les propos qui suivent s'appuient sur les données recueillies lors de l'enquête par questionnaire et les laboratoires d'usages. Ils ne relèvent pas d'une analyse objective des offres et demandes ou encore des mises en relation objectivement réalisées. Ils se positionnent donc en complément des données précédentes dans la mesure où ils permettent de comprendre les raisons (techniques, sociales, économiques, culturelles et contextuelles), qui motivent ou au contraire qui freinent l'investissement des participants.

Pour ce faire, un questionnaire a été envoyé à la fin de l'expérimentation à l'ensemble des participants (préinscrits et inscrits) et a fait l'objet de 230 réponses. Parmi ces répondants, 27,5% se sont arrêtés au stade de la préinscription et 72,5% ont passé le stade de l'inscription. Les résultats sont toutefois largement pondérés et complétés par les données qualitatives recueillies à travers :

- Trois laboratoires d'usages qui ont concerné au total 20 participants,
- L'analyse des mailings recueillis par les services du Conseil général Isère lors de l'expérimentation,
- Les échanges effectués dans le cadre des réseaux sociaux (forum, facebook).

#### *8.3.2.1 Les motivations des participants*

Au sein des répondants à l'enquête, on relève trois sources principales de motivation :

- L'environnement (65%),
- L'innovation (64%),
- Le développement du lien social (31%).

Ces résultats sont plutôt surprenants dans la mesure où la source de motivations la plus fréquemment citée est traditionnellement le gain financier.

Dans son analyse, Covivo relève que le public de l'expérimentation est « particulier » et que ses motivations sont d'autant plus importantes à prendre en compte qu'elles sont par définition fragiles et que les personnes auront tendance à se démotiver dès lors qu'elles devront faire face à des difficultés ou à des problèmes techniques. D'un point de vue psycho-sociologique, les motivations les plus fortes sont en effet les plus contraintes (pour l'essentiel, par l'absence de voiture, par des horaires de transport en commun). Elles recouvrent aussi toutes les sources qui mobilisent fortement l'intérêt individuel. Or, on s'aperçoit que les participants ont des sources de motivation qui touchent principalement l'intérêt collectif. Les participants des laboratoires d'usages précisent sur ce point que, en dehors du développement de relations sociales et du plaisir de ne pas voyager seul, l'intérêt personnel est assez difficile à percevoir. De plus, les participants sont dans un type de mobilité relativement peu contraint.

Par exemple, les répondants qui utilisent les transports en commun de façon régulière et fréquente sont minoritaires même si elles ne sont pas négligeables (21% les utilisent plusieurs fois par semaine et 15% plusieurs fois par mois).

Les attentes des covoitureurs concernent à 79% les trajets domicile-travail et domicile-étude et à 19% les trajets liés aux loisirs.

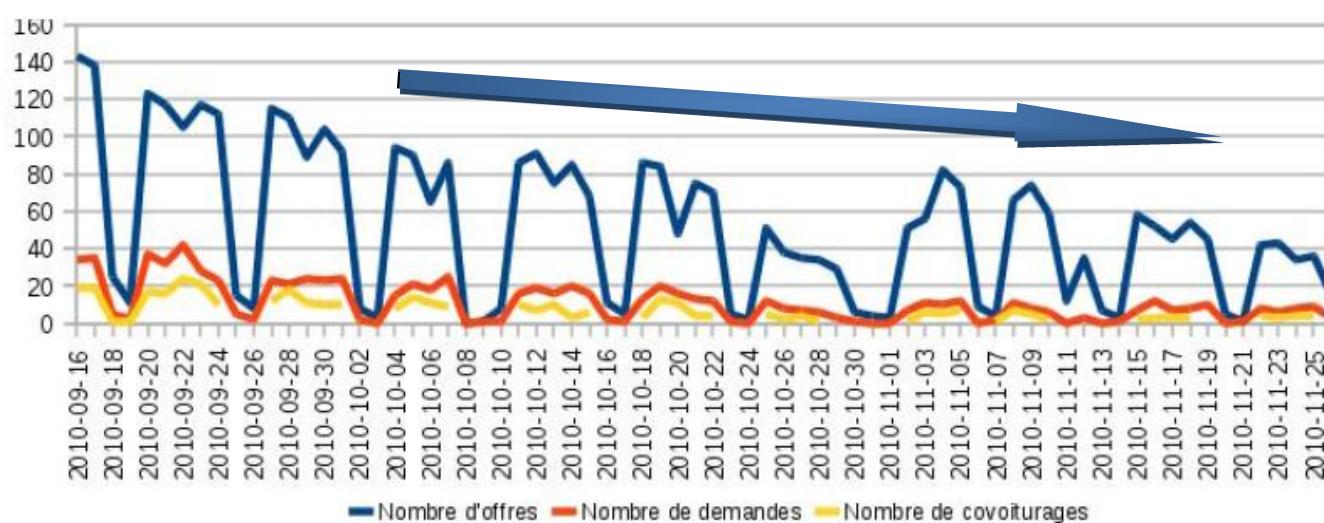
### 8.3.2.2 La nécessité d'équilibrer l'offre et la demande

Au sein des répondants à l'enquête, 51% disent avoir été uniquement conducteurs, 26% uniquement passagers et 23% les deux.

Les résultats ne sont pas représentatifs de ce qui a été déclaré à l'inscription par les usagers où ceux-ci projetaient plus facilement d'être alternativement conducteur ou passager, mais ce n'est pas ce qui s'est produit compte tenu de ces résultats, sauf à penser que les sondés ne soient pas représentatifs de l'ensemble des inscrits. Ainsi le questionnaire montre qu'il a été plus facile de motiver des participants à l'expérimentation en tant que conducteur plutôt qu'en tant que passager car :

- Il est plus facile d'offrir les places vides de son véhicule que de ne pas prendre son véhicule,
- Le taux de réussite pour une demande passée était sans doute insuffisant pour encourager de nouveaux demandeurs (passagers) à participer.

Ce déséquilibre a contribué à limiter l'impact du dispositif : en effet, un nombre de demandes insuffisant entraîne une tendance de la part des conducteurs à se démotiver sur l'action (ils ne se connectent plus, n'ouvrent plus l'application, etc.). Dans un effet en boucle, les passagers ont ainsi de moins en moins d'offres à leur disposition. Ce faisant, ils émettent de moins en moins de demandes, ce qui renforce le processus de démotivation des conducteurs, etc. C'est un processus par ailleurs expliqué de façon récurrente dans le discours des participants aux laboratoires d'usages.



**Evolution du nombre d'offres, de demandes et de trajets covoiturés par jour**

Ce constat pose la question de savoir d'une part, comment attirer davantage de passagers et d'autre part, comment encourager davantage de conducteurs à s'inscrire dans une posture mixte, en tant que conducteur et passager. Dans les laboratoires d'usages, les participants conducteurs précisent sur ce point que devenir passager implique de changer ses habitudes.

Il s'agit par exemple de se lever plus tôt ; un effort non négligeable que peu d'entre eux sont prêts à fournir. Ils précisent aussi que cela implique d'être sûr d'avoir une offre ; une certitude qu'ils considèrent comme trop faible pour prendre le risque de désorganiser le temps du matin.

Ils précisent ainsi que « si au niveau de la communication, on arrive à dire aux gens qu'il y a assez d'offres, peut-être que cela peut en motiver certains à passer de conducteurs à passagers (...) mais il faut l'info précise au départ ». Le conducteur a aussi pleinement conscience de la marge de manœuvre dont il dispose et du fait qu'il s'inscrit dans un système non contraignant. Comme le précise cette passagère, « moi je me suis retrouvée coincée deux fois en bas parce qu'il n'y avait pas de conducteur et ça m'a démotivé, je n'avais plus trop envie de continuer

; j'ai mis deux heures pour remonter, c'était la galère ; c'est sûr que pour le conducteur c'est beaucoup moins contraignant ».

Dans les laboratoires d'usage, la question de la mise en relation entre une offre et une demande fait émerger l'attente d'un mixte entre covoiturage classique (permettant de se mettre en relation la veille au soir (par internet ou téléphone) et covoiturage dynamique, permettant la mise en relation spontanée).

Cette attente ou proposition est largement confirmée par les répondants au questionnaire lorsqu'ils se prononcent sur l'intérêt d'une mise en relation moins spontanée. Cette attente de mixte entre deux types de covoiturage s'explique en partie par le fait que les inscrits utilisent le système très majoritairement dans le cadre de trajets pendulaires, pour leur activité professionnelle.

### 8.3.3 LES EFFETS NEFASTES DES DÉFAILLANCES ET DES LIMITES TECHNOLOGIQUES

#### 8.3.3.1 Le problème global

Les problèmes techniques sont perçus par les participants comme la principale cause de critique et de démotivation. Les problèmes les plus significatifs en fonction du type de matériel dont les participants disposent ont été les suivants :

- L'impossibilité d'annuler une demande SMS (particulièrement gênante pour les passagers),
- Les limites technologiques du téléphone classique et la non réception de SMS en temps voulu.

On note toutefois que, parmi ceux qui possèdent un téléphone classique, 80% estiment qu'ils n'ont rencontré aucun problème technique. On peut donc penser que la plus grande part (en quantité mais pas en intensité) des difficultés technologiques provient de la technologie utilisée via les Smartphones (dont l'incidence est moins grave que les retards dans la réception des SMS).

Parmi les problèmes rencontrés, on relève de façon récurrente la difficulté à rentrer le code, l'utilisation tactile, le GPS qui ne fonctionne pas toujours, c'est à dire des difficultés spécifiques à cette nouvelle génération de téléphones.

Les défaillances les plus citées par ceux qui ont un Smartphone sont, pour les plus significatives et par ordre décroissant :

- L'impossibilité de prendre une personne imprévue (83% des détenteurs d'un Smartphone),
- L'impossibilité d'annuler une prise en charge passager (79%),
- Les problèmes de géo-localisation (77%),
- L'impossibilité de saisir le code passager (73%)
- Les problèmes de connexion (68%) ; beaucoup déclarent en effet qu'il existe de « nombreuses zones d'ombre du réseau », provoquant des coupures régulières du système.

On remarque que ce ne sont pas tant les défaillances techniques de grandes envergures qui ont un effet néfaste que l'accumulation de ce que les participants appellent « les petits bugs ». On note aussi que les défaillances techniques qui arrivent en début d'expérimentations démotivent davantage les participants que celles qui arrivent après les 8 à 10 premiers jours, c'est à dire après un temps d'adaptation au système.

Une participante précise que, « une fois au début j'ai appelé et j'ai été baladée de service en service, là c'est l'horreur. A la permanence téléphonique il faut une personne qui connaît parfaitement bien le système ». On voit donc à quel point il est important que le back office de réponse et de résolution des problèmes techniques soit réactif et connaisse parfaitement le système de fonctionnement du covoiturage dynamique.

Le manque de réactivité soit dans la résolution des problèmes soit dans l'explication des causes de défaillance, participe à l'enclenchement du processus de démotivation. Enfin, il semble que la démotivation due aux problèmes

techniques touche plus facilement les passagers que les conducteurs ces derniers par définition, n'étant pas en situation de mobilité contrainte.

Dans ce cas, le passager retourne assez vite à ses habitudes de déplacement (voiture ou transport en commun). Une passagère raconte son expérience : « ce soir, aucun conducteur... J'ai donc fait du stop, de Sassenage à Lans, puis de Lans à Villard. Mes deux conducteurs se sont très bien enchaînés. J'ai réalisé que le stop pouvait être le plus rapide moyen de covoiturer ».

Ces problèmes techniques démotivent d'autant plus facilement les participants qu'ils sont habitués au « stop » ou au covoiturage classique pour 62% d'entre eux. En cas de difficultés techniques, le système dynamique peut alors leur apparaître comme une innovation peu pertinente, qui complique leurs habitudes de covoitureurs.

Les effets des défaillances techniques sont d'autant plus néfastes qu'une part importante des participants semble peu attirée par les nouvelles technologies de la communication et peu habituée au maniement des outils numériques. Comme l'exprime ce participant, « des gens ne tentent pas dès qu'ils entendent qu'un Smartphone est nécessaire... ». On note par ailleurs que seuls 13% des questionnés ont eu connaissance de l'expérimentation par Internet (blog, forum, internet), 76% ne connaissaient pas les outils techniques permettant le covoiturage dynamique et 75% ne possédaient pas de Smartphone avant le début de l'expérimentation. On est donc face à un paradoxe puisque le profil de population majoritaire est en décalage par rapport aux TIC alors même que ces outils numériques sont des incontournables du covoiturage dynamique.

Le problème majeur ne relève toutefois peut être pas tant du rapport aux nouvelles technologies que du manque d'habitude face aux TIC utilisées.

En effet, au cours de l'expérimentation, on note que si seulement 16% des questionnés se tenaient informés via facebook ou le blog, 59% allaient chercher l'information via le site Itinisère, site qui leur est familier et qui est directement rattaché à une institution (c'est à dire à une source fiable et facilement identifiable). Ce faisant, le site Itinisère était la source d'information la plus utilisée, suivie du mailing, puis des permanences dans le Vercors.

Enfin, il semble important de travailler sur les moyens de diffusion des réponses apportées aux participants afin de les aider à résoudre les problèmes qu'ils rencontrent.

On note que ceux qui n'ont pas trouvé de réponse à leurs problèmes sont aussi ceux qui utilisaient plutôt, par ordre décroissant, le site internet Itinisère, le mailing et le blog. De même, ceux qui ont résolu le problème mais avec difficultés utilisaient plutôt le mailing, les permanences dans le Vercors et le site Itinisère. Il semble donc important de parvenir à établir une liste exhaustive des problèmes techniques objectivement rencontrés tout au long de l'expérimentation, de dresser en parallèle un tableau des réponses que l'on peut y apporter et de les inclure ensuite dans un système pluriel de réponses (permanences téléphoniques, permanences dans le Vercors, mailing, FAQ sur le site Itinisère, etc.).

### 8.3.3.2 Zoom sur les défaillances techniques dues aux porteurs de l'expérimentation

Parmi ceux qui pensent que l'utilisation du matériel prêté n'est pas pratique, la plus grande part (46%) estiment pourtant que l'utilisation du matériel est assez facile. Les reproches adressés aux technologies utilisées ne reposent donc pas tant sur leur utilisation en soi (navigation, manipulation, onglets intuitifs, etc.) que sur les choix techniques et de présentation opérés par les porteurs de projet (interface parfois peu lisible, carte trop petite pour la géo-localisation, écran trop lumineux et gênant en montagne la nuit, onglets situés de façon non ergonomique pour une interaction avec le portable lorsqu'on conduit, qui plus est en montagne, etc.).

A travers les laboratoires d'usages, on remarque que les attentes les plus récurrentes face à cette source de défaillance concernent :

- L'hyper-réactivité dans l'information (elle permet notamment au participant de comprendre d'où vient le problème et de ne pas se remettre en cause dans sa propre pratique),
- La réactivité dans la résolution du problème,
- Les ajustements réguliers en cours d'expérimentation. Ce dernier constat est récurrent et participe à la démotivation, car pour les participants, « tous les problèmes ont déjà été soulevés mais pas réglés » ; ils ont été « dits en début d'expérimentation mais il n'y a pas eu de changements visibles », entraînant une

démotivation non pas envers l'é.covoiturage mais envers l'expérimentation, les participants estimant qu'un « bilan de fin ne suffit pas ».

Les participants estiment par ailleurs que la plupart des problèmes techniques proviennent du fait que les technologies utilisées sont complexes et que l'aspect dynamique du covoiturage fait qu'ils en sont dépendants. Certains, moins nombreux mais non négligeables, considèrent, de façon plus négative, que les technologies utilisées sont inutilement complexes et que d'autres moyens, plus faciles d'accès, pourraient être utilisés, tel que, pour les plus cités :

- Un enregistrement des demandes permettant aux passagers et aux conducteurs de recevoir les informations même hors connexion, ce qui est en soi contradictoire mais relève en fait d'une demande de service de covoiturage « classique » et non pas « dynamique »,
- Un nombre de renseignements moins important qui permettrait d'alléger la taille des données informatiques (notamment lors de l'émission de l'offre), ce qui est par ailleurs contradictoire avec d'autres demandes,
- Un système certes dynamique mais moins spontané permettant de déterminer un covoiturage la veille au soir via internet, etc.).

Parmi les limites techniques à améliorer, on note que la reconnaissance du passager/ conducteur gène surtout les conducteurs (61% de ceux qui se prononcent sur les points à améliorer). Ils sont aussi 53% à mentionner le fonctionnement technique du système (53%) comme source de gène. Ces tendances s'expliquent notamment par le fait que c'est le conducteur qui a le plus de manipulations techniques à réaliser « alors que l'application est incompatible avec une conduite en cours ».

Sur ce point, on note donc un besoin d'information et de pédagogie régulières permettant d'expliquer clairement les contraintes et les marges de manœuvres liées aux technologies mobilisées (Smartphone, Covibox, etc.). On sait en effet que plus un individu connaît les tenants et aboutissants d'un problème et plus son seuil de tolérance aux défaillances est élevé ; autrement dit, moins son potentiel de motivation s'étiole.

#### 8.3.3.3 Zoom sur les défaillances techniques dues aux participants

Du côté des problèmes techniques dus à de fausses manipulations des participants, il semble que le principal frein provienne d'un manque de temps pourtant nécessaire à la familiarisation avec les outils ; un temps qui a besoin d'être plus long quand un individu ne pratique pas de manière régulière des outils numériques variés.

Or, un rapport aisément aux outils technologiques est un déterminant central dans le fonctionnement technique du système comme dans le maintien de la motivation des participants.

Parallèlement, quand les participants ne mentionnent pas de difficultés relatives au maniement des outils (Smartphone, téléphone portable, site internet, manipulations nécessaires à l'inscription, etc.), ils précisent toutefois le besoin d'apporter des améliorations aux technologies existantes.

Parmi les améliorations les plus cotées, on trouve notamment :

- L'écran de l'Iphone, trop petit pour offrir une visibilité suffisante quand on conduit,
- La nécessité de positionner les items importants en début d'écran afin que le conducteur ne soit pas obligé de faire défiler l'écran pour accéder et déclencher les informations,
- L'écran d'Iphone trop lumineux et donc gênant la conduite nocturne,
- Des informations sur cartes qui pour l'heure sont difficiles à localiser,
- Une prise en compte des ralentissements et problèmes de trafic par le GPS.

Pour conclure sur cette question du poids des défaillances techniques, si les participants considèrent pour 96% d'entre eux qu'il est important de prolonger et/ou de renouveler ce type d'expérimentation, 93% d'entre eux

considèrent qu'un prolongement doit toutefois absolument faire l'objet d'améliorations, notamment sur les questions relevant du fonctionnement technique ou de son appropriation.

#### **8.3.4 L'IMPACT SUR LES PRATIQUES DE DEPLACEMENT**

Lorsqu'il a été demandé aux participants si l'expérimentation avait changé leurs habitudes de mobilité, près des 2/3 ont répondu par la négative et ils n'ont été que 11% à se prononcer clairement de façon affirmative.

Ces chiffres sont cependant à nuancer par le fait que l'expérimentation a été de courte durée et a du s'insérer dans des habitudes quotidiennes liées pour l'essentiel à des déplacements très contraints (aller travailler ou aller à l'école) très ancrées et difficiles à faire évoluer.

## **9. REZO POUCE**

## 9.1 PRESENTATION GENERALE

### **9.1.1 FICHE SIGNALTIQUE**

<b>Porteur principal du projet</b>	Association « Covoiturons sur le Pouce »
<b>Echelle</b>	Une partie de Midi Pyrénées, et plus précisément dans les départements du Tarn-et-Garonne et de Haute-Garonne
<b>Population concernée</b>	Environ 200 000 habitants
<b>Type d'urbanisation</b>	Plutôt rural et périurbain
<b>Type(s) de covoiturage ciblés</b>	Tous mais en courte distance (< 20 km)
<b>Date de mise en place</b>	2010
<b>Partenariat(s) technique(s) et/ou financier(s)</b>	Région Midi Pyrénées Ademe Conseil Général du Tarn et Garonne DREAL Midi Pyrénées Tisséo Airbus Vinci Autoroutes

### **9.1.2 LES PRINCIPALES ETAPES**

<b>2010</b>	Création du dispositif « Covoiturons sur le Pouce » en particulier sur l'axe Moissac-Castelsarrasin
<b>2012</b>	Création de l'association « Covoiturons sur le Pouce », le service prenant le nom de Rézo Pouce

### 9.1.3 LOCALISATION



Source : <http://routes.wikia.com/>

Région Midi Pyrénées

## 9.2 PRESENTATION DU DISPOSITIF

### 9.2.1 LA GENÈSE ET LA STRUCTURATION JURIDIQUE

En 2009-2010, sensibilisés au fait que 20 % des ménages de leur territoire, pourtant mal desservi par les transports en commun, sont non motorisés, les élus de Moissac (12 000 habitants) dans le Tarn-et-Garonne décident de promouvoir le covoiturage spontané de courte distance en particulier pour faciliter les liaisons entre leur commune et celle de Castelsarrasin, distante de 10 km et de taille équivalente.

Avec sept autres collectivités, ils créent en octobre 2010 le dispositif « Covoiturons sur le Pouce » dans une logique d'abord sociale d'accès à la mobilité pour tous, leur second objectif étant de faire diminuer l'autosolisme.

Pendant un an et demi, le dispositif est coordonné directement par la mairie de Moissac puis se structure en 2012 avec la création de l'association « Covoiturons sur le Pouce » qui se donne pour objet de « développer et de promouvoir Rezo Pouce, dispositif d'auto-stop organisé, qui favorise une mobilité durable entre les zones non desservies par les transports en communs et les zones desservies tout en proposant un nouveau mode de transport pour l'ensemble de la population et particulièrement celle socialement défavorisée ».

Dans ce cadre, l'association se donne pour missions de développer la communication du dispositif (plan de communication), de développer l'implantation du réseau (extension locale et régionale), d'aider à l'animation sur le territoire (formation référents locaux, création d'évènementiels, conseil, assistance, soutien logistique...) et de faire évoluer le dispositif (recherche, partenariats relais, etc.), tout en se laissant la possibilité d'exercer des missions complémentaires directement en lien avec son objet.

A noter que L'association est une association de collectivités locales de type "in house", c'est-à-dire qu'elle est contrôlée par plusieurs collectivités publiques et que les collectivités adhérentes doivent impérativement se trouver sur le territoire de Midi-Pyrénées.

### 9.2.2 LE CONCEPT

Le covoiturage spontané encouragé par le dispositif est une solution de mobilité intermédiaire entre l'auto-stop et le covoiturage.

Il s'agit de donner aux conducteurs et aux passagers un moyen de s'identifier réciproquement et de créer un réseau de points de prise en charge sécurisés et bien identifiés, positionnés le long d'axes suffisamment fréquentés pour générer des appariements spontanés et rapides.

Lancé initialement autour de Moissac, Rézo Pouce a maintenant une vocation régionale même si elle n'est présente pour l'instant que dans deux départements, dans le Tarn-et-Garonne et dans la Haute-Garonne : l'association regroupe désormais 82 communes représentant plus de 200 000 habitants<sup>14</sup>.

Les chapitres suivants détaillent les points clés du dispositif.

#### 9.2.2.1 Le réseau de points d'arrêts

Lorsque qu'une commune ou une intercommunalité rejoint l'association, l'une des premières étapes consiste à déterminer les points d'arrêts les plus adaptés puis à les matérialiser.

La détermination des points d'arrêt s'effectue sur les conseils des permanents de l'association selon des critères de praticité, de lisibilité, de sécurité (il faut que le véhicule puisse stationner en dehors de la chaussée, sauf en cas de zone 30) et d'accessibilité piétonne.

Dans le Tarn-et-Garonne, du fait d'un accord avec le Conseil Général, certains des arrêts ont été positionnés sur des arrêts du réseau départemental.

Concernant les niveaux de trafic et en première approche (tous les cas sont particuliers), un arrêt Rézo Pouce peut commencer s'envisager sur des axes dont le trafic est supérieur à 2000 véhicules/jour.

Les arrêts sont ensuite aménagés de façon relativement sommaire, avec un simple panneau. Ils sont également codés.



Source : Rezopouce.fr

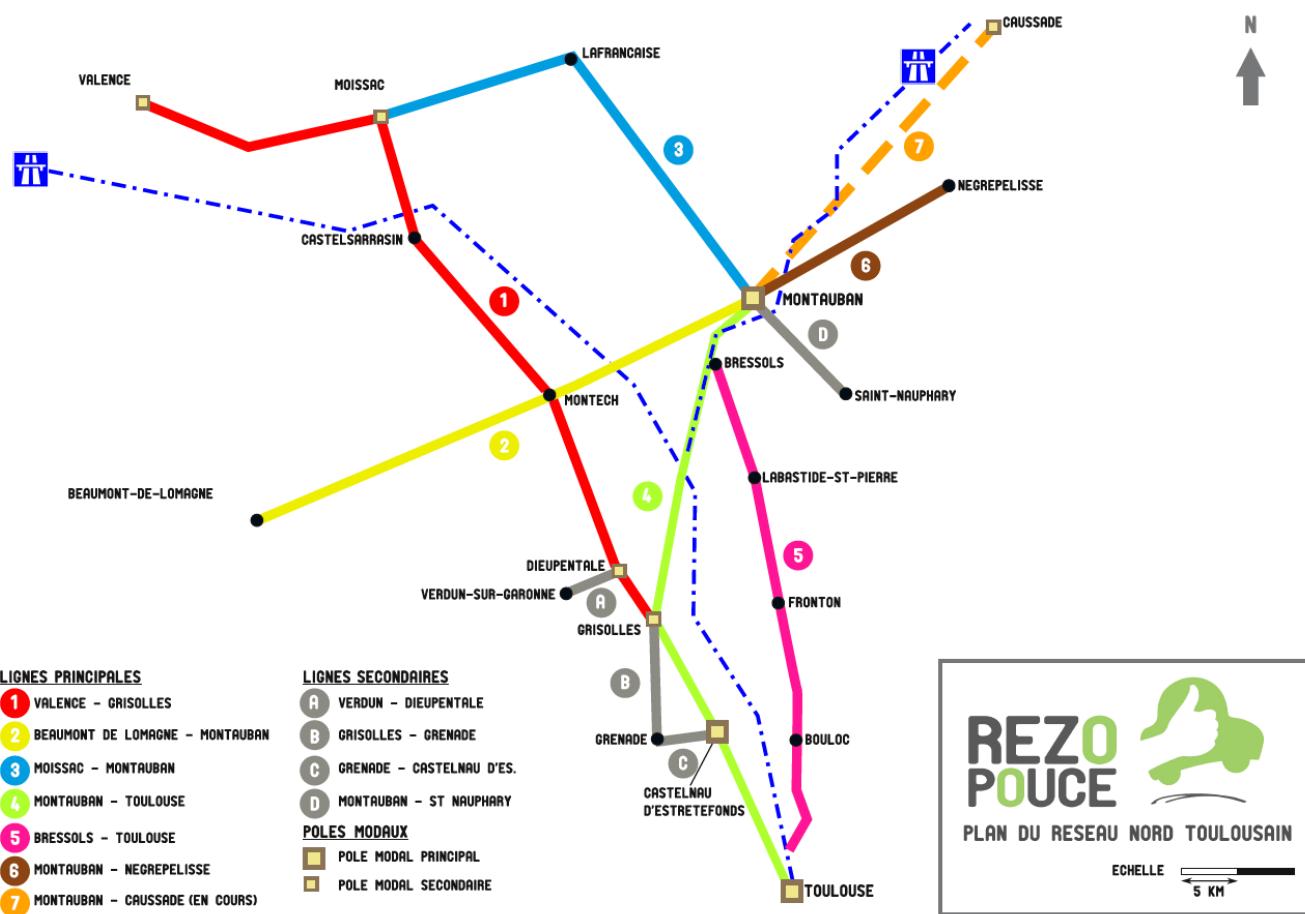
**Point d'arrêt à Moissac**

Le réseau comporte à ce jour 250 arrêts.

L'association envisage à terme d'apporter de l'information personnalisée sur chaque arrêt, en indiquant par exemple les heures où il fonctionne le mieux.

Elle envisage également de diffuser une carte du réseau sous forme de lignes (cf. exemple page suivante).

<sup>14</sup> Source : Transflash n°389, mars 2014



Source : Elodie Duboy, Rezo Pouce

**Carte réseau pour Toulouse Nord**

#### 9.2.2.2 Le processus d'inscription

Pour utiliser le service, les usagers sont invités à s'inscrire en tant que passager, en tant que conducteur ou les deux. L'inscription peut se faire par Internet ou dans un point relais (mairies en particulier). L'inscription permet de présenter aux gens le service, de leur faire signer la charte de bon comportement et de les informer sur les assurances, les bons conseils sur le comportement à adopter vis-à-vis d'un conducteur qui s'arrête mais qui n'inspire pas confiance, etc. Un kit leur est aussi distribué dans un sac en tissu, comprenant :

- Un autocollant à disposer sur son pare-brise (à destination des conducteurs),
- Un brassard rétro-réfléchissant (pour les passagers),
- Un support plastifié pour indiquer sa destination (des fiches estampillées Rezo Pouce sont téléchargeables sur Internet),
- Une carte individuelle mentionnant photo et numéro identifiant,
- Un exemplaire de la charte,
- Un tract destiné à faire connaître le dispositif autour de soi,

- Un carnet de mobilité mentionnant, territoire par territoire :
  - La carte et le lieu précis des « arrêts sur le pouce »,
  - Les coordonnées du/des lieux d'inscription,
  - Les éventuelles offres de transports en commun existantes (jours de fonctionnement, coordonnées pour information...),
  - Les coordonnées des taxis et des loueurs de véhicules,
  - Les coordonnées des services de mobilité de l'agglomération toulousaine.

L'inscription est gratuite sauf pour les personnes s'inscrivant par Internet à qui il est demandé 3,5 € correspondant aux frais d'envoi postaux du kit. Les mineurs peuvent également s'inscrire (carte Pouce Ado) à condition de présenter une autorisation parentale.

Il y a actuellement 1 000 personnes inscrites au dispositif, soit une personne pour 200 habitants en moyenne, et sensiblement plus (de 3% à 10%) dans certaines des villes et villages s'étant lancés parmi les premiers.

**REZO POUCE** est un dispositif permettant aux conducteurs et passagers de se rencontrer aux "arrêts sur le Pouce" et de voyager ensemble. Ce concept permet de réduire l'impact sur les pollutions atmosphériques, rapprocher des personnes demandeuses en mobilité et de formaliser des règles de déontologie et de sécurité relatives au code de la route. Les usagers pourront fixer d'autres rendez-vous à leur convenance en respectant l'esprit du projet. Le covoiturage résulte d'un accord direct entre passagers et conducteurs, chacun agit sous sa seule et entière responsabilité. REZO POUCE n'est pas responsable des dommages directs et indirects liés à son fonctionnement.

#### 1- DÉROULEMENT DU TRAJET

##### 1.1 Trajet

Pour être mieux reconnu, nous invitons le passager à :

- Aller aux "arrêts sur le pouce",
- Porter sa carte d'identifiant REZO POUCE
- Indiquer sa destination sur la "fiche destination" fournie (vous pouvez imprimer ces destinations directement sur [www.rezopouce.fr](http://www.rezopouce.fr)).

Pour respecter l'esprit de REZO POUCE le passager doit :

- Proposer au conducteur une participation aux frais (carburant, péage), que celui-ci accepte ou non (voir défraiemment ci-dessous),
- Ne pas demander au conducteur de faire un détour,
- Descendre aux emplacements choisis par le conducteur, en respectant le code de la route.

Nous proposons au conducteur d'apposer le macaron REZO POUCE sur son véhicule (par exemple sur le pare-soleil passager), afin d'être reconnu et de déposer le ou les passagers, en sécurité, sur son trajet prévu et à l'endroit le plus proche de la destination demandée par le ou les passagers.

##### 1.2 Assurance

« Il est préférable que l'automobiliste déclare à son assureur le covoiturage ; ce dernier peut ainsi apprécier les risques garantis et attirer l'attention de l'assuré sur certains points (usage déclaré, trajet, clause de conduite exclusive) ».

### **1.3 Défraiement**

*Un barème de participation aux frais du conducteur est donné à titre indicatif.*

### **2 - INSCRIPTION**

*Le conducteur présente son permis de conduire en règle. Cette déclaration est sous son entière responsabilité. Le kit de mobilité REZO POUCE remis est composé d'une fiche destination, d'un macaron amovible pour le véhicule, d'une fiche mobilité reprenant les "arrêts sur le Pouce" de la collectivité (retrouvez l'ensemble des fiches mobilité sur [www.rezopouce.fr](http://www.rezopouce.fr)) et d'une carte d'identifiant avec photo et numéro d'identifiant.*

### **3 - REMARQUES SUR LES DONNEES PERSONNELLES**

*Vos coordonnées seront utilisées pour les seules informations liées au projet et à son suivi. Il est possible que vous soyez contactés pour le suivi et informés de son résultat ; ce suivi pourra être réalisé par un prestataire ou en interne. Les données personnelles ne seront pas communiquées, seuls les résultats globaux le seront afin de faire connaître l'impact du projet. En effet, ces résultats feront l'objet de statistiques. Les coordonnées seront vérifiées par REZO POUCE.*

### **4 - VOTRE ENGAGEMENT**

*Le conducteur s'engage dans le respect du code de la route à :*

- Ne prendre aucun risque au volant et à n'absorber aucun produit dangereux pouvant altérer ses capacités à conduire.
- Veiller au bon état de son véhicule.

*Les passagers s'engagent à se comporter respectueusement et notamment éviter de téléphoner, de manger ou de boire dans le véhicule. REZO POUCE n'est pas responsable des dommages directs ou indirects liés au covoiturage et ne pourra être tenu pour responsable d'un dysfonctionnement.*

*Le covoiturage des mineurs reste sous la responsabilité totale et entière des parents. Dans le cas où les parents acceptent que le mineur participe à REZO POUCE, ils doivent signer eux-mêmes cette charte et remplir une autorisation parentale fournie par REZO POUCE et signée par eux. Le mineur présentera sa carte "Pouce Ado" indiquant que les parents ont donné l'autorisation parentale.*

*Le covoiturage résultant d'un accord entre passagers et conducteurs, Vous, signataire, agissez sous votre seule et entière responsabilité. En signant la charte, le signataire accepte de respecter chaque paragraphe de ladite charte.*

### **Charte in extenso (Mars 2014)**

#### **9.2.2.3 Les modalités de fonctionnement**

Il suffit à la personne sans voiture de se positionner à l'arrêt sur le pouce adéquat, muni de sa carte et de sa fiche de destination estampillée Rezo Pouce, et à attendre qu'un conducteur inscrit au dispositif s'arrête pour le prendre.

Conducteur et passager vérifient qu'ils sont inscrits l'un et l'autre au dispositif. S'il n'a pas confiance, le passager peut ne pas monter dans le véhicule. Il peut aussi prendre en photo le véhicule et en particulier sa plaque d'immatriculation et envoyer le tout par SMS ou MMS à un numéro de téléphone gratuit dédié ; cet envoi ne donne lieu à aucun contrôle en temps réel mais cette procédure est de nature à décourager tout comportement malveillant.

La charte d'utilisation prévoit que le passager propose de participer aux frais selon une règle de calcul très simple :

- Moins de 10 kms : 0,5 €
- De 10 à 20 kms : 1 €
- De 20 à 30 kms : 2 €
- De 30 à 40 kms : 3 €

#### **9.2.2.4 La communication et le site Internet**

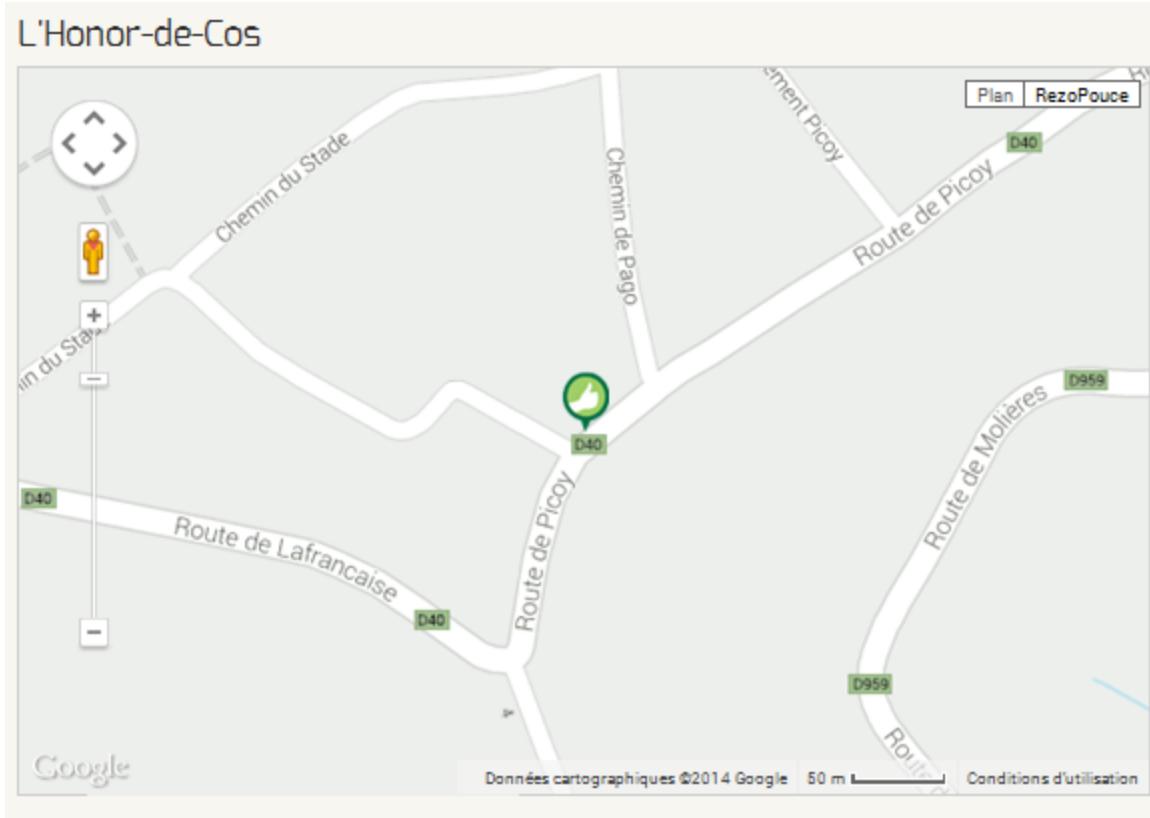
Chaque mairie est chargée de diffuser l'information sur son territoire auprès des commerçants, dans les services publics, les entreprises, etc. Du personnel municipal (le plus souvent le secrétaire de mairie) est formé au lancement par l'association, pour bien connaître le dispositif et pour pouvoir prendre en charge les inscriptions.

Le dispositif a une image très positive auprès des élus et citoyens et le fait qu'il soit porté par des élus locaux est un élément décisif favorisant son déploiement.

Un site Internet dédié (<http://www.rezopouce.fr>) permet de communiquer sur l'intérêt du service et de répondre à beaucoup de questions pratiques que les utilisateurs actuels et potentiels peuvent se poser. On y trouve en particulier :

- La liste des communes adhérentes,
- Le positionnement cartographié des points d'arrêt dans chaque commune,
- Une fiche signalétique de chaque arrêt (sans photo associée),
- La charte et l'explication des modalités d'inscription et de fonctionnement,
- Une revue de presse,
- Des témoignages,
- Une boîte à idées,
- Un petit module permettant de proposer un nouvel arrêt.

On trouve également sur le site une fiche de mobilité par commune permettant à ses habitants d'avoir une approche multimodale des possibilités de déplacements (cars, taxis, location de voitures...).



Château de Loubéjac

Léribosc

Adresse : Route de Picoy

Repère : Arrêt du Conseil Général

Code de l'arrêt : [82\_SQL-2]

Collectivité : Communauté de Communes du Sud Quercy de Lafrancaise

Direction : Toutes directions

Abribus : non

Arrêt en encoche : non

Cheminement piéton : non

Traversée piétonne : non

Éclairage public : non

Banc : non

Cochonnées GPS : 44.1229 | 1.349

Type(s) d'arrêt :

Arrêt sur le pouce

Source : Rezopouce.fr

### Exemple de fiche arrêt

Source : <http://www.rezopouce.fr>

### Exemple de fiche de mobilité

### 9.2.3 LES EVOLUTIONS RECENTES ET A VENIR

#### 9.2.3.1 Extension géographique du service

Le dispositif est dans une phase d'assez forte évolution marquée par un accroissement rapide de son périmètre et par sa déclinaison progressive dans des environnements urbains et périurbains.

L'équipe en place, constituée de trois personnes, peine donc logiquement à assurer l'ensemble des interventions qu'il lui faudrait idéalement prendre en charge : communication, formation du personnel municipal, assistance à la mise en place de nouveaux arrêts, suivi et évaluation...

Des jeunes en service civique vont d'ailleurs être mobilisés pour assurer une plus forte communication et un plus fort accompagnement de proximité. Cet accompagnement est d'autant plus nécessaire qu'une partie des utilisateurs ne sait pas lire une carte et bien se repérer (il arrive que certains passagers ne se positionnent pas du bon côté de la route) et que d'une manière générale, il faut du temps et répéter plusieurs fois les messages pour que les gens acceptent de faire évoluer leurs comportements de mobilité et fassent le pas de s'inscrire et d'utiliser le service.

L'association a par ailleurs créé un kit de duplication à destination des collectivités hors de Midi-Pyrénées de façon à les aider à mettre en place chez elles le même type de dispositif. Il lui arrive donc aussi d'assurer des missions d'AMO auprès de diverses collectivités notamment en Auvergne, en Rhône Alpes et en Languedoc Roussillon.

Au total, soixante<sup>15</sup> collectivités réfléchiraient en ce moment à la mise en œuvre d'un réseau d'auto-stop organisé (Pays du Haut Languedoc et Vignobles, Vallée de Chamonix, Conseil Général de l'Allier...).

Les autres réseaux français d'auto-stop organisés				
Nom du dispositif	Territoire	Organisme qui le porte	Département	Site web
La navette citoyenne	Hédé-sur-Bazouges	Eko-think, structure éco-conseil	35	<a href="http://la-navette-citoyenne.blogspot.fr/">http://la-navette-citoyenne.blogspot.fr/</a>
VAP Drôme	Romans-sur-Isère	Communauté d'agglomération du Pays de Romans	26	<a href="http://www.vap-drome.fr/">http://www.vap-drome.fr/</a>
Ecostop	Floirac	Ville de Floirac/CUB	33	<a href="http://www.ville-floirac33.fr">www.ville-floirac33.fr</a>
Stop Creuse	Creuse	Association Stop Creuse	23	<a href="http://stopencreuse.free.fr">http://stopencreuse.free.fr</a>
T'libre	Grand Dole	Communauté d'agglomération du Grand Dole	39	<a href="http://www.grand-dole.fr/">http://www.grand-dole.fr/</a>
MOPI	PNR du Pilat	PNR du Pilat	42 et 63	<a href="http://pilatitude.eklablog.com/mopi-c20774555">http://pilatitude.eklablog.com/mopi-c20774555</a>
ZAPT	Apt	Pays d'Apt	84	<a href="http://trajeco.org/zapt/mostop.php">http://trajeco.org/zapt/mostop.php</a>
Les points STOP	Nantes Métropole 3 liaisons créées	Nantes Métropole	44	A venir
Stop participatif	Ardèche	Groupement rural d'action artistique de libération ludique (GRAALL)	07	<a href="http://stopparticipatif.free.fr">http://stopparticipatif.free.fr</a>
Covoiturage spontané Allier	Allier	Association Covoiturage Spontané	03	<a href="http://www.covoiturage-spontane.fr/">http://www.covoiturage-spontane.fr/</a>
Transi-Stop	Vallée du Munster	Association Vallée de Munster en Transition	67	<a href="http://munstertransition.org/">http://munstertransition.org/</a>
En cours de création	Communauté de communes de Pipriac	Communauté de communes de Pipriac	35	<a href="http://www.pipriac-communaute.fr">http://www.pipriac-communaute.fr</a>
Covoiturage spontané Brest	Brest/3 lignes	Brest Métropole océane	29	<a href="http://www.brest.fr/">http://www.brest.fr/</a>
Stop covoiturage	Territoire Saône Mont d'Or	Syndicat de communes du Territoire Saône Mont d'Or	71	<a href="http://territoire-saone-mont-dor.fr/sous-rubrique/153/stop-covoiturage">http://territoire-saone-mont-dor.fr/sous-rubrique/153/stop-covoiturage</a>
Communauté de communes des Pays de Limours	Jean-François Perrillat	Citoyen	91	<a href="https://sites.google.com/site/autostopartagebriis/home">https://sites.google.com/site/autostopartagebriis/home</a>
Quest'en Pouce	Questembert	Questembert	56	<a href="http://www.pays-questembert.fr">http://www.pays-questembert.fr</a>
Auto-Stop participatif	Lannion Trégor Agglomération	Lannion Trégor Agglomération	22	<a href="http://www.lannion-tregor.com/">http://www.lannion-tregor.com/</a>

### Les autres réseaux français d'auto-stop organisés<sup>16</sup>

#### 9.2.3.2 Nouveaux partenariats

L'association a signé trois partenariats récents qui sont tous en phase de réflexion et pas encore totalement mis en œuvre :

- Un partenariat avec Airbus à Toulouse pour adapter le service aux déplacements domicile-travail des salariés (dans les deux sens) et aux déplacements inter-sites ; 25 arrêts devraient ainsi être mise en place,
- Un partenariat avec Vinci Autoroutes pour mettre en place dix points stop au niveau des entrées/sorties d'autoroutes (Valence d'Agen, Castelsarrasin...),
- Un partenariat avec Tisséo pour tenter de faciliter les déplacements finaux des usagers au bout des lignes du réseau de transport en commun (une quinzaine d'arrêts concernés en 2014 sur le nord toulousain et le SICOVAL).

## 9.3 LES ELEMENTS FINANCIERS

Le budget annuel actuel de l'association s'élève à 40 k€. Son financement provient en grande partie de financements de l'Ademe et de la Région.

Les collectivités adhérentes participent également à son financement (tarifs 2012 et 2013) à hauteur de :

- Moins de 2500 habitants : 250 €,
- De 2501 à 5000 habitants : 500 €,
- De 5001 à 10 000 habitants : 1 000 €,
- De 10 001 à 40 000 habitants : 3 000 €,
- De 40 001 à 100 000 habitants : 5 000 €,
- Plus de 100 001 habitants : 10 000 €.

<sup>15</sup> Source : Transflash n°561, mars 2014

<sup>16</sup> Source : Transflash, supplément au n°554, septembre 2013

## 9.4 LES RESULTATS

D'une manière générale, et en grande partie par manque de temps et de moyens, l'association ne dispose pas de beaucoup de données et d'informations permettant d'évaluer finement l'impact du dispositif. On dispose néanmoins de quelques retours intéressants.

### 9.4.1 LE PROFIL DES INSCRITS

Le profil des inscrits a fait l'objet d'une publication commune de Rezo Pouce, de VAP et de Covoitstop (organisations approchantes en Belgique) permettant quelques comparaisons :

Dispositifs	Rezo Pouce	VAP	Covoitstop
<b>Nombre d'inscrits</b>	1 000	3 600	2 200
<b>Conducteurs</b>	36%	28%	50%
<b>Passagers</b>	18%	24%	22%
<b>Conducteurs + passagers</b>	46%	48%	28%

30% seulement des inscrits sont des hommes, la grande majorité d'entre eux s'inscrivant exclusivement comme conducteurs. Ce sont pour beaucoup des jeunes et des gens du bâtiment qui se déplacent beaucoup sur le territoire. Les femmes inscrites comme conductrices sont plutôt des femmes de 40-50 ans désireuses de rendre service.

Les personnes qui s'inscrivent comme passagers sont surtout :

- Des femmes ou des jeunes majeurs n'ayant pas le permis, pas de voiture ou pas les moyens de beaucoup l'utiliser, ou des femmes en couple dont le mari utilise la journée la seule voiture du foyer,
- Des femmes, et plus rarement des hommes, issus de CSP plutôt aisées et sensibles aux questions environnementales,
- Des jeunes de 16 à 18 ans.

### 9.4.2 LES TYPES DE DEPLACEMENTS EFFECTUES

Pas de données précises sur ce point (en particulier sur les distances parcourues). La majorité des déplacements effectués semblent être des déplacements de semaine liés aux loisirs, à des achats, à la réalisation de démarches administratives ou à des visites (parent hospitalisé par exemple).

Le service est pour l'instant assez peu utilisé dans le cadre de déplacements domicile-travail. Il l'est un peu plus pour les déplacements domicile-étude mais surtout dans le sens retour par les lycéens qui trouvent plus rapides de rentrer en stop qu'avec le car scolaire, surtout s'ils finissent en milieu d'après midi.

L'usage du service est beaucoup plus faible pendant les weekends.

### 9.4.3 LES TEMPS D'ATTENTE

Pas de données précises sur ce point là non plus mais, d'après l'association et sur la base de son expérience de terrain, les temps d'attente sont inférieurs à 10' en heure de pointe.

### 9.4.4 LE DEFRAIEMENT

Dans les faits, il n'est pratiquement jamais usité, les conducteurs considérant qu'ils auraient fait le trajet de toute façon.

### 9.4.5 LA SECURITE

Aucun accroc n'est à déplorer depuis le lancement de l'opération. L'association estime d'ailleurs, mais ce serait à vérifier, que moins de la moitié des trajets font l'objet de l'envoi d'un SMS au moment de la prise en charge.

## 10. BERTHOUD

### 10.1 PRESENTATION GENERALE

#### 10.1.1 FICHE SIGNALETIQUE

<b>Porteur principal du projet</b>	Commune de Berthoud (Burgdorf) Société des Transports Régionaux du Mittelland
<b>Echelle</b>	7 communes
<b>Population concernée</b>	30 000 habitants
<b>Type d'urbanisation</b>	Ville moyenne de 15 000 habitants entourée d'une zone périurbaine et rurale
<b>Type(s) de covoiturage ciblés</b>	Tous mais en courte distance
<b>Date de mise en place</b>	2002
<b>Partenariat(s) technique(s) et/ou financier(s)</b>	Entreprise Carlos Confédération Canton de Berne Office Fédéral de l'Energie Commission pour la technologie et l'innovation

#### 10.1.2 LES PRINCIPALES ETAPES

<b>2002</b>	Lancement de l'expérimentation
<b>2012</b>	Fin de l'expérimentation

#### 10.1.3 LOCALISATION



Source : <http://fr.weather-forecast.com/>

#### Région de Berthoud (Burgdorf)

## 10.2 PRESENTATION DU DISPOSITIF

### 10.2.1 LA GENÈSE DU PROJET

La commune de Berthoud, dans le canton de Berne, est une commune de 15 000 habitants située au centre d'un territoire de 20 km<sup>2</sup> qui en compte le double. Cette capitale de la région de l'Emmental est caractéristique d'une ville moyenne pour les services et les activités économiques. Elle est entourée d'une zone périurbaine et rurale où l'offre de transport est insuffisante.

Menant depuis longtemps une politique volontariste en terme de mobilité des personnes (favoriser leur mobilité par une approche multimodale), la commune souhaitait compléter son offre de transport en commun sur les axes les moins fréquentés par une solution de covoiturage et son choix se porte sur un système de covoiturage dynamique développé par deux concepteurs locaux et des universités suisses.

Dans le courant de l'année 2002, grâce à plusieurs soutiens financiers et à l'engouement de la société locale de transports, le dispositif voit le jour sous forme d'une expérience pilote de trois ans, connue sous le vocable Carlos du nom de la société créée à ce moment là par ses concepteurs.

A l'issue des trois années, malgré des résultats encourageants sur beaucoup de plans, le dispositif est stoppé.

### 10.2.2 LE CONCEPT

Le système de covoiturage Carlos repose sur un réseau de colonnes marquant chacune un point de montée dans des voitures particulières. Aucune inscription n'est nécessaire, le covoiturage est donc possible avec n'importe qui.

Les colonnes de covoiturage Carlos se trouvent dans les centres des localités ou près des gares et arrêts du bus. L'usager qui souhaite utiliser le service se positionne près d'une colonne et saisit sa destination sur l'écran parmi une liste prédefinie de 19 destinations possibles.

Une fois la destination validée, et après que l'usager en ait réglé le coût, la colonne émet un titre de transport et la destination s'affiche au sommet de la colonne.

L'usager n'a plus qu'à attendre qu'un automobiliste s'arrête et l'invite à prendre place dans son véhicule. Pour des raisons de sécurité, le passager et le conducteur sont enregistrés par une caméra vidéo.

A destination, le titre de transport est remis au conducteur qui peut ainsi se faire rembourser les frais de transport dans l'un des points de vente du réseau de transport public ou dans une station service du territoire.



Vue de l'une des colonnes

#### 10.2.2.1 Les fonctionnalités des bornes

Les colonnes sont équipées chacune d'un écran tactile qui permet à l'usager de saisir sa destination, de verser le montant du trajet et d'émettre un titre de transport.

Les femmes pouvaient sélectionner une option qui leur permettait de ne monter qu'avec des conductrices.



Source : <http://www.carlos.ch>

Saisie sur l'écran



Emission du titre de transport

La borne permettait également :

- De se renseigner sur les horaires des bus et des trains de la compagnie locale de transports,
- D'appeler la compagnie de transports,
- De commander un taxi par téléphone,
- D'entrer des commentaires et de donner son avis,
- D'avoir des informations sur le dispositif.

Chaque borne pouvait afficher trois destinations simultanées et ainsi être utilisée par plusieurs autostoppeurs à la fois.

#### **10.2.2.2 Le réseau de points d'arrêts**

Le réseau comportait 11 colonnes réparties dans 9 communes (point orange sur la carte). Pour fixer les idées quant aux distances, notons que Berthoud (Burgdorf) est à 8 km de Krauchthal, à 10 km de Fraubrunnen et à 14 km de Höchstetten.



### **10.2.2.3 La tarification**

Pour pouvoir saisir sa destination, le covoitureur passager devait verser deux francs suisses dans l'appareil ou présenter leur titre de transport s'ils étaient déjà abonnés au réseau de transport en commun. Au bout de dix passagers transportés, les conducteurs percevaient un bon d'achat de 10 francs suisses à valoir contre de l'essence ou des vacances.

L'autre franc versé par le passager servait à financer l'exploitation du système.

#### **10.2.2.4 La communication**

Le lancement de l'opération a été abondamment relayé par la presse locale et a été rapidement connu des habitants compte tenu de la taille réduite du territoire et du positionnement très visible des colonnes (près des gares...).

## 10.3 LES ELEMENTS FINANCIERS

Le coût d'investissement s'est élevé à 900 000 francs suisses, soit 745 200 euros, pris en charge par plusieurs cofinanceurs dont la Confédération, le Canton de Berne, la ville de Berthoud, la société de transports publics locaux, les autres communes participantes, l'office fédéral de l'énergie et la Commission pour la technologie et l'innovation.

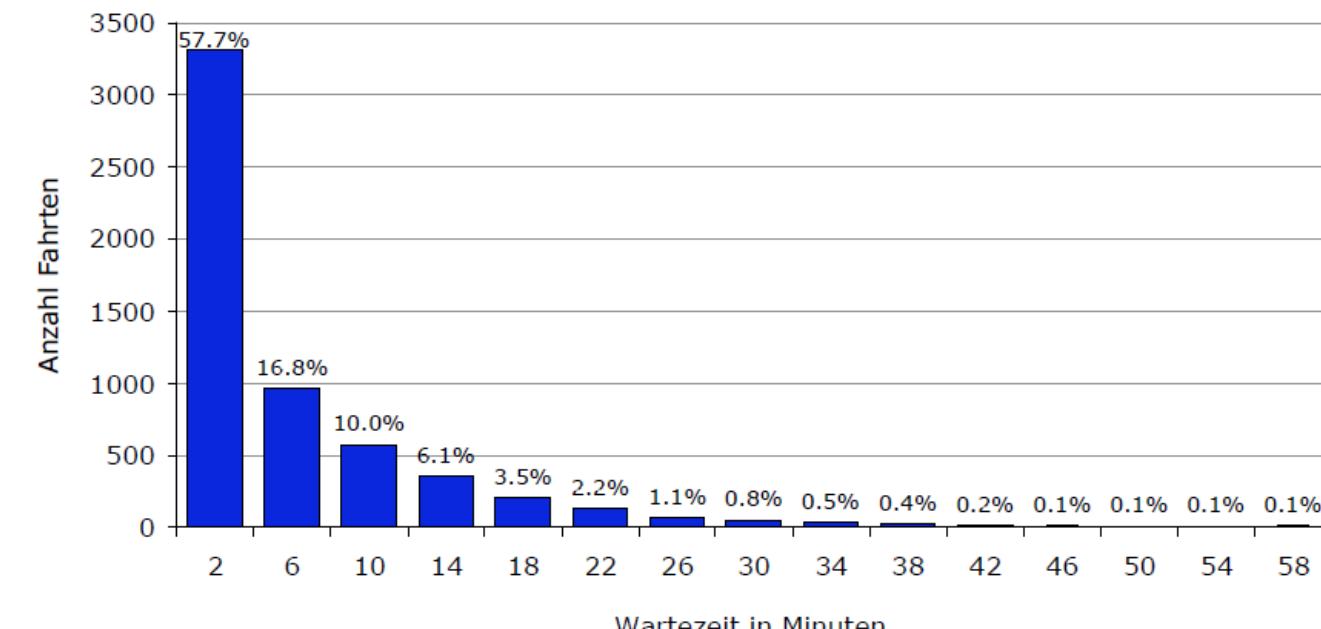
Le coût d'entretien a été estimé au dixième du coup d'entretien d'une ligne de bus classique soit environ 8 300 euros par an.

## 10.4 LES RESULTATS

#### **10.4.1 FIABILITE DU DISPOSITIF**

Il n'y a eu pendant l'expérimentation aucune difficulté d'ordre technique, ni aucune agression et pratiquement pas de vandalisme.

Le temps d'attente moyen a été évalué, pendant les trois années, à seulement 6 minutes et il a été estimé que 85% des utilisateurs avaient attendu moins de dix minutes.



Source : <http://www.carlos.ch>

#### Répartition des temps d'attente (en minutes)

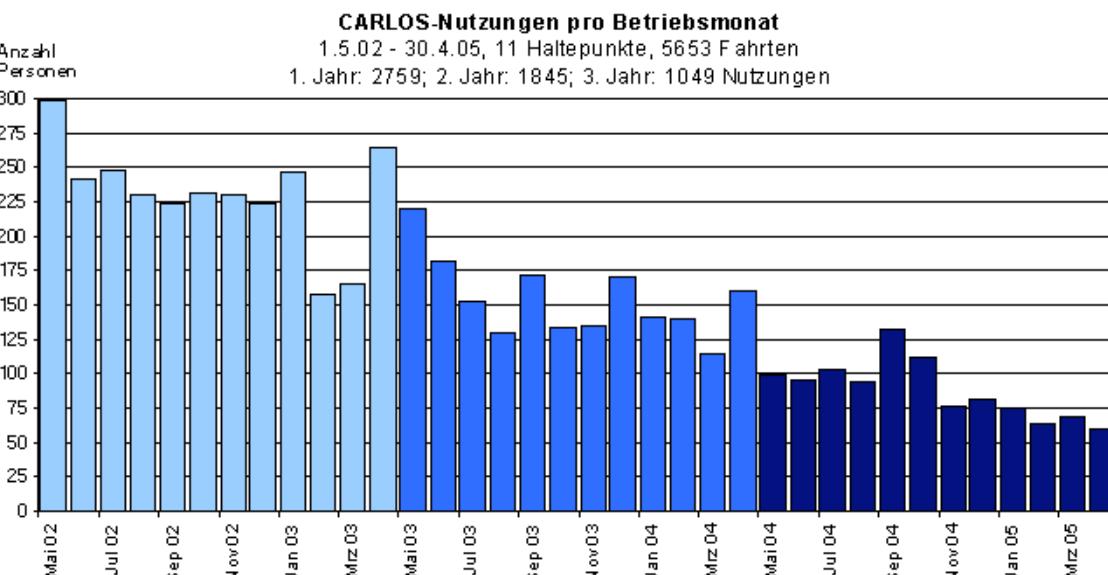
Un seul arrêt s'est avéré avoir été vraiment mal positionné et l'axe le plus utilisé a été celui entre Berthoud et Kirchberg (6 km).

La fonction qui permettait aux femmes de choisir de voyager avec une conductrice a été utilisée par 5% des passagers.

#### 10.4.2 NIVEAUX DE FREQUENTATION

Au cours des trois années d'expérimentation, environ 6 000 trajets ont été enregistrés, soit environ 5 trajets par jour et beaucoup moins que les 200 utilisateurs quotidiens espérés au lancement du projet. La longueur moyenne d'un trajet était de 7.5 km.

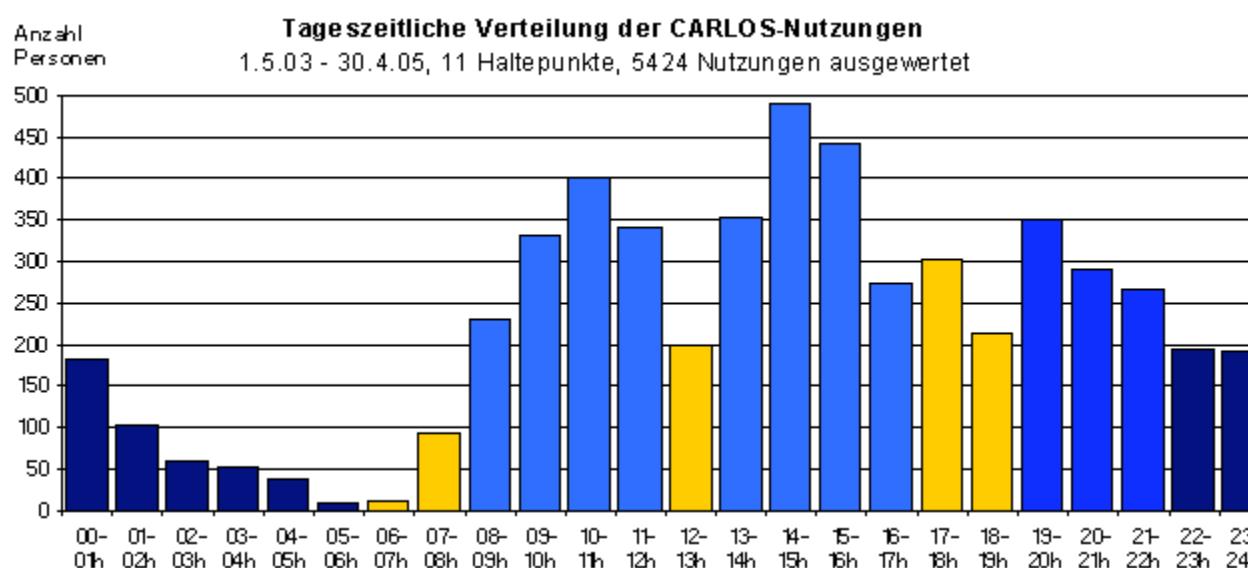
La fréquentation a décrû au fil du temps passant de 250-300 utilisateurs mensuels au début de l'expérimentation à 50-75 utilisateurs mensuels à la fin.



Source : <http://www.carlos.ch>

**Evolution du nombre de trajets mensuels**

Assez curieusement, le dispositif a été utilisé pratiquement 24/24 avec des usages significatifs toute la journée, pas de pointe à l'heure des déplacements domicile-travail et taux d'usage qui reste marqué jusqu'à tard le soir (du fait essentiellement des jeunes).



Source : <http://www.carlos.ch>

**Répartition horaire des usages**

Le dispositif a été bien approprié par les jeunes (<24 ans) et les 54-64 ans et plus généralement par les personnes non motorisées et par les habitants des communes dépourvues d'offre ferroviaire. Il a en revanche été très marginalement utilisé par les personnes de plus de 60 ans.

L'efficacité du dispositif s'est trouvée réduite par le déséquilibre entre l'offre et la demande, l'engouement ayant été beaucoup plus fort chez les conducteurs que chez les passagers potentiels.

#### 10.4.3 CONCLUSIONS DE L'EVALUATION

A l'issue de l'expérimentation, la puissance publique a considéré que l'expérience s'était révélée positive sur de nombreux points (fiabilité en particulier) et que le dispositif pouvait constituer une alternative intéressante là où la desserte par les transports publics ne peut être assurée ou intensifiée en raison d'un potentiel trop faible.

Le niveau d'appropriation par la population et la fréquence d'utilisation n'ont cependant pas été suffisants pour pérenniser le dispositif.

# 11. WASHINGTON

La plupart des informations dont il est fait état ci-après sont issues d'un benchmark réalisé par le cabinet Arcadis pour le compte du Grand Lyon qui nous l'a gracieusement mis à disposition.

## 11.1 PRESENTATION GENERALE

### 11.1.1 FICHE SIGNALTIQUE

<b>Porteur principal du projet</b>	Washington DC
<b>Echelle</b>	Certaines banlieues de Washington
<b>Population concernée</b>	600 000 habitants à l'échelle du District
<b>Type d'urbanisation</b>	Liaisons périurbain/banlieue à centre-ville
<b>Type(s) de covoiturage ciblés</b>	Domicile-travail
<b>Date de mise en place</b>	1975
<b>Partenariat(s) technique(s) et/ou financier(s)</b>	-

### 11.1.2 LES PRINCIPALES ETAPES

<b>1975</b>	Lancement de la politique covoitage
-------------	-------------------------------------

### 11.1.3 LOCALISATION



## 11.2 PRESENTATION DU DISPOSITIF

### 11.2.1 LE PRINCIPE GENERAL

Le dispositif a été initié et se développe du fait que la congestion des voies rapides d'accès à Washington est très importante (le temps de parcours réel est fréquemment triplé par rapport au temps de parcours en heure creuse) et que les principales pénétrantes disposent désormais de voies réservées au covoiturage. Pour gagner du temps, les conducteurs ont donc un grand intérêt à prendre des passagers.

Des lignes de covoiturage (slug lines), longues de 20 à 80 km, ont été définies à partir de points de rencontre identifiées dans différentes banlieues de Washington :

- 26 points de rencontre en banlieue et en périurbain,
- 14 points de rencontre en centre ville.



Source : <http://www.slug-lines.com/Slugging/Map.asp>

Carte des points de rencontre

Les passagers (les « slugs ») attendent dans des arrêts référencés où des places de stationnement sont souvent identifiées pour qu'ils puissent y laisser leur propre voiture. Un conducteur souhaitant prendre des passagers arrive et déclare oralement ou via un panneau sa destination parmi les destinations identifiées. S'il y a la queue, il prend les deux premières personnes souhaitant se rendre vers cette destination (sur le principe des taxis).



Source : Scan Report Casual Carpooling, FTA 2011

Passagers en attente sur un point rencontre (sens aller)



Source : Scan Report Casual Carpooling, FTA 2011

Chauffeur indiquant sa destination par une simple pancarte

## 11.2.2 ORGANISATION INFORMELLE PAR LE SITE INTERNET

Le site Internet n'est pas doté d'une plate forme de mise en relation. Il s'agit plutôt d'un site informatif, au design très simple, apportant des informations pratiques et quelques services aux covoitureurs, un peu dans une logique de communauté. On y trouve en particulier :

- Pour donner envie de covoiturer :
  - Un mode d'emploi,
  - Un mini calculateur des économies susceptibles d'être réalisées,
  - Un historique du service,
  - Des informations sur les voies réservées,
- Pour faciliter le covoiturage :
  - La destination des lignes,
  - La localisation exacte des arrêts et des lieux de stationnement autorisés,
  - Les heures auxquelles la ligne fonctionne le mieux,
  - Le lieu de départ de la ligne de retour,
  - Les lignes de bus correspondantes,
  - Des informations diverses et sur la garantie de retour,
  - Des informations sur la façon de susciter la mise en œuvre d'une nouvelle ligne.
- Autour du voyage :
  - Un forum de discussion,
  - Un recueil de poèmes et d'histoires autour du covoiturage,
  - Une rubrique objets perdus/trouvés,

Aucune inscription n'est requise mais elle est possible pour qui souhaite recevoir par email des informations autour du covoiturage (ouverture d'une nouvelle ligne...).

Chaque point de rencontre fait l'objet d'un descriptif assez complet mais assez basique dans la forme :

**Rolling Valley Mall**

**Location:** Springfield/Burke, in the commuter lot near the intersection of 9300 Old Keene Mill Road and Shiplett Boulevard.



**Description:** Operates in the commuter lot next to the shopping center. Normally, slugs stand next to the bus stop in the center of the parking area.



**Driving Directions**

**Destinations:** All areas.



- Pentagon (heaviest volume)
- Foggy Bottom (at the Metro station between 23rd and I Street)
- 20th Street & L
- Crystal City
- 14th and Constitution
- L'Enfant Plaza
- 18th Street
- Rosslyn (Easy walk to Georgetown)

**Best Hours:** 5:45 - 7:00 a.m. - Good  
7:00 - 8:00 a.m. - Excellent  
8:00 - 8:30 a.m. - Good

**Drivers:** Drivers pull into the lot from the west and circle around so that the slugs are on the passenger side. Cars then drive through the lot and back onto Old Keene Mill Road.

**Parking:** Commuter lot. Excellent (628 spaces)

**Metro Station:** No. The closest metro is approximately 10 minutes away at the Springfield/Franconia station

**Bus:** Fairfax Connector, WMATA bus - the 18P that goes from the Pentagon to Rolling Valley

**Returning PM Slug Lines:** Pentagon, 14th & NY, 14th & Constitution, L'Enfant Plaza, 19th & F Street, Rosslyn

### How Much Does Slugging Save You?

Fill out this form to figure out your monthly commute cost!

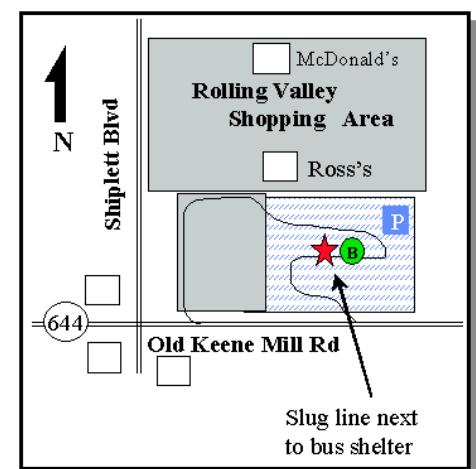
(Press TAB to move to the next field and SHIFT-TAB to move back one field.)

A. What is your daily round trip commute distance from home to work (in miles)?	<input type="text" value="0"/>
B. How many days per month do you normally work?	<input type="text" value="0"/>
C. How many miles per gallon does your automobile average?	<input type="text" value="0"/>
D. How much per gallon do you normally pay for gasoline?	<input type="text" value="0"/>
E. What is your cost per mile for repairs, registration, maintenance and taxes? *	<input type="text" value=".065"/>
F. What is your cost per mile for financing, insurance and depreciation? *	<input type="text" value=".46"/>
G. How much do you pay for monthly parking?	<input type="text" value="0"/>
<hr/>	
Your estimated Monthly cost of commuting is	<input type="text" value="\$0.00"/>
Your estimated Yearly cost of commuting is	<input type="text" value="\$0.00"/>

\* Cost per mile estimates based on the 2001 Federal Highway Administration's Cost of Owning and Operating a Vehicle.

### Mini calculateur des économies à réaliser

### Descriptif d'une aire d'arrêt



Plan d'accès à la même aire d'arrêt

Le site fournit également ce qui n'est pas à proprement parler une charte mais l'énoncé d'un certain nombre de règles d'usages et de bonne conduite :

- Règle du premier arrivé premier servi dans les files d'attente,
- On ne laisse cependant pas une femme seule dans la ligne d'attente,
- Le passager peut ne pas monter dans le véhicule s'il ne le sent pas,
- Usage de limiter à trois le nombre de covoitureurs aux heures de forte fréquentation de façon à ce que les conducteurs puissent « se partager » les passagers,
- Pas de cadeau ni de participation financière : le service est gratuit,
- On ne parle pas en voiture, sauf à l'invitation du conducteur,
- On ne téléphone pas en voiture sauf avec l'autorisation du conducteur,
- Pas de nourriture, de boisson ou de cigarette,
- Le conducteur a seul la main sur les fenêtres, la climatisation, la radio...
- Le conducteur doit annoncer s'il ne va pas jusqu'au lieu prédefini,
- On peut demander à être déposé le long de la ligne au moment du départ, sinon la dépose s'effectue aux arrêts prédefinis.

Certaines d'entre elles sont physiquement séparées par des barrières de la circulation classique et plusieurs sont réversibles, c'est-à-dire qu'elles changent de sens à la mi-journée pour s'adapter à l'importance des flux.



Source : Scan Report Casual Carpooling, FTA 2011

#### Exemple de voie HOV vers Houston

##### 11.2.3 STRATEGIES ET GARANTIE DE RETOUR

Certaines « slug lines » fonctionnent plus tard que d'autres. Le site propose donc des stratégies à partir de certaines heures comme la concentration vers les quelques lignes qui fonctionnent tard (Pentagone par exemple) en rejoignant cette ligne en métro depuis le reste du centre-ville.

L'agence de mobilité de l'aire urbaine de Washington propose par ailleurs une garantie de retour quatre fois par an pour les personnes qui covoientent sur inscription préalable.

Cette inscription va un peu plus loin que l'inscription classique sur le site Internet puisqu'il s'agit d'un organisme différent qui fait office d'assureur. Pour pouvoir bénéficier du service, le covoitureur doit donc s'inscrire auprès de lui (et se réinscrire chaque année). Il reçoit en échange un certificat d'enregistrement et une carte personnelle.

Cette garantie peut être activée en cas d'urgence, de maladie du covoitureur ou de l'un de ses enfants, d'imprévu, etc.

Dans ces situations, le covoitureur doit se faire connaître par téléphone auprès de l'organisme assureur qui lui trouve une solution de secours.

Une fois que c'est fait, le covoitureur rentre chez lui en taxi, en voiture de location, en car ou en train. Il peut avoir à avancer les frais mais est ensuite intégralement remboursé sur présentation de la facture.

##### 11.2.4 LES VOIES RESERVÉES

Washington fait partie des villes où plus de 40 km de voies d'accès sont réservées (High Occupancy Vehicle = HOV) aux covoitureurs sur certaines plages horaires, en général :

- De 6h à 9h dans le sens entrant (et parfois un peu plus tôt et/ou un peu plus tard),
- De 15h30 à 18h30 dans le sens sortant (et parfois un peu plus tôt et/ou un peu plus tard).

Ces voies sont moins fréquentées que les autres et les utiliser peut faire gagner fréquemment une heure de trajet, ce qui contribue évidemment à encourager le covoiturage.

La lisibilité du système n'est pas totale du fait d'une part que les plages horaires diffèrent selon les autoroutes et du fait d'autre part que certaines sont classées HOV-2 et donc accessibles par tout véhicule avec au moins deux personnes à bord et d'autres sont HOV-3 (trois personnes minimum à bord).



Source : <http://nouvelles-mobilites.net>

#### Signalétique HOV-2

Le dispositif est correctement respecté car les amendes sont dissuasives :

- 125 \$ à la première infraction,
- 250 \$ à la seconde, et trois points en moins sur le permis de conduire,
- 500 \$ à la troisième, et trois points en moins sur le permis de conduire,
- 1 000 \$ à la quatrième, et trois points en moins sur le permis de conduire.

Outre son ancienneté, il est clair que plusieurs facteurs décisifs jouent en faveur du covoiturage autour de Washington :

- Le gain de temps, conséquence directe de l'aménagement des voies réservées sur des distances importantes ( $> 40$  km) ; il est par ailleurs difficile de trouver de la place pour se garer dans le centre-ville,
- Les économies réalisées sur le trajet lui-même mais également sur le coût du stationnement au centre-ville (environ 18 \$/jour).

Il n'est pas exclu non plus que le nombre important de fonctionnaires fédéraux à Washington, dont beaucoup ont des horaires très réguliers, ait joué un rôle de catalyseur en contribuant à l'atteinte d'une masse suffisante de covoitureurs.

## 11.3 LES RESULTATS

On manque malheureusement de données précises sur le niveau de performance du dispositif mais Arcadis évalue son envergure à 10 000 usages/jour, soit environ 3 300 équipages/jour.

De fait, le service semble bien fonctionner et certains arrêts de covoiturage ont aux heures de pointe un niveau d'activité qui s'apparente à celui d'une station de taxis de gare parisienne ou d'un arrêt de bus très fréquenté.



Source : Scan Report Casual Carpooling, FTA 2011

### Passagers en attente sur un point rencontre (sens retour)...à San Francisco

Les covoitureurs proviennent de toutes les catégories de la population que ce soit par genre, catégorie socioprofessionnelle, origine ethnique, type d'emploi...

Ce sont en revanche tous des gens pragmatiques qui connaissent plutôt bien le système et savent en jouer pour optimiser leurs trajets (les heures de forte fréquentation varient selon les aires d'arrêt) et être alternativement conducteurs ou passagers selon leurs contraintes du jour.

## 12. SNCF

La SNCF a mené successivement trois expérimentations sur le covoiturage en 2009 sur Transilien, en 2011 en Franche-Comté et en 2012 dans le Nord-Pas-de-Calais avec la mise en place d'un site internet spécifique à chaque opération et des actions de communication et d'animation d'ampleurs variables.

Parallèlement, une action de recherche-développement a été lancée sur le covoiturage en temps réel.

### 12.1 PRESENTATION GENERALE

#### 12.1.1 FICHE SIGNALTIQUE

<b>Porteur principal du projet</b>	SNCF
<b>Echelle</b>	-
<b>Population concernée</b>	-
<b>Type d'urbanisation</b>	-
<b>Type(s) de covoiturage ciblés</b>	-
<b>Dates de mise en place</b>	2009 à 2012
<b>Partenariat(s) technique(s) et/ou financier(s)</b>	Greencove Certaines communes riveraines

#### 12.1.2 LES PRINCIPALES ETAPES

<b>2009</b>	Expérimentation sur Transilien (Ile de France)
<b>2011</b>	Expérimentation en Franche-Comté
<b>2012</b>	Expérimentation dans le Nord Pas de Calais
<b>2013</b>	Bilan croisé et définition d'orientations internes

### 12.2 PRESENTATION DES EXPERIMENTATIONS

#### 12.2.1 L'OPERATION MENEE EN ILE DE FRANCE PAR TRANSILIE

L'objectif principal de l'opération menée par Transilien était de faciliter l'accès aux gares dans des contextes d'offre faible de transport en commun, de réduire les besoins de stationnement, les coûts d'entretien des parkings et d'améliorer les relations avec les communes en limitant la pression du stationnement sur les riverains des gares. Les cibles visées étaient les usagers réguliers des gares non parisiennes, principalement en limite du réseau francilien.

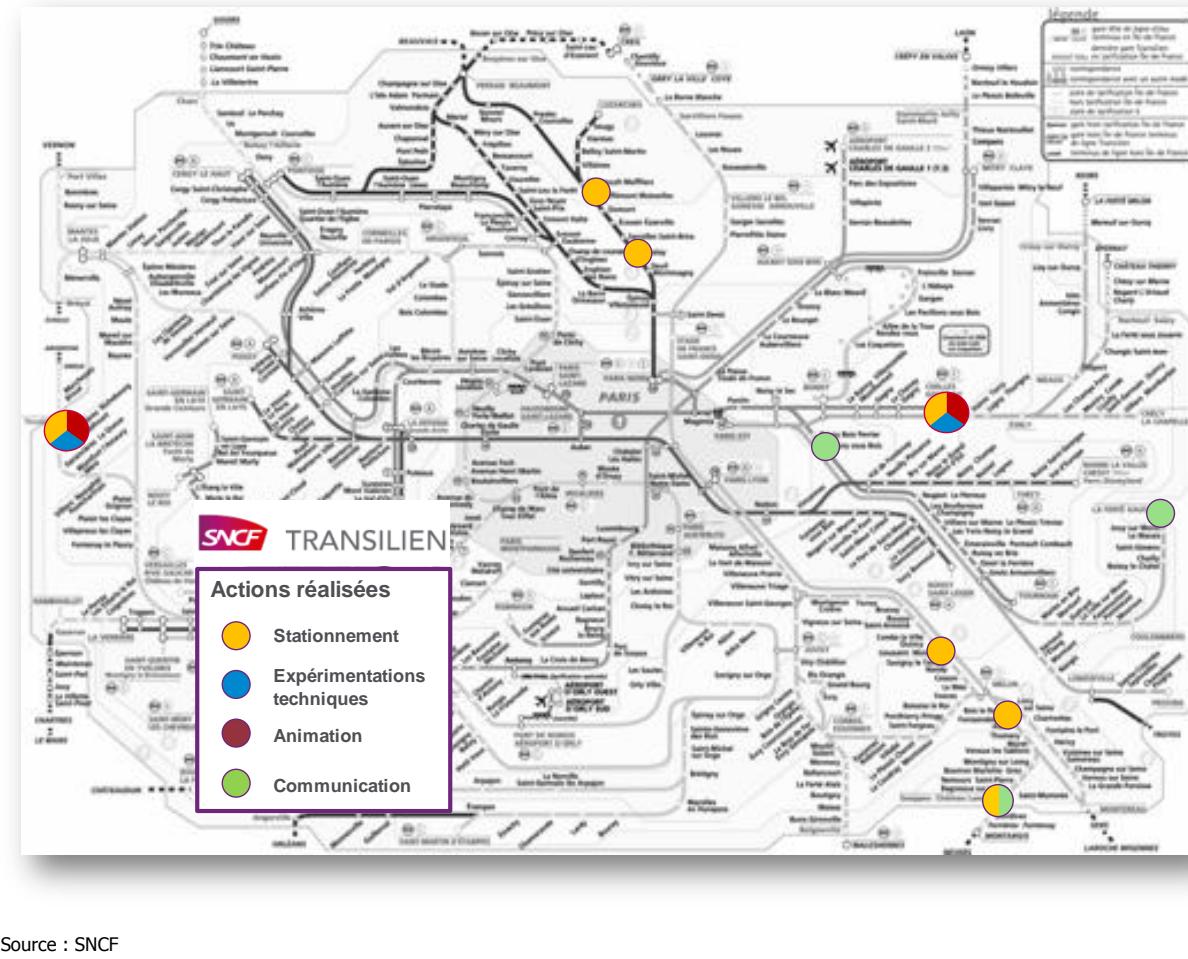
Un site internet de covoiturage a été mis en place par l'opérateur Greencove et 23 gares sur les 394 du réseau ont fait l'objet d'actions test déployées ensuite sur la plupart des gares périphériques du réseau avec des moyens plus modestes.

Dans les gares concernées, des actions d'animation ont été engagées :

- Annonces en gare,
- Diffusion d'affiches,
- Diffusion de flyers sur les véhicules,
- Organisation de petits-déjeuners,
- Organisation de stands d'information multimodale pendant la semaine du développement durable et du transport public.

Une communication auprès des agents a également été réalisée pour les sensibiliser à l'opération. Quelques contacts ont été pris avec les mairies (Souppes, Trappes, Houdan, Rosny-sous-Bois, Communauté d'Agglomération de Marne et Chanteraine...) pour diffuser l'information par affiches, flyers, dans les bulletins municipaux, proposer des widgets sur les sites communaux, etc. Au fil de l'opération, de nouvelles animations ont été menées sous forme de stands, de communiqués de presse...

Neuf gares, principalement en entrée d'Ile de France ont fait l'objet d'actions complémentaires : à Souppes-Château-Landon, dernière gare du réseau RER ligne R, un abonnement de stationnement préférentiel a été proposé en partenariat avec EFFIA aux covoitureurs (4 mois gratuits et -35% sur le prix de l'abonnement) associé à l'organisation d'animations avec un contrôle par badge des accès. Dans trois autres gares, une réduction de 25% a été proposée aux covoitureurs.



#### Localisation et types d'expérimentations menées en Ile de France

Sept gares ont matérialisé deux à trois places réservées au covoiturage. A Houdan, l'implantation de bornes de covoiturage a donné lieu à des actions d'animations plus intensives sur 4 jours consécutifs.

Le STIF s'est très peu impliqué dans le projet. Les communes riveraines des gares se sont en revanche montrées nettement plus intéressées quand elles ont pu être contactées.

Sur les 4 ans de l'opération, 285 k€ ont été engagés afin de financer le site et sa maintenance. Des ressources humaines à hauteur de 0.2 ETP (16 k€/an) ont été mobilisées pour coordonner l'opération. Les charges de communication et d'animation ne sont pas connues mais sont restées globalement faibles (sans doute moins-de 5% du budget global).

Les résultats ont été globalement décevants avec 663 inscrits à fin 2012 même si au final, les inscrits Transilien ont représenté quand même 10% des inscrits de Greencove en Ile de France. Une part majoritaire des usagers s'est inscrite spécialement pour le rabattement en gare.

Leur profil de distance de covoiturage est atypique avec 50% de trajets inférieurs à 10 km (contre une médiane de 27 km en covoiturage domicile-travail classique). Mais une autre partie importante a inscrit des trajets plus représentatifs du covoiturage de bout en bout avec de nombreux mouvements de grande banlieue à grande banlieue.

Les actions d'animation intensive menées à Houdan ont visiblement porté leurs fruits avec un taux d'inscrits nettement plus important (100 inscrits, soit 15% de l'ensemble des inscrits Transilien sur la gare et en seulement 4 jours d'animation). Les trajets de rabattement inscrits sont significatifs dans les gares périphériques (outre Houdan, Mantes, Etampes, Persan, Nangis, vallée de l'Yonne...). Au vu de l'enquête qualitative réalisée fin 2012 par EFFIA, les résultats de mise en relation sont cependant très limités.

Au final, les résultats de ces premières expérimentations sont limités avec moins de 1 000 inscrits et un taux d'aboutissement réduit (21% ont covoituré mais seulement 6% via Transilien), même en bénéficiant des bases Greencove existantes.

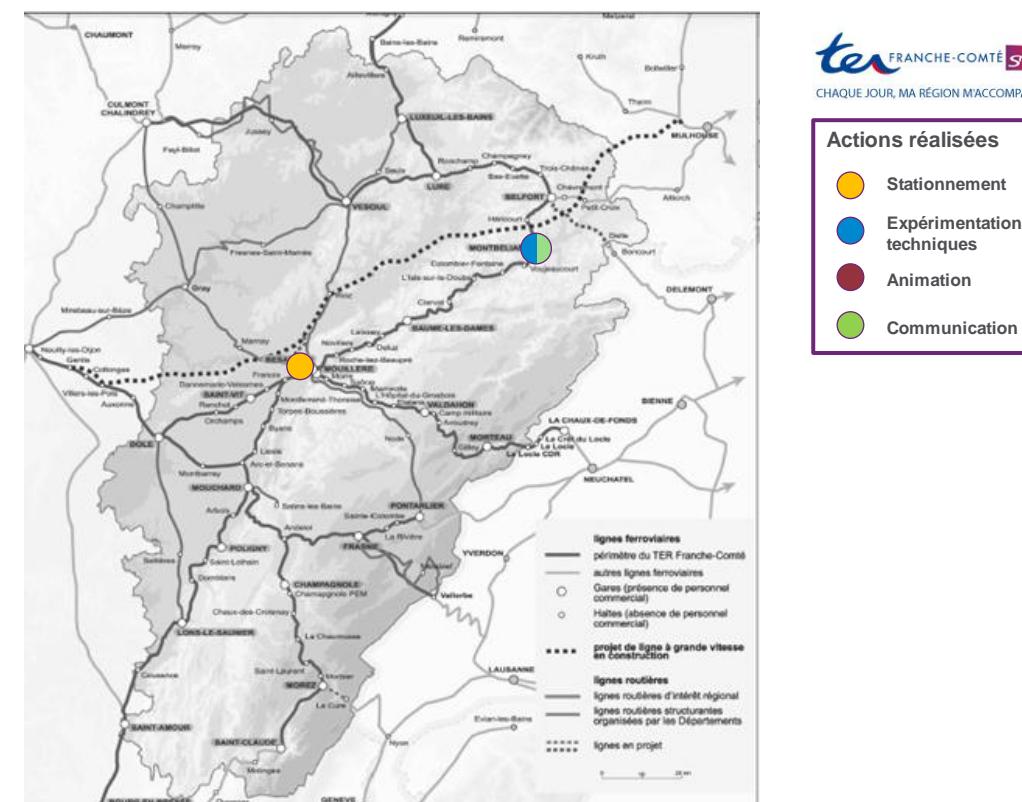
La massification des inscriptions n'a pas été assez importante et pas assez rapide pour permettre une mise en relation efficace d'autant que plus d'un covoitureur sur deux ne retourne pas sur un site s'il n'a pas trouvé de covoitureur dès sa première visite<sup>17</sup>. Le référencement du site est resté très faible (7<sup>ème</sup> à Souppes, 21<sup>ème</sup> à Chelles, 88<sup>ème</sup> à Houdan malgré les animations) et l'apport d'image de l'opération via le web limité.

#### 12.2.2 L'OPERATION MENEE EN FRANCHE-COMTE

Les objectifs de TER Franche-Comté étaient principalement de proposer une offre de rabattement dans les gares mal desservies par les transports en commun et offrir aux usagers une possibilité de repli en cas de situation perturbée.

Les cibles principalement visées étaient les actifs pour leurs déplacements domicile-travail et secondairement les usagers occasionnels.

Après une pré-étude d'identification de gares cibles (difficultés de stationnement, fréquence de trains, part des rabattements voiture...), deux gares pilote ont finalement été retenues (Montbéliard et Besançon-Viotte) avec l'opportunité de l'arrivée du TGV Rhin-Rhône.



#### Localisation et types d'expérimentations menées en Franche-Comté

<sup>17</sup> Enquête MTI-EFFIA 2010 sur un extrait de la base Greencove

La communication est restée limitée à la distribution de flyers en gare et sur les parkings. Des affiches ont été apposées à bord des trains. TER a participé à un séminaire sur le covoiturage avec le Grand Dôle. Une opération de communication supplémentaire a été réalisée à l'occasion du lancement de l'application mobile et dynamique en gare de Besançon. Des stands d'animation multi-services non spécifiques au covoiturage se sont tenus dans l'ensemble des plus grandes gares.

Seule la gare de Besançon a proposé des places de stationnement (2 en l'occurrence) au plus près des quais pour les covoitureurs. Leur utilisation a été peu contrôlée et est restée marginale.

La Région Franche-Comté ne s'est pas impliquée dans le projet.

Un budget de 122 k€ a été alloué à la création et la maintenance du site. Très peu de budget a été affecté à la communication, l'animation et la coordination.

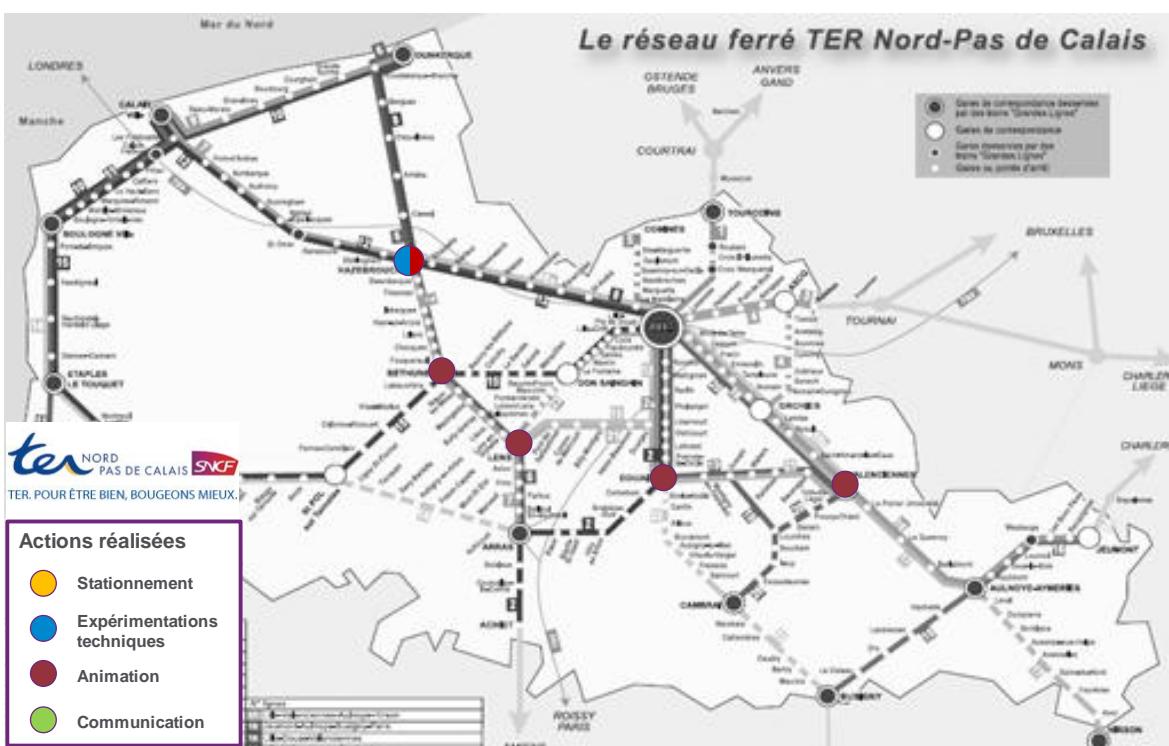
Au final, les résultats ont été très faibles avec 68 inscrits sur 230 inscrits sur la base Greencove régionale. Le choix des deux gares pilotes n'était pas approprié et les efforts d'animations ont été beaucoup trop limités pour développer la pratique dans un contexte régional de faible développement du covoiturage.

### 12.2.3 L'OPERATION MENEEDANS LE NORD PAS DE CALAIS

L'objectif initial de TER Nord Pas de Calais était comme pour les autres réseaux de favoriser le rabattement en gare et désengorger les parkings. Le souhait de départ était de limiter strictement le covoiturage au rabattement des salariés vers les gares et d'éviter absolument toute forme de concurrence avec le train.

Cet objectif a très rapidement été abandonné pour élargir l'usage du site à l'ensemble des besoins de déplacements en Région, toutes distances confondues.

En application d'une pré-étude menée par MTI, cinq gares tests ont été définies (Hazebrouck, Douai, Valenciennes, Béthune et Lens) sur les 37 gares voyageurs de la Région.



Source : SNCF

#### Localisation et types d'expérimentations menées dans le Nord Pas de Calais

Un site internet de covoiturage Nord-Pas-de-Calais a été mis en œuvre. Il a la particularité de proposer une sélection géographique permettant de visualiser son trajet. Sur les trajets compatibles avec le train, les trajets en train sont systématiquement mis en avant, même si leur lisibilité est médiocre.

En plus des outils de communication classiques (affiches, flyers, cartes mémo), une communication a été faite à tous les agents de vente en Région et un courrier a été envoyé à tous les cheminots. Une conférence de presse a permis d'informer le grand public et a donné lieu à une dizaine d'articles et reportages radio-TV. Des stands ont été tenus par les agents en gare ou des assistants TER en fin d'après-midi dans les 5 gares avec démonstration du site et de l'appli mobile. Un jeu concours a été organisé avec récompense aux 50 premiers inscrits mais 10 personnes seulement ont participé. Une animation plus intensive a été réalisée en gare d'Hazebrouck à l'occasion du lancement de la borne. Les tentatives de lancement dans le cadre des PDE ont avorté.

Aucune place de stationnement réservé n'a été mise en œuvre et peu de ressources d'animation et de coordination ont été dégagées (0.1 ETP environ).

L'autorité organisatrice est restée peu impliquée mais vigilante à ce que le covoiturage ne fasse pas concurrence au TER. Les élus locaux ont été plus impliqués dans l'opération des bornes d'Hazebrouck et la presse a bien suivi cette opération.

Au final, 157 personnes se sont inscrites sur le site TER Nord Pas de Calais à comparer aux 645 inscrits régionaux de Greencove. La mise en relation effective n'a pas été mesurée. Là encore, le budget d'animation a été trop limité et trop étalé dans le temps pour mener des opérations très intensives d'inscription et atteindre un effet de masse suffisant pour faire fonctionner la mise en relation.

#### 12.2.4 UNE EXPERIMENTATION DE COVOITURAGE EN TEMPS REEL

Une action de recherche-développement a été conduite en 2011 pour proposer une solution de covoiturage en temps réel. Destinée à augmenter la consultation du site, à simplifier la saisie des offres et des demandes et faciliter la mise en relation en dernière minute, cette opération était ciblée sur une population jeune de CSP+ fortement équipée en smart phones.

Après un très intéressant travail de créativité pour identifier les freins à la massification des inscriptions, un site web mobile en temps réel a été implanté sur la ligne d'Houdan et des bornes de mise en relation par flash code ont été installées à Houdan (septembre 2011), Hazebrouck (juin 2012) et Montbéliard (septembre 2011).



Source : SNCF

**Borne de covoiturage dynamique à Houdan**

Le lancement a donné lieu à une très bonne couverture média et une bonne mobilisation des élus locaux, preuve que le sujet intéresse.

Quatre jours d'animations ont été réalisés à Houdan et ont donné lieu à un triplement des inscrits en quelques mois. A Montbéliard, des animations ont été confiées en externe et le nombre d'inscrits a augmenté, sans doute par curiosité, mais très peu de trajets ont été proposés. A Hazebrouck, malgré une action ciblée sur trois jours (avec peu de moyens internes), l'installation de la borne n'a pas donné lieu à des inscriptions supplémentaires.

La conception et la réalisation du programme ont été bien menées avec une analyse intéressante des freins à la massification. Les solutions techniques implantées ont permis de capitaliser des gains d'image positifs mais les résultats de mise en relation restent maigres.

Au-delà des freins technologiques (smart-phone) et d'apprentissage, ces nouvelles technologies sont encore très en avance par rapport au développement du marché du covoiturage. Il faut sans doute les envisager plutôt dans un second temps comme un accélérateur, pas comme un déclencheur de pratique.

### 12.3 LES RESULTATS ET ENSEIGNEMENTS

#### 12.3.1 ANALYSE DU MARCHE ET DES BESOINS DE COVOITURAGE DE RABATTEMENT

Même si elles ont généré des résultats décevants, ces quatre expérimentations ont permis de tirer un certain nombre d'analyses sur le marché du covoiturage de rabattement :

- Le segment de marché du covoiturage de courte distance en rabattement vers les gares est limité mais correspond à un vrai besoin très ciblé sur des gares péri-urbaines pour lesquelles les distances d'accès sont plus longues (+ 5 km et surtout + 10 km). Une faible fréquence de train n'est pas forcément un handicap dans la mesure où elle concentre les accès sur un nombre de trains plus limité.
- Ce segment de marché est trop limité pour pouvoir fonctionner isolément du covoiturage domicile-travail. L'usager ne fait pas la différence entre un site de covoiturage de rabattement et un site de covoiturage de bout en bout. La mutualisation des trajets rabattement et bout-en-bout est indispensable pour obtenir plus rapidement un effet de masse. Cette mutualisation a fonctionné dans la mesure où Greencove était déjà présent sur les trois territoires d'expérimentation mais cet avantage ne jouerait pas dans le cas de collectivités ayant un système concurrent.
- L'intérêt des AOT (Régions et AOTU) a été faible du fait notamment d'une crainte de concurrence du covoiturage avec le ferroviaire et d'une méconnaissance fréquente du marché du covoiturage. Les AOT ne sont pas prêtes à financer ce segment spécifique. En revanche, la participation des communes s'est avérée localement très positive, avec une forte motivation à réduire la pression du stationnement au voisinage des gares.
- Les animations très intensives réalisées à Houdan ont été concluantes en termes de nombre d'inscrits sur le site. La méthode de concentrer des moyens dans le temps et dans l'espace peut s'avérer payante.
- Les nouvelles technologies ont suscité un réel intérêt, fait l'objet d'une bonne couverture médiatique mais restent insuffisantes pour faire seules évoluer le marché. Les bornes de covoiturage installées à Houdan, Hazebrouck et Montbéliard permettant une plus grande souplesse de mise en relation et facilitant le dernier moment, particulièrement au retour, ont suscité un réel intérêt. L'introduction d'une palette d'offre plus large garantissant le retour (transport en commun, transport à la demande, covoiturage) s'avère un élément clé pour vaincre les réticences. Mais nous tirerons d'autant plus partie de ces technologies que le marché du covoiturage « classique » est déjà bien actif. Même si trois covoitureurs sur quatre covoitent par le biais du bouche à oreille sans site internet, il apparaît qu'une veille technique reste indispensable pour anticiper les évolutions du marché.
- La SNCF apparaît comme un « tiers de confiance » pour les usagers, ce qui lui donne une véritable légitimité à intervenir dans le domaine du covoiturage.

### 12.3.2 LES ENSEIGNEMENTS SUR LA MISE EN ŒUVRE

Le bilan des expérimentations a également été riche d'enseignements quant aux conditions de mise en œuvre :

- **L'effet de masse doit être obtenu très vite par des actions d'animation et de communication très intensives.** Un étalement dans le temps des inscrits (en moyenne seulement 20 par jour sur TN) ne permet pas de créer cet effet de masse dans la mesure où plus de la moitié des visiteurs du site internet ne reviennent pas. Des actions d'animation fortes (4 jours à Houdan) permettent de créer des conditions favorables. Leur financement reste une interrogation.
- **Le point clé reste le passage de la visite à l'inscription :** dans la mesure où plus d'un usager sur deux visitant le site internet ne revient pas, l'inscription doit être encouragée par des solutions de préinscriptions automatiques d'usagers bien ciblés et un incitatif financier (bons d'essence, monnaie d'échange local...).
- **Le site internet de mise en relation** doit avoir une ergonomie extrêmement simple et un moteur de recherche permettant une mise en relation fine avec des personnes situées en amont ou en aval. Le prestataire actuel, même s'il bénéficie d'une base de données historiquement importante propose un outil mal adapté, avec des bases insuffisamment toilettées et une réactivité insuffisante.
- **Le budget d'animation** doit être significatif avec un rapport de 1 à 3 ou 4 entre budget technique (maintenance du site) et budget d'animation et communication. Le budget d'animation d'un site mature peut être estimé autour de 25 € par inscrit.
- **Un besoin fort de ciblage** : la part des usagers potentiellement intéressés est limitée mais bien ciblée sur les personnes habitant loin. La connaissance par la SNCF du fichier client des abonnés est un atout très important pour gagner en efficacité.
- **Une mobilisation de toutes les équipes internes** : il est indispensable que les équipes internes de terrain (gares, TER, TN mais également EFFIA pour la gestion des parkings) soient clairement convaincues de l'intérêt du développement du covoiturage.
- **Une mobilisation des collectivités** : si les AOT doivent être associées, la mobilisation des collectivités locales, surtout des communes est à la fois plus facile et potentiellement efficace (bonne implication des élus de Houdan et de Souppes dans les opérations locales, soutien presse...).
- **Le facteur stationnement** : la limitation des besoins de stationnement est un objectif bien identifié au départ. Pourtant, les propositions de tarification spécifiques pour les covoitureurs n'ont pas abouti. La communication sur l'offre de tarifs préférentiels, la simplicité du dispositif et le contrôle sont trois éléments clés à bien maîtriser.

## E – ELEMENTS DE SYNTHESE

### 1. PRINCIPALES CARACTERISTIQUES

#### 1.1 LES COVOITUREURS

On évoque bien ici le profil des covoitureurs et non celui des inscrits sur les sites de covoiturage dont le profil est assez sensiblement différent (cf. le chapitre E.3.3.1.1).

Sauf mention contraire, l'analyse porte sur les déplacements domicile-travail et domicile-étude qui sont les motifs pour lesquels nous disposons le plus de données et où la marge de progression est la plus forte compte tenu des taux de remplissage actuels des véhicules pour ce type de déplacement (cf. chapitre B 2.2)

##### 1.1.1 LEUR NOMBRE

Les données les plus fiables sont probablement celles de l'ENTD qui évaluent à 2 millions le nombre d'actifs qui covoitent tous les jours, au moins sur une partie du trajet, le conducteur pour aller travailler, le passager pour tous types de motifs.

Ces données sont également à mettre en perspective avec le résultat du sondage effectué par le Grand Lyon qui montre que 91% des habitants de l'agglomération âgés de 18 ans et plus et effectuant des déplacements domicile-travail ou domicile-études n'ont jamais covoituré.

##### 1.1.2 LEUR AGE

La pratique du covoiturage est identique en % dans toutes les classes d'âges au-delà de 25 ans mais elle connaît un pic important chez les moins de 18 ans du fait de leur relative « dépendance ». En vieillissant, les gens covoitent de moins en moins dans le cadre extra familial et de plus en plus dans le cadre intra familial (accompagnement des enfants devenus majeurs et conduite accompagnée).

Si l'on ne raisonne plus en part modale mais en nombre de personnes, on note une répartition très homogène par tranches d'âges jusqu'à 55 ans, et un décrochage au-delà avec une pratique de covoiturage plus faible mais surtout beaucoup moins d'actifs.

##### 1.1.3 LEUR CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE

La pratique de covoiturage est liée au niveau de diplôme (lui-même lié au niveau de revenu, aux lieux de résidence et d'emplois, aux horaires de travail...) et moins les gens sont diplômés et plus ils covoitent.

La pratique de covoiturage tend à diminuer légèrement avec l'augmentation du revenu du ménage. Mais cette diminution concerne presque exclusivement le covoiturage intra familial, le covoiturage extra familial représentant une part modale assez constante dans toutes les classes.

##### 1.1.4 LEURS HORAIRES DE TRAVAIL

La pratique intra familiale affiche une part modale relativement constante dans toutes les catégories, ce qui semble indiquer que les familles parviennent à s'arranger et que les horaires ne constituent pas un obstacle majeur à la pratique.

Les écarts sont en revanche beaucoup plus sensibles dans les pratiques extra familiales, avec un fort recours au covoiturage pour le personnel en équipe.

Les personnes qui ont des horaires fixes qui leur sont imposés covoitent également de façon assez significative et ce sont finalement les personnes qui « maîtrisent » le mieux leurs horaires qui covoitent le moins en dehors du cercle familial.

#### 1.2 LES HABITUDES DE COVOITURAGE

Sauf mention contraire, l'analyse porte ici aussi sur les déplacements domicile-travail et domicile-étude.

##### 1.2.1 LA NATURE DES EQUIPAGES

Le covoiturage domicile-travail s'effectue pour moitié dans le cadre familial et pour moitié « seulement » en dehors du cadre familial.

Un demi-million de personnes, soit 2.3%, covoitent donc tous les jours hors du cercle familial, le conducteur et le(s) passager(s) allant travailler.

Hors du cercle familial et amical, le covoiturage s'effectue majoritairement avec des collègues de travail, et dans une moindre mesure avec des voisins, avec des personnes d'entreprises voisines ou avec des personnes rencontrées par l'intermédiaire d'une plate forme.

##### 1.2.2 LES DISTANCES PARCOURUES

Les données extraites de l'ENTD (cf. chapitre C 2.3) montrent que le covoiturage se pratique sur tous types de distance, y compris les plus courtes, mais que le covoiturage extra familial et le covoiturage alterné se développent surtout au-delà de 20 kilomètres. A contrario, le covoiturage intra familial diminue fortement au-delà de 30 kilomètres.

Les distances moyennes domicile-travail (aller simple) observées dans les sites interrogés oscillent presque toutes entre 30 et 40 km :

- 28 km autour de Lyon,
- 30 km autour de Rennes,
- 31 km dans les plans de mobilité d'entreprise en Région Rhône-Alpes (source Inddigo),
- 32 km dans l'Arc Jurassien et dans le Vercors,
- 38 km autour de Nantes,
- 44 km autour d'Aix-en-Provence,
- 46 km dans le département de la Loire Atlantique.

La moyenne réelle de l'ensemble des trajets covoiturés se situe probablement en deçà de cette fourchette car les enquêtes traditionnelles touchent relativement plus le covoiturage extra-familial que le covoiturage intra-familial.

### **1.2.3 LA FREQUENCE DE COVOITURAGE**

Les données extraites de l'ENTD (cf. chapitre C.1.2.3) montrent que 85% des personnes qui covoitent covoitent fréquemment et que peu nombreux sont ceux qui covoitent de façon occasionnelle. Ces données nationales sont corroborées par les enquêtes effectuées sur le terrain :

- Dans l'Arc Jurassien (cf. chapitre D.2.3.4.7) : 76% de pratiques quotidiennes, 15% plusieurs fois par semaine et 9% de pratique occasionnelle,
- Autour d'Aix-en-Provence (cf. chapitre D.3.4.2.3) : 69% de pratiques quotidiennes et 25% de pratiques au moins hebdomadaire,
- Autour de Rennes (cf. chapitre D.4.4.2) : la typologie des trajets effectués en 2012 évalue la fréquence moyenne de covoiturage à 3 jours par semaine,
- Autour de Lyon (cf. chapitre D.5.4.1.3 et D.5.4.2.3) : chez les inscrits à la plate forme qui covoitent, le nombre moyen de trajets effectués s'élève à 5.28 par semaine, pour un nombre total de trajets évalué à 8.44, ce qui signifie que 63% des trajets hebdomadaires sont effectués en covoiturage tandis que chez les habitants du Grand Lyon qui covoitent, le nombre moyen de trajets réalisés chaque semaine s'élève à 5.8,
- Autour de Nantes (cf. chapitre D.6.4.1.2), les inscrits à la plate forme qui covoitent sont 31% à covoiturer tous les jours, 25% à covoiturer plusieurs fois par semaine et 11% à covoiturer une fois par semaine.

### **1.2.4 LE TAUX DE REMPLISSAGE**

Les taux de remplissage sont traditionnellement très faibles pour les déplacements domicile travail. Chez ceux qui covoitent, ils semblent en revanche être plutôt élevés et en général assez notablement supérieurs à 2 :

- Autour de Lyon, le nombre moyen des occupants est évalué à 2.32 chez les inscrits à la plate forme et à 2.53 chez les habitants du Grand Lyon qui covoitent,
- Dans l'Arc Jurassien (cf. D.2.3.4.6), le taux d'occupation moyen des véhicules de covoitureurs dans les entreprises participant à l'opération est révélé plus élevé (2.7) que dans la moyenne de l'ensemble des véhicules de covoitureurs observé aux frontières (2.07). Il semble donc que l'opération ait permis une augmentation du covoiturage mais aussi une intensification de sa pratique avec une pratique à trois ou à quatre plus élevée qu'ailleurs.
- En Loire Atlantique, l'enquête menée dans les aires de covoiturage faisait apparaître un taux de remplissage de 2.89.

### **1.2.5 LE LIEU DE RENCONTRE**

On manque un peu de données pour tirer des enseignements définitifs car le covoiturage intra-familial est souvent sous représenté dans les enquêtes :

- Dans l'Arc Jurassien, un peu plus de 10% des covoitureurs partent du même domicile (covoiturage intra-familial), dans près de 50% des cas le passager est récupéré chez lui et dans 30% des cas chacun prend sa voiture et le rendez vous a lieu dans un parking,
- En Loire-Atlantique, l'enquête menée en 2010 auprès des inscrits indiquait que dans 12% des cas seulement, le rendez-vous s'opérait sur une aire de covoiturage dédiée,
- Autour de Lyon, selon l'enquête réalisée auprès des inscrits à la plate-forme, la rencontre a lieu près de, ou chez l'un des covoitureurs dans 59% des cas et elle a lieu sur un parking ou sur une aire de covoiturage dans 34% des cas ; quand on interroge l'ensemble des habitants, la proportion de covoitureurs qui se rencontrent chez ou près de chez l'un d'entre eux grimpe à 71%, ce qui est logique du fait d'une plus grande représentativité du covoiturage intra-familial dans cette population,

On peut néanmoins retenir, au moins en tendance, que dans les ¾ des cas, le passager covoitureur est récupéré à domicile et que dans ¼ des cas, les covoitureurs se donnent rendez-vous et se retrouvent sur un parking.

### **1.2.6 PASSAGER OU CONDUCTEUR ?**

En la matière, les données les plus fiables sont probablement celles issues de l'ENTD qui font apparaître que sur la population totale d'actifs covoituant régulièrement dans le cadre de leurs déplacements domicile-travail :

- 40% sont toujours conducteurs,
- 42% sont toujours passagers,
- 18% sont alternativement l'un et l'autre.

Cette répartition n'est pas confirmée par les enquêtes de terrain qui mettent en évidence des disparités assez fortes entre elles et comparées avec les données de l'ENTD :

- Dans l'Arc Jurassien, dans plus de 70% des cas les covoitureurs sont alternativement conducteur ou passager ; dans 13% des cas seulement ils sont passagers uniquement, dans 17% des cas conducteur seulement,
- Autour de Lyon (enquête auprès de la population), un tiers des covoitureurs alternent les rôles, les autres étant soit toujours conducteurs, soit plus fréquemment toujours passagers,
- En Loire-Atlantique, l'enquête menée en 2012 sur les aires de covoiturage faisait apparaître qu'une minorité de covoitureurs étaient toujours conducteurs ou toujours passagers (3% chacun) et que donc presque tous (94%) alternaient les rôles ; à noter que cette enquête est ciblée sur un type de covoiturage particulier et qu'elle n'est pas représentative de toutes les pratiques.

Et si l'on restreint l'analyse à la posture indiquée par les inscrits à une plate-forme de covoiturage, on retrouve de forts écarts selon les endroits :

- Autour d'Aix en Provence, 24% des inscrits se positionnent comme conducteurs, 35% comme passagers et 41% comme alternants potentiels,
- Autour de Lyon, 64% des covoitureurs alternent les rôles, 19% sont toujours conducteurs et 17% toujours passagers.

Difficile de conclure donc puisque selon les sources, la part des covoitureurs qui alternent les rôles oscille entre 18% (ENTD) et 70% (enquête lyonnaise).

### 1.2.7 LES TYPES D'ARRANGEMENTS

Autour de Nantes et en Loire-Atlantique, d'après l'enquête menée auprès des inscrits à la plate forme, les arrangements les plus courants pour le partage des frais étaient l'utilisation alternée de véhicules (la moitié des cas) et le paiement au trajet (un quart des cas), voire à la semaine ou au mois. Dans 11% des cas, le covoiturage était gratuit.

Dans le même secteur mais cette fois d'après l'enquête menée sur les aires de covoiturage, l'arrangement le plus courant pour le partage des frais est l'utilisation alternée de véhicules qui concerne 88% des covoitureurs. La participation financière (4% des covoitureurs) est moins pratiquée que la gratuité (7% des covoitureurs), gratuité qui peut résulter parfois de l'usage d'un véhicule d'entreprise.

## 1.3 A QUOI SE SUBSTITUE LE COVOITURAGE

### 1.3.1 LES ANCIENNES HABITUDES DE DEPLACEMENTS

Sur ce point aussi, les données les plus fiables sont probablement celles de l'ENTD qui indiquent que les deux tiers des covoitureurs sont d'anciens autosalistes, les autres étant par ordre décroissant des usagers des transports en commun (urbains et inter-urbains), des conducteurs de 2R motorisés et dans une moindre mesure des cyclistes.

Ces chiffres sont corroborés par ceux relevés lors des enquêtes locales qui constatent une proportion d'anciens autosalistes supérieure aux deux tiers mais ce qui n'est pas étonnant dans la mesure où deux des trois enquêtes ont été réalisées dans des territoires très routiers et dans la mesure où l'enquête lyonnaise touche un échantillon particulier de la population, eux des inscrits à une plate forme de covoiturage :

- Dans la Plaine de l'Ain, les covoitureurs étaient presque exclusivement d'anciens autosalistes (92% des salariés venaient travailler seuls en voiture avant le lancement du PDIE),
- Dans l'Arc Jurassien, 90% des covoitureurs sont d'anciens autosalistes et 5% sont d'anciens usagers des transports publics,
- Autour de Lyon, 82% des covoitureurs utilisaient la voiture seuls (de bout en bout, ou de façon combinée avec un autre mode, ou en alternance avec un autre mode) et 21% utilisaient les transports en commun.

### 1.3.2 LES TYPES DE VEHICULES UTILISES

Les seules données dont nous disposons sont celles de l'ENTD qui fait apparaître que les véhicules possédés par les ménages avec covoitureurs sont sensiblement plus diéselisés que les autres (cf. le chapitre C.3.1) et qu'ils affichent des puissances fiscales un peu supérieures à celles des véhicules possédés par les autres ménages (cf. le chapitre C.3.2).

L'enquête menée en 2010 en Loire-Atlantique auprès des inscrits à la plate-forme indiquait par ailleurs que 90% des inscrits possédaient une voiture (mais ils ne sont que 76% à Rennes, sur la base d'un échantillon restreint) et celle menée plus récemment dans l'Arc Jurassien confirmait que les covoitureurs sont rarement des automobilistes contraints.

### 1.3.3 LES PRATIQUES ALTERNATIVES

D'après les données de l'ENTD, lorsqu'ils ne covoitrent pas, les covoitureurs utiliseraient principalement les transports en commun et les modes actifs en intermodalité et bizarrement, ils seraient très peu nombreux à recourir à l'autosolisme.

Ces données ne sont d'ailleurs pas corroborées par les enquêtes menées localement : ainsi autour de Lyon, l'enquête menée auprès des inscrits à la plate-forme montre que les jours où ils ne covoitrent pas, les covoitureurs réguliers sont 82% à utiliser à nouveau leur voiture seuls ; 31% recourent aux transports en commun, 9% au vélo et 5% aux deux roues motorisés (le total dépasse 100% du fait des pratiques variables ou multimodales).

Sur le même territoire, l'enquête menée auprès de la population indique que lorsqu'ils ne covoitrent pas, les covoitureurs réguliers se rabattent à 55% vers les transports en commun et à 36% vers la voiture en solo.

## 1.4 LE POTENTIEL DE PROGRESSION

A en croire le résultat de plusieurs enquêtes (bien qu'elles donnent des ordres de grandeur différents), le potentiel de progrès semble significatif parmi les non covoitureurs actuels :

- Le sondage effectué auprès des habitants du grand Lyon montre qu'un quart d'entre eux seulement dit ne pas souhaiter covoiturer ; près de la moitié (44%) n'y est pas opposé mais considère que c'est trop compliqué pour elle et le tiers estime qu'elle pourrait bien s'y mettre un jour,
- L'enquête menée auprès de salariés de l'Arc Jurassien donne des résultats moins encourageants puisque les deux tiers de ceux qui ne covoitrent pas disent ne pas être intéressés par le covoiturage ; on trouve dans cette catégorie les collaborateurs venant par un autre mode que la voiture (à pied, à vélo ou en transports en commun) et satisfaits de leur mode ; on trouve également une partie de collaborateurs résidant à une distance trop faible du travail pour accepter la contrainte du covoiturage

## 2. LE POINT DE VUE DE L'USAGER

### 2.1 LES FREINS A LA PRATIQUE DU COVOITURAGE

#### 2.1.1 LA CONTRAINE DES HORAIRES

Les modes de vie actuels sont largement structurés autour de la voiture individuelle et de déplacements à motifs multiples (conduire et/ou aller chercher les enfants à l'école, faire des courses avant de rentrer, pratiquer une activité...).

La pratique du covoiturage implique un certain respect des horaires fixés avec le passager ou le conducteur et n'autorise qu'à la marge détours et arrêts.

Afin que cette contrainte ne devienne pas un obstacle, le covoiturage est rarement systématique et doit être limité aux jours où l'organisation de la journée le permet.

On a noté cependant en exploitant l'ENTD de 2008 que le covoiturage intra familiale pour les déplacements domicile-travail était pratiqué de façon assez similaire pour tous types d'horaires de travail, ce qui semble indiquer que les familles parviennent à s'arranger. Ce n'est pas vrai pour le covoiturage extra familial qui est surtout pratiqué par le personnel posté.

Les personnes qui ont des horaires fixes qui leur sont imposés covoitent également de façon assez significative et ce sont finalement les personnes qui « maîtrisent » le mieux leurs horaires qui covoitent le moins en dehors du cercle familial.

#### 2.1.2 LA DIFFICULTE A TROUVER UN COVOITUREUR

Malgré la multiplication des plates formes de mises en relation, trouver un covoitureur compatible reste une réelle difficulté qui empêche souvent d'initier la démarche ou parfois de la poursuivre lorsqu'un équipage est obligé de mettre fin à sa collaboration (déménagement, changement d'horaires, changement d'emploi...) et que celui qui souhaite continuer ne trouve personne pour remplacer le partant.

Cette difficulté est d'autant plus difficile à lever qu'un équipage ne peut perdurer que si les personnes s'entendent suffisamment bien, que leurs contraintes respectives soient compatibles (horaires de travail, horaires pour récupérer les enfants...) et qu'elles habitent et travaillent suffisamment près l'une de l'autre pour ne pas avoir à gérer des détours disproportionnés.

Elle est aussi très subjective et sert parfois à justifier une envie finalement très relative de covoiturer (on s'inscrit sur un site internet mais on refuse toute sollicitation un tant soit peu dérangeante).

Cela reste néanmoins un point clé dans la mesure où deux ou trois mauvaises expériences (chercher plusieurs fois sur un site un covoitureur potentiel et ne pas en trouver, trouver un covoitureur potentiel mais ne jamais recevoir de réponse de sa part...) génère immédiatement un phénomène déceptif qui éloigne durablement du covoiturage celui qui en est « victime ».

#### 2.1.3 LES FREINS CULTURELS

Actuellement, partager son véhicule et donc son espace personnel avec une personne inconnue est loin d'être une évidence pour la majorité des gens. De ce fait, il semble nécessaire de créer un lien préalable au partage du trajet afin de rassurer les usagers. Cela explique la tendance des sites de covoiturage actuels de développer la fonction des profils, des réseaux sociaux ou encore des espaces dédiés mais aussi de manière générale, la réussite du covoiturage au sein d'une même entreprise plutôt que sur un territoire diffus.

Dans ce sens, l'accompagnement de la démarche covoiturage se voit largement améliorée avec le soutien actif des employeurs.

L'autre frein culturel souvent mis en avant est le souhait de certains de conserver une totale liberté et une totale indépendance dans la gestion et dans l'organisation de leur journée (cf. par exemple les données recueillies dans l'Arc Jurassien au chapitre D.2.3.4.4).

#### 2.1.4 L'INCERTITUDE DU TRAJET RETOUR

Frein évident largement émis lors de la promotion du covoiturage, la crainte liée au trajet du retour peut être aisément évitée grâce à une « garantie de retour » mise en place par la structure porteuse du projet (employeur en particulier).

Si ce service peut inquiéter (difficile appréhension des coûts), il s'avère qu'il n'est pas ou qu'il est très peu utilisé par ceux qui peuvent en bénéficier. En effet, le covoiturage responsabilise le conducteur et sauf incident, le covoituré n'aura jamais l'occasion de tester la garantie de retour.

#### 2.1.5 LE CHANGEMENT DE STATUT DE CONDUCTEUR A PASSAGER

Il est possible aujourd'hui de constater lors d'actions de communication en contact direct avec la population que de nombreux autosolistes sont prêts à partager leur véhicule à la condition qu'ils restent « maîtres » de leurs déplacements et donc dans le rôle du conducteur.

Dans ce sens, le « pas » pour devenir passager, que ce soit pour des raisons d'images, de peur de ne pas arriver à destination ou encore de sécurité routière, semble plus difficile à franchir. Plusieurs dispositifs de covoiturage butent d'ailleurs sur le déséquilibre introduit par un nombre beaucoup plus important de covoitureurs conducteurs que de covoitureurs passagers

### 2.2 LES MOTIVATIONS A LA PRATIQUE DU COVOITURAGE

#### 2.2.1 L'ARGUMENT FINANCIER

L'envie de faire des économies est la motivation principale des covoitureurs et des personnes qui s'inscrivent des sites de covoiturage. Elle arrive en tête dans tous les sondages et dans toutes les enquêtes pratiqués sur le sujet. Cette motivation concerne ainsi 89% des covoitureurs interrogés sur les parkings de covoiturage de Loire-Atlantique, 72% des inscrits au site de covoiturage du Grand Lyon, etc.

Cette motivation augmente donc avec la distance à parcourir et chez les personnes ayant les rémunérations les plus faibles, chez ceux qui ont à emprunter des axes payants ou pour qui le stationnement à destination coûte cher (cf. exemple de Washington).

Elle prend pourtant rarement la forme d'un transfert d'argent puisque le plus souvent les covoitureurs alternent les rôles et que dans le cas du covoiturage de proximité, les conducteurs demandent rarement une participation aux frais (cf. l'exemple de Rézo Pouce).

#### 2.2.2 LA RECHERCHE DU LIEN SOCIAL

Elle n'est pas la plus intuitive et celle à laquelle les gens pensent spontanément mais la convivialité est une motivation forte. Elle est d'ailleurs surtout mise en avant par ceux qui covoitent (enquêtes auprès des pratiquants) que ceux qui ne covoitent pas ou qui covoitent peu (enquêtes auprès des inscrits à des plates formes de covoiturage).

L'envie de rendre service est également à prendre en compte, surtout dans le covoiturage spontané de proximité (cf. l'exemple de Rézo Pouce).

#### 2.2.3 LA FATIGUE

Comme la convivialité, la fatigue n'est pas la motivation la plus intuitive mais ceux qui covoitent l'identifient bien comme un atout de leur choix modal, en particulier si leurs conditions de circulation sont difficiles : trajets longs, de nuit, sur des routes sinuées ou dans des embouteillages permanents...

#### **2.2.4 LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT**

La protection de l'environnement est une motivation bien présente à l'esprit des covoitureurs mais elle n'est pas la porte d'entrée principale susceptible d'induire un changement de comportement.

C'est une motivation qui pousse les gens à s'inscrire sur les plates formes Internet de covoiturage (motivation citée par exemple par 55% des inscrits sur le site du Grand Lyon) mais pas forcément à prendre réellement l'habitude de covoiturer.

#### **2.2.5 LE GAIN DE TEMPS**

Cette motivation là n'a pas pris corps en France où le covoiturage est plutôt associé à une perte de temps (détour à faire, temps d'attente...) mais l'exemple de Washington où les covoitureurs peuvent utiliser des voies réservées pour gagner du temps démontre que cette motivation peut devenir majeure autour des agglomérations congestionnées.

### **2.3 LES ELEMENTS SANS GRANDE INFLUENCE APPARENTE**

#### **2.3.1 LA DIMINUTION DE LA CONGESTION**

Les gens ne font pas le lien entre leur pratique individuelle de déplacement et la capacité collective qu'ont les autosalistes de faire diminuer la congestion automobile. L'argument ne joue pas sur les comportements individuels.

#### **2.3.2 LA SECURITE DES PERSONNES**

La peur de l'agression est un frein souvent évoqué par les élus lorsqu'ils réfléchissent à mettre en place sur leur territoire des mesures en faveur du covoiturage.

Cette peur n'est pas évoquée par la population dans les enquêtes et les dispositifs mis en place ici ou là pour assurer la sécurité des covoitureurs (envoi d'un SMS au départ, possibilité pour une femme de choisir de ne covoiturer qu'avec une autre femme...) sont peu utilisés et pour l'instant, aucun dispositif n'a connu d'accroc en la matière.

#### **2.3.3 LA SECURITE DES BIENS**

Les covoitureurs qui se retrouvent sur leurs trajets respectifs sont pour la plupart d'entre eux amenés à laisser un véhicule stationné toute la journée sur l'espace public. Ils choisiront naturellement un parking qui soit à la fois bien positionné et suffisamment sûr pour ne pas craindre le vol ou le vandalisme. S'ils ne le trouvent pas, il est possible que cela les empêche de covoiturer mais on ne note pas dans les enquêtes de souhait de protection particulière du véhicule laissé stationné.

## **3. LES FACTEURS CLES DE SUCCES**

Cette partie du diagnostic a pour objectif de mettre en avant les facteurs considérés comme « clés » pour la réussite d'une politique de covoiturage. Quatre domaines « clés » sont identifiés :

- L'animation et la communication,
- Le territoire d'application d'une politique en matière de covoiturage,
- Les outils de mise en relation,
- La mise en place d'aménagements d'accompagnement.

Seront ainsi identifiés ci-après, les facteurs clés du covoiturage dans chacun des domaines cités ci-dessus.

### **3.1 L'ANIMATION ET LA COMMUNICATION**

Convaincre les gens est un processus potentiellement rapide mais qui nécessite une approche marketing rigoureuse pour comprendre les freins et y répondre.

C'est un élément primordial à mettre au cœur d'une politique de covoiturage mais ce n'est pas une stratégie simple à définir et à mettre en œuvre car les covoitureurs de demain n'ont pas forcément tout à fait le même profil et les mêmes motivations que les covoitureurs d'aujourd'hui dont la majorité a une pratique spontanée souvent intra-familiale.

#### **3.1.1 L'ANIMATION**

L'animation est un élément prioritaire qui est fréquemment relayé derrière des actions plus opérationnelles, telles que la mise en place de centrale de covoiturage, d'aménagements de places de stationnement...

Le succès d'une politique de covoiturage passe obligatoirement par une animation claire et précise et par la mise en œuvre d'une approche marketing rigoureuse.

Plusieurs types d'animations ont prouvé leur pertinence, sans qu'on puisse considérer qu'elles constituent une liste exhaustive et totalement incontournable des actions à entreprendre mais l'animation sur le lieu de travail est souvent déterminante et l'entreprise constitue indéniablement le point nodal de l'information.

- L'animation à destination directe des salariés
  - Via l'animation individualisée, qui consiste à aller dans le bureau ou sur le lieu de travail de chaque salarié ; cette animation peut être effectuée par une association, un animateur dédié sur la thématique, un animateur en charge d'un PDE ou d'un PDIE, une collectivité ou une agence de mobilité ; Covoiturage+, à Rennes, a mesuré qu'à l'issue d'une animation collective, 3% seulement des salariés s'inscrivaient comme covoitureurs potentiels mais ce taux grimpait à 50% à l'issue d'animations individuelles.
  - Via de l'événementiel comme les défis covoiturage ou, peut-être mieux adaptés les défis mobilité qui permettent de valoriser tous les modes et pas seulement le covoiturage, qui sont un vecteur de communication efficace et plutôt ludique.

- L'animation à destination du grand public

- Via l'organisation de stands grand public. Ces stands ont pour double vocation d'informer de manière pédagogique sur les avantages du covoiturage et sur les actions existantes, et d'apporter des réponses individualisées aux participants. Ils peuvent être un bon support pour mener des campagnes d'inscription au moment du lancement d'un site de covoiturage. Ces stands ont vocation à être déplacés au sein d'entreprises et de lieux accueillant du public (foires, centres commerciaux...).



**Exemple de stand utilisé dans la Plaine de l'Ain**

- Via la distribution de dépliants sur des points de congestion. Une des principales conclusions de l'évaluation des PDE réalisée en 2009 pour l'ADEME met justement en avant l'importante corrélation entre situation de rupture et sensibilité (intérêt) à une évolution des pratiques de mobilité. Profiter de travaux générant des problématiques de congestion peut ainsi induire des changements de comportements.
- Via tous les autres médias (radio, affichage...) pour installer le covoiturage dans les esprits et faire connaître les outils existants localement ; les effets de ce type de communication restent cependant difficiles à évaluer.
- L'animation à destination des relais PDE (entreprises, collectivités, CCI...)
- Via la création d'un réseau de correspondants spécialisés covoiturage au sein des relais entreprises ou des animateurs PDE.
- Via une formation covoiturage des réseaux « emploi » : pôles emplois, agences d'intérim, missions locales, structures d'insertion. L'objectif est de donner un niveau minimum de connaissance sur le covoiturage à des personnes confrontées quotidiennement aux salariés et/ou personnes en recherche d'emplois et de solutions de mobilité.

La même démarche peut-être appliquée à destination des écoles, des clubs et surtout des acteurs de l'emploi et des acteurs sociaux pour développer le covoiturage solidaire de proximité.

### 3.1.2 LA PROMOTION

De manière complémentaire à l'animation, il est essentiel de promouvoir le covoiturage de manière active. Cette promotion passe notamment par la pédagogie et l'interpellation des points forts du covoiturage mais aussi lever les freins des réticences.

Le covoiturage, comme cela a été montré dans la partie précédente peut être un moyen pertinent de déplacements pour les salariés habitant à au moins 20 kilomètres de leur lieu de travail.

Une des cibles privilégiées de cette promotion est donc le salarié. D'ailleurs le potentiel d'usagers semble considérable. Dans les enquêtes déplacements effectués lors de l'élaboration d'un PDE, de 15 à 30% de salariés font remonter leurs souhaits de covoiturer.

L'entreprise ou la zone d'activité sont des contextes favorables de promotion du covoiturage. La communication peut en effet être dense et non diffuse, notamment dans les entreprises aux horaires « postés ». Cette promotion peut également concerner les déplacements professionnels. Les secteurs industriels et logistiques sont d'autant plus intéressés pour réduire les coûts liés aux déplacements.

Afin d'avoir un échantillon pertinent de salariés pouvant covoiturer, la taille de pertinence d'une zone d'activités pour des actions de promotions est d'environ 5 à 10 000 salariés.

La promotion du covoiturage active a permis des résultats très satisfaisants dans le Grand Lyon (3 à 15% d'usage du covoiturage), sur la Plaine de l'Ain (7 à 23%). Ces résultats ont été atteints en 9 mois environ. L'exemple de la Plaine de l'Ain démontre aussi que la promotion doit s'installer dans la durée et que sa mise en sommeil trop rapide, avant que les habitudes soient véritablement prises, génère un recul de la pratique du covoiturage (les nouveaux arrivés ne sont pas sensibilisés, la pratique n'est plus autant valorisée socialement...).

#### Exemple du Grand Lyon

Le Grand Lyon a engagé une promotion ciblée du covoiturage sur les zones d'activités de taille comprise entre 5000 et 10000 salariés.

Les deux points forts de leur promotion étaient de :

- Mutualiser des offres de trajets sur une même base de données
- Mettre en place une campagne de sensibilisation et animation sur le lieu de travail des salariés concernés



### 3.1.3 UNE COMMUNICATION GLOBALE

Pour promouvoir et animer le covoiturage, il faut définir un plan de communication et des supports qui soient pertinents vis-à-vis des différentes cibles. Privilégier l'écrit, l'oral, le visuel dépendra des cibles visées et de l'animation et promotion qui sont identifiées. Les objectifs du plan de communication doivent répondre à :

- Une meilleure visibilité de la démarche « covoiturage »,
- Une diversification des supports d'information autour d'une même idée.

La communication doit être effectuée au lancement d'une démarche, en opération spot et au fil du temps. Les supports de communication utilisés peuvent être les suivants :

- Un logo commun,
- Un dépliant « Grand Public »,
- Un livret entreprise,
- Un livret « relais mobilité »,
- Des affiches,
- Un affichage dynamique,
- Un diaporama,
- Des affichages en bordure de voirie,
- Des vidéos,
- Des stands mobiles covoiturage,
- Un blog d'échanges,
- Des autocollants, newsletter...
- Des animations spot événementielles,
- Des spots sur les radios locales.

Les messages à faire passer via ces supports de communication sont essentiellement les suivants :

- Abolir l'idée du covoiturage systématique, qui est un objectif le plus souvent inaccessible par tout un chacun,
- Il n'y a rien d'obligatoire dans le covoiturage, chacun choisit ses équipiers,
- S'inscrire à un site de covoiturage est rapide et gratuit,
- Les avantages du covoiturage sont avant tout économiques (avant d'être sociaux ou écologiques) et donner des éléments clés de calcul :
  - Le prix de revient d'une voiture est d'environ 0.3 €/km (péage non compris), le carburant ne représentant que le tiers du coût total,
  - Partager les frais avec d'autre et/ou prendre sa voiture un jour sur deux ou sur trois plutôt que tous les jours génère des économies importantes de plusieurs centaines d'euros/an.
- Le covoiturage peut permettre aux personnes sans voitures de se rendre sur leur lieu de travail,

- Le covoiturage est un mode de déplacement plus convivial et moins contraignant que les gens ne le pensent de prime abord.
- Des informations pratiques liées à l'assurance, aux impôts et à la confidentialité.

Les supports de communication doivent avoir idéalement une cohérence et des repères communs, ces repères sont notamment :

- L'adresse du site de covoiturage et s'il existe, le numéro de téléphone de la centrale d'inscription,
- Le logo clairement identifiable,
- La mention du Maître d'Ouvrage,
- Une phrase « d'accroche ».

Enfin n'est pas à négliger et peut utilement être encouragé (par des témoignages, sur les réseaux sociaux, dans les entreprises...) le simple bouche à oreille : ne pas oublier que les covoitureurs sont dans leur grande majorité très satisfaits de leur mode de déplacement et qu'ils sont mieux placé que quiconque pour en dire les avantages et en relativiser les inconvénients (les contraintes d'organisation, les retards, les imprévus...).

### 3.1.4 DES RELAIS DEPLACEMENTS PHYSIQUEMENT IDENTIFIES

L'interface fréquemment utilisée pour inciter au covoiturage est l'informatique. Pour autant, il n'est pas envisageable d'exclure du dispositif les ménages n'ayant pas accès à Internet<sup>18</sup> qui sont par nature ceux pour qui l'intérêt économique du covoiturage est le plus marqué.

Ainsi, il est nécessaire de pouvoir former des « relais déplacements » qui soient physiquement accessibles et qui puissent également répondre aux questions que se poseraient des covoitureurs potentiels. Le lien physique est un élément primordial notamment dans le cas des covoiturages « de proximité loisirs » et solidaires. Cette formation doit s'inclure dans une formation plus générale sur l'offre de transports (transports collectifs, modes actifs...). Les relais sont ainsi en capacité de relayer l'information et de promouvoir une centrale de mobilité « virtuelle ».



**L'espace écotransports de Paris**

<sup>18</sup> Environ 20% de la population

Ces relais peuvent être des relais identifiés et spécifiques comme un espace éco-transports, mais il peut également s'agir d'assistant(e)s mairies, de salariés des CCAS, de salariés pôles emplois...

#### Exemple du Parc Naturel Régional du Pilat

Le Parc Naturel Régional (PNR) a identifié un réseau de relais covoiturage dans une dizaine de communes. Les relais sont par exemple :

- Des offices du tourisme,
- Des mairies,
- Des centres sociaux,
- Des centres culturels.

Le PNR a également créé une maison de la mobilité.



On estime classiquement que les endroits où les actions en faveur du covoiturage fonctionnent ou ont fonctionné le mieux (Rennes, Grand Lyon, Arc Jurassien...) consacrent plus de 75% de leur budget à l'animation et à la communication.

#### 3.1.5 LES AIRES DE COVOITURAGE

Au-delà du service qu'elles rendent, les aires de covoiturage au sens où elles ont été développées en Loire-Atlantique (forte visibilité, signalétique adaptée, valorisation de parkings existants...) nous semblent être un élément à part entière de la politique de communication :

- Elles inscrivent le covoiturage dans le paysage et elles constituent un rappel permanent aux automobilistes qui croisent tous les jours un ou plusieurs panonceaux,
- Elles facilitent la prise de rendez-vous et l'organisation d'un covoiturage spontané : au détour d'une conversation ou au téléphone, que ce soit pour aller travailler, à une fête ou à un concert, deux personnes peuvent facilement convenir d'un rendez-vous-même si l'une des deux connaît moyennement bien la ville ou le village visés.

## 3.2 LA COHERENCE TERRITORIALE

### 3.2.1 UNE ECHELLE TERRITORIALE COHERENTE

Il est nécessaire que l'échelle territoriale soit suffisamment vaste et corresponde à un véritable bassin de vie et d'emplois mais de nombreux autres facteurs sont susceptibles d'impacter favorablement ou défavorablement la pratique du covoiturage :

- La qualité de l'offre de transports en commun,
- La géographie et l'existence de territoires bien identifiés à l'origine et/ou à la destination<sup>19</sup>,
- L'étendue du bassin d'emploi,
- La typologie de l'emploi (postés, à faible niveau de rémunération...),
- L'existence d'axes de circulation structurants et/ou payants (vallées, autoroutes...),
- Le niveau de congestion,
- Le coût et l'offre de stationnement,
- L'existence ou non de PDE, PDA ou PDIE,
- Etc.

Le covoiturage rencontrera un public plus réceptif là où les collectivités se sont déjà engagées dans une politique plus globale d'écomobilité.

### 3.2.2 LA MISE EN PLACE D'UNE DEMARCHE PARTENARIALE

Travailler ensemble, de l'échelon communal à l'échelon départemental voire régional, peut permettre de bénéficier d'économies d'échelle et d'accroître la lisibilité d'ensemble du dispositif.

On peut penser en particulier à la mise en œuvre des plateformes techniques de mise en relation et d'un schéma des aires de regroupement. La réalisation d'outils de communication nous semble également pouvoir utilement être mutualisée.

En revanche, l'animation et la communication doivent relever d'un niveau local indispensable pour que les animateurs aient une connaissance parfaite du territoire et puissent être de bon conseil.

Le lancement d'une démarche partenariale a comme intérêt de rendre le dispositif beaucoup plus lisible pour l'usager et de générer des économies financières et de ressources (humaines) qui pourront utilement être réinjectées dans l'animation de proximité et le suivi qui sont souvent les parents pauvres des dispositifs en place.

Ce travail partenarial n'exclut pas de pouvoir personnaliser certaines choses (portails d'entrée, outils de communication...). L'exemple de la Loire-Atlantique est à cet égard riche d'enseignements.

<sup>19</sup> A l'origine, il peut s'agir du territoire d'une communauté de communes, d'un pays, d'un parc, d'un plateau, d'une vallée, etc. ; à la destination, il s'agit le plus souvent d'une entreprise (surtout si elle est de taille importante) ou d'une zone d'activité.

### 3.2.3 LA PRÉSENCE D'UNE CENTRALE DE MOBILITÉ

La centrale de mobilité est un outil très important dans le développement du covoiturage. Elle permet en effet au covoiturage d'intégrer l'ensemble des autres modes de déplacements dans une démarche d'information et d'incitation à l'usage des modes alternatifs à la voiture.

Pour rappel, une centrale de mobilité est une structure (association, organisme, service public...) dont la fonction est de faciliter la mobilité des usagers (les citoyens d'un territoire par exemple). Si la centrale de mobilité fournit de l'information et prend les réservations, elle travaille aussi avec les transporteurs, les entreprises, les administrations, les centres commerciaux... pour améliorer le système de transport local par l'animation et la concertation. Elle recense les initiatives en matière de mobilité, les évalue et tente de les "essaimer" sur d'autres parties du territoire.

Les logiciels de "centrale de mobilité" sont avant tout des outils d'information transport. Ils comprennent presque toujours des fonctions de réservation et parfois des outils plus ou moins avancés pour la gestion proprement dite du système de transport.

Une centrale de mobilité va pouvoir intégrer en matière de covoiturage :

- Une approche « multimodale » du trajet,
- L'insertion des offres de covoiturage,
- Des éléments de promotion du covoiturage,
- L'intégration du covoiturage au même titre que les autres modes de transports.

#### Exemple d'Itinisère dans le département de l'Isère

Itinisère est une centrale de mobilité intégrant toutes les offres de transports du territoire.

Elle inclut :

- L'offre de transport TER / TGV,
- L'offre Transports Urbains de Grenoble,
- Les lignes Inter-urbaines du Conseil Général de l'Isère,
- L'offre de covoiturage de la plate forme de covoiturage [www.isere-covoitnage.fr](http://www.isere-covoitnage.fr).

Cette centrale s'accompagne d'une communication importante qui offre aujourd'hui une bonne connaissance de l'outil de la part de la population.



## 3.3 LES OUTILS DE MISE EN RELATION

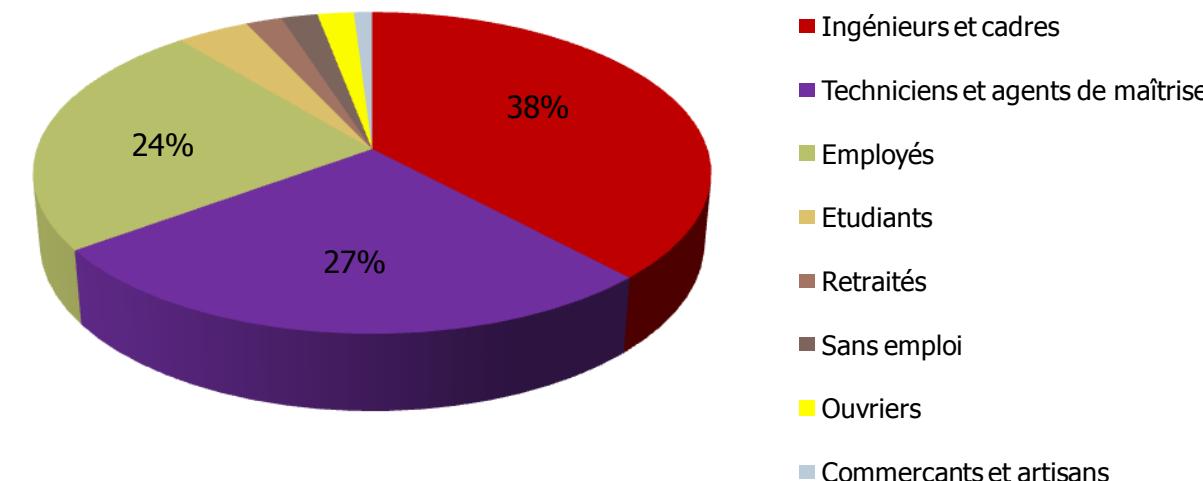
### 3.3.1 LES LIMITES DES PLATES FORMES INTERNET

Lorsqu'une collectivité veut se lancer dans une politique d'encouragement au covoiturage, sa première action est très souvent de s'équiper d'une plate forme de mise en relation dédiée à son territoire. L'outil a cependant des limites et le benchmark est là pour nous le rappeler.

#### 3.3.1.1 Le défaut de représentativité

Sa première limite est que le public qui s'inscrit sur les sites de covoiturage est un public particulier qui est loin d'être représentatif de l'ensemble des covoitureurs.

Les données de l'ENTD montrent en effet que la pratique du covoiturage est très liée au niveau de diplômes et de revenus et que moins les personnes sont diplômées et plus elles covoient. Or, si l'on se réfère par exemple à l'expérience du Grand Lyon, on note que le profil des inscrits y est sensiblement différent, avec une prédominance des ingénieurs et cadres, des techniciens et des agents de maîtrise.



#### Profil des inscrits sur le site du Grand Lyon

#### 3.3.1.2 S'inscrire n'est pas covoiturer

Les démarches de communication visent dans une première étape à inciter des personnes à s'inscrire sur un site de covoiturage, mais s'inscrire n'est pas covoiturer car d'autres étapes restent à franchir derrière :

- Certains font l'acte de s'inscrire mais ne déposent pas d'annonces et/ou perdent assez rapidement le lien avec le site Internet (à noter par exemple que 11% des non covoitureurs du Grand Lyon sont inscrits sur un ou plusieurs sites),
- D'autres déposent une annonce mais ne trouvent pas de covoitureur, ou ne font pas énormément d'effort pour en trouver un (ne répondent pas ou refusent les sollicitations...),
- Certains trouvent mais ne donnent pas suite dans la durée : manque d'accointance avec le covoitureur trouvé, trop de contraintes rencontrées à l'usage...

On relève ainsi, parmi les exemples étudiés :

- Que sur le site de la Plaine de l'Ain, 60% des inscrits sont considérés comme actifs, c'est-à-dire qu'ils ont déposé au moins une annonce dans les douze derniers mois (ça ne veut donc pas dire qu'ils ont tous covoituré),
- Que dans l'Arc Jurassien, 20% des covoitureurs covoitent aujourd'hui grâce au dispositif mis en place avec la centrale téléphonique et le site internet,
- Qu'autour d'Aix-en-Provence, 28% des inscrits affirment pratiquer le covoiturage et que 72% se sont inscrits sur le site mais déclarent ne pas utiliser le covoiturage dans leurs déplacements quotidiens,
- Qu'autour de Lyon, 41% des inscrits n'ont pas covoituré, 26% ont covoituré avec des personnes rencontrées sur le site de covoiturage du Grand Lyon et 33% ont covoituré avec d'autres covoitureurs,
- Qu'en Loire-Atlantique, en 2010, 28% des inscrits à la plate forme déclaraient une pratique de covoiturage au moment de l'enquête.

Sur la plupart des sites, il apparaît donc que 20% à 30% des inscrits covoitent effectivement. La proportion est sensiblement plus élevée autour de Lyon et met en lumière un phénomène intéressant de pratique effective de covoiturage en dehors de la plate-forme, qu'on peut expliquer de différentes façons :

- Le travail de sensibilisation a amené les gens à avoir envie de covoiturer, probablement à en parler autour d'eux (collègues, amis...) et à trouver par ce biais un covoiteur qui lui n'était pas inscrit,
- Certains covoituraient peut être déjà avant de s'inscrire et se sont inscrits pour essayer de compléter un équipage existant (apparemment sans succès) et diminuer encore leurs frais de déplacements.

### 3.3.1.3 Covoiturer sans s'inscrire

Rappelons tout d'abord que le covoiturage qui se pratique dans le cercle familial, et qui représente la moitié des déplacements effectués en covoiturage, s'effectue de toute façon sans inscription.

L'enquête menée auprès des habitants du Grand Lyon permet compléter le tableau puisqu'elle fait apparaître que si la moitié des covoitureurs domicile-travail ou domicile-études connaissent la plate forme, ils ne sont que 9% à y être inscrits et parmi ceux qui y sont inscrits et qui donc covoitent, 70% n'ont jamais eu l'occasion de covoiturer avec des personnes rencontrées sur le site.

Par ailleurs, 77% des covoitureurs domicile-travail ou domicile-études ne sont inscrits sur aucun site de covoiturage.

En Loire-Atlantique enfin, l'enquête menée sur les aires de covoiturage révélait quant à elle que seulement 10% des covoitureurs se sont trouvés grâce à Internet et à une plate forme de covoiturage.

### 3.3.2 UN SITE DE COVOITURAGE D'ENVERGURE SUFFISANTE

Un des échecs le plus fréquent dans la mise en place d'un site de covoiturage est le faible nombre d'inscrits. En effet, bon nombre de collectivités

Un des échecs le plus fréquent dans la mise en place d'un site de covoiturage est le faible nombre d'inscrits. En effet, bon nombre de collectivités et d'entreprises ont lancé des sites de covoiturage dont le nombre d'inscrits et le nombre de trajets ne permettent pas le développement de la pratique.

Un des facteurs d'explication est la taille trop restrictive du champ d'application du site. En effet, il est pertinent d'avoir un site de covoiturage permettant d'avoir un maximum d'inscrits et de trajets. Ce site peut inclure des sélections spécifiques et des groupes afin également d'avoir une approche plus ciblée (exemple zone d'activité, nom d'entreprises...).

De plus, la multiplication des sites induit une perte de visibilité et de repères. La mise en place d'un site d'envergure suffisante est donc une solution indispensable pour la mise en place d'une politique efficace.

Par son envergure, ce site acquiert ainsi une forte légitimité locale (exemple de la Loire-Atlantique) qui lui permet d'être bien référencé dans les moteurs de recherche et de se distinguer de la multitude d'opérateurs qui officient sur ce marché avec des approches longue distance et/ou purement commerciales.

### 3.3.3 LA QUALITE DE LA PLATE -FORME

La qualité intrinsèque de la plate forme de mise en relation n'est pas un élément décisif de succès (en pratique, le covoitureurs ne sont pas spécialement en attente de fonctionnalités high-tech) mais elle y contribue et peut être un facteur d'échec si elle n'est pas au niveau sur les fondamentaux : ergonomie, simplicité d'utilisation, nombre d'inscrits, vitesse d'accès et temps de réponse...

Les exemples fournis dans le benchmark montrent la diversité et la richesse des approches, ainsi que la nécessité d'adaptations régulières pour intégrer de nouvelles fonctionnalités et s'adapter aux évolutions techniques.

On note ainsi que la plupart des sites ont fait l'objet récemment ou vont faire l'objet prochainement d'un remodelage et d'une modernisation (Loire-Atlantique, Aix-en-Provence...).

La technicité du sujet est d'ailleurs un facteur d'ordre secondaire qui plaide en faveur d'un partage des moyens et des compétences car rester bien informé et gérer les interfaces (y compris administratives et contractuelles) avec les opérateurs de covoiturage prend du temps.

### 3.3.4 LE LIEN DIRECT AVEC LES USAGERS

On manque encore d'éléments précis pour le quantifier finement mais les exemples de Rennes et de l'Arc Jurassien tendant à démontrer le bien fondé, au-delà des outils logiciels, de la mise en place d'un service téléphonique où un opérateur pourra :

- Relancer régulièrement les inscrits, un peu comme le font les Etablissements Français du Sang,
- Leur demander de se positionner oralement par rapport à une offre ou à une demande de covoiturage susceptible de les concerter ; c'est en effet plus difficile de refuser oralement une sollicitation que de répondre négativement par mail ou par SMS,
- Faire une recherche active pour répondre à une demande à enjeu, par exemple celle de quelqu'un qui vient de trouver un emploi, une formation ou un stage, et qui ne peut l'accepter qu'à condition de trouver le moyen de pouvoir s'y rendre ; et être du même coup un interlocuteur des services concernés (Pôle Emploi, services sociaux...) et être capable de répondre en quelques heures positivement ou négativement à une sollicitation particulière,
- Proposer une solution à ceux qui n'ont pas accès à Internet (encore 20% des ménages) ou qui ne maîtrisent pas suffisamment bien l'informatique ou le français pour se servir d'un logiciel de mise en relation ; ce sont d'ailleurs souvent ces personnes là qui ont le plus besoin de trouver un covoiteur.

### **3.3.5 LES NOUVELLES TECHNOLOGIES**

Il est assez difficile de se positionner sur ce point tant justement la technologie évolue et pourrait devenir un élément décisif dans la promotion et dans le développement du covoiturage.

Pour l'instant, la demande ne semble pas très forte sauf auprès de publics particulièrement sensibilisés (zone d'activités de Sophia Antipolis par exemple) et elle se heurte à deux limites :

- Elle ne concerne qu'une cible particulière qui n'est pas celle qui recourt le plus au covoiturage, qui en a le plus besoin et le plus envie,
- Le « gadget » technologique peut être un vecteur de promotion au départ ; de là à inscrire une pratique dans le temps...

On peut aussi se référer sur ce point à l'exemple de Washington où le covoiturage s'est plutôt développé sur des bases presque simplistes.

## **3.4 AMENAGEMENTS ET DES ACTIONS D'ACCOMPAGNEMENT**

### **3.4.1 LA MISE EN PLACE D'AIRÉS DE COVOITURAGE**

La mise en place d'aires de covoiturage est de nature à faciliter et à encourager le développement de la pratique, directement par le service offert, et indirectement par effet d'image et d'entraînement. Pour que ces aires fonctionnent, il leur faut idéalement :

- Etre localisées à proximité d'un nœud routier ou autoroutier,
- Etre localisées à proximité d'un lieu où l'on observe déjà la pratique du covoiturage,
- Etre visibles depuis un axe fréquenté et être faciles d'accès,
- Etre gratuites,
- Etre d'une surface suffisante, qui permette chaque jour de trouver une place disponible,
- Etre portées à connaissance sur le site Internet de covoiturage et dans des plaquettes.

Et de façon facultative :

- Etre reliées à une ligne de transport collectif,
- Etre équipées d'une aire de stationnement sécurisée pour les vélos,
- Etre équipées d'un abri, éclairage, toilette, aménagement paysager léger, borne d'inscription sur le site de covoiturage, panneau « annonces de covoiturage », marquage au sol en plus de la signalétique,
- Pour les entreprises, être situées à proximité de l'entrée du site de travail, et ainsi correspondre aux « meilleures places ».

Il est également très utile que ces aires de covoiturage soient suffisamment nombreuses pour pouvoir constituer un réseau à l'échelle du territoire concerné. Et pour densifier ce réseau dans des conditions économiques acceptables, il est pertinent de chercher à valoriser des parkings existants et mutualiser les usages :

- Parkings publics de salles des fêtes, de stades...
- Parkings relais,
- Parkings privés, avec signature de conventions.

Une signalétique spécifique permet de renforcer l'identification des aires de covoiturage et permet également de mettre en valeur le covoiturage par les non utilisateurs, d'autant plus quand ces places sont visibles.

C'est ce que font par exemple les Départements de la Loire-Atlantique, du Morbihan...

### 3.4.2 LE COVOITURAGE SPONTANÉ

Le covoiturage spontané peut être un maillon utile inscrit dans une politique de covoiturage plus globale dans la mesure où il permet de cibler d'autres usages et d'autres motifs de déplacement :

- Il concerne véritablement les déplacements de courte distance (moins de 10 km),
- La majorité des déplacements effectués semblent être des déplacements de semaine liés aux loisirs, à des achats, à la réalisation de démarches administratives ou à des visites (parent hospitalisé par exemple),
- Ce type de service est pour l'instant assez peu utilisé dans le cadre de déplacements domicile-travail ; il l'est un peu plus pour les déplacements domicile-étude mais surtout dans le sens retour par les lycéens qui trouvent plus rapides de rentrer en stop qu'avec le car scolaire, surtout s'ils finissent en milieu d'après midi,
- Il a une utilité sociale en étant utilisé en tant que passagers par des femmes ou des jeunes majeurs n'ayant pas le permis, pas de voiture ou pas les moyens de beaucoup l'utiliser, ou des femmes en couple dont le mari utilise la journée la seule voiture du foyer...
- Il fonctionne plutôt bien du point de vue des passagers volontaires :
  - Avec des temps d'attente très raisonnables en dehors des heures creuses : à Berthoud, le temps d'attente moyen a été évalué à seulement 6 minutes et il a été estimé que 85% des utilisateurs avaient attendu moins de dix minutes ; les résultats sont similaires chez Rézo Pouce,
  - Avec des usages pratiquement 24/24 à Berthoud et un recours au service qui reste marqué jusqu'à tard le soir (du fait essentiellement des jeunes),
  - Avec un bon niveau d'appropriation par les femmes, aussi bien comme passagères (70% du total) que comme conductrices (60% du total),
  - Sans accrocs particuliers à signaler du point de vue de la sécurité.

Les choix technologiques qui ont été faits en Suisse ajoutent un plus ludique et pratique au dispositif mais introduisent du coup des inconvénients relativement rédhibitoires :

- Fort renchérissement du coût de l'opération du point de vue de la puissance publique,
- Complexification du système, surtout si, comme à Berthoud, il faut tarifer le système pour le financer alors que la motivation des automobilistes n'est pas économique vu les distances parcourues.

Le dispositif développé par Rézo Pouce (faire simple) paraît à cet égard plus cohérent mais l'efficacité de ce type de dispositif se trouve traditionnellement réduit par le déséquilibre entre l'offre et la demande, l'engouement étant plus fort chez les conducteurs que chez les passagers potentiels.

On remarquera enfin que le covoiturage domicile-travail autour de Washington fonctionne en partie au moins selon les usages du covoiturage spontané, bien que les distances à parcourir soient importantes.

### 3.4.3 LES VOIES RESERVÉES

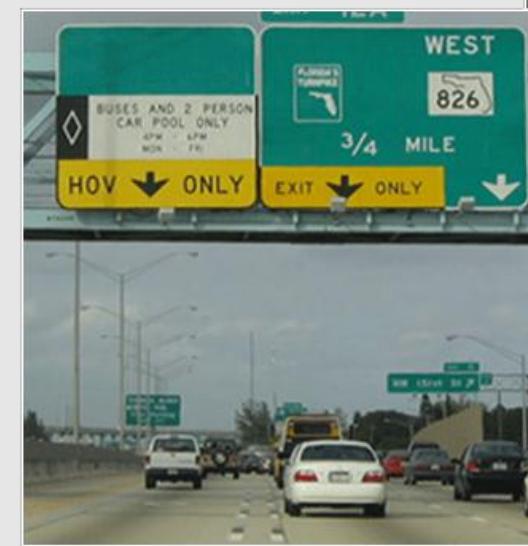
A l'étranger des actions innovantes ont été mises en place afin de privilégier le covoitureur notamment en lui faisant gagner du temps de déplacement par rapport à l'autosoliste.

#### Exemple de Los Angeles : les voies à occupation multiple (VOM)

Les voies HOV sont des voies réservées aux covoitureurs. A Los Angeles le phénomène de péri-urbanisation est très important, ce qui induit des distances importantes à effectuer pour se déplacer et donc des temps de déplacement très longs.

Afin de résoudre ces problématiques et favoriser le covoiturage, des voies réservées ont été réalisées. Ces voies réservées aux VOM sont physiquement séparées des autres voies et utilisées comme voies express. Le contrôle sanction de la part des forces de police permet de limiter l'usage abusif de cette voie par les autres types de véhicules.

#### Voies HOV



Bien que principalement développé en Amérique du Nord (Etats-Unis, Canada), le concept émerge en Europe sur quelques autoroutes au Royaume Uni (Bristol), en Espagne (Madrid), aux Pays-Bas et en Autriche.

#### **3.4.4 LES AVANTAGES TARIFAIRES SUR AUTOROUTE**

L'exemple le plus ancien et le plus connu est celui de l'A14 à l'ouest de Paris mais il est impossible d'en tirer des enseignements du fait que le service, pourtant toujours opérationnel, ne fait toujours l'objet d'aucune promotion, l'information n'apparaissant même pas sur le site Internet de la SAPN, y compris dans la rubrique covoiturage pourtant très fournie.

##### **Exemple de l'A14 en région parisienne**

L'autoroute A14 est une autoroute à péage de 16 km qui double l'autoroute A13 et la RN13 entre Orgeval et Nanterre en île de France. À la demande du ministère des transports, la Société des Autoroutes Paris Normandie (SAPN) a instauré la gratuité du péage pour les véhicules à taux d'occupation élevée.

L'étude expérimentale de promotion du covoiturage a été lancée à la fin de l'année 1996 pour une durée d'un an reconductible. Le péage était gratuit pour les titulaires de la carte d'abonnement ad hoc transportant 3 personnes ou plus dans un véhicule de classe 1.

L'abonnement était limité à un aller-retour par jour du lundi au vendredi de 6h à 21h. Le vendredi, le passage après 13h était gratuit à condition d'avoir effectué un passage le matin en sens inverse.

Pour assurer le respect du dispositif, le système disposait d'un guichet spécifique où un agent de la SAPN vérifiait la régularité du nombre de personnes à bord.

En 1998, le nombre de personnes titulaires d'un abonnement était de 680 et le nombre de passages journaliers s'élevait à 140. En avril 2007, 1 840 personnes étaient abonnées au service pour un nombre de passages journaliers de 150 (pour un flux total de 28 000 passages !).

Après dix ans de fonctionnement, le système s'est stabilisé et le nombre d'abonnés n'a plus augmenté, l'absence de campagne de promotion n'y étant pas pour rien.

*Source : Certu, Le covoiturage en France et en Europe, Etat des lieux et perspectives, 2007*

D'autres offres tarifaires moins incitatives existent ailleurs en France, par exemple sur le Duplex A86 qui relie Rueil-Malmaison à Vélizy et où Vinci Autoroutes propose une offre covoiturage qui permet de bénéficier de 30% de remise sur les trajets à condition qu'il y ait au minimum 3 occupants dans le véhicule et dans la limite de deux trajets par jour du lundi au vendredi de 7h à 20h.

Globalement, l'offre reste pour l'instant trop restreinte, trop confidentielle et trop peu attractive commercialement pour qu'on puisse en évaluer l'impact potentiel.

#### **3.4.5 LES PROCÉDURES D'EVALUATION**

Il est difficile de piloter une politique de covoiturage sans indicateurs mis à jour suffisamment fréquemment et d'une manière générale, les données manquent pour savoir les effets des mesures en place et les pistes de progrès les plus intéressantes.

Le Grand Lyon qui mène une campagne d'évaluation bisannuelle toujours riche d'enseignements semble être à cet égard l'exemple à suivre.