



Retours sur 8 ans d'expérience de promotion du covoiturage transfrontalier dans l'Arc jurassien

Lille, 13 novembre 2019



Contexte du projet

Le contexte

- » **Forte croissance économique, notamment côté Suisse**
 - » Augmentation des besoins de main d'œuvre, ce qui entraîne un élargissement du bassin d'emplois.
- » **Recours quasi exclusif à la voiture pour les déplacements domicile-travail des frontaliers, avec des impacts négatifs sur :**
 - » La congestion aux frontières.
 - » L'environnement (pollution, bruit...).
 - » La sécurité routière.
 - » La santé (fatigue, stress...).



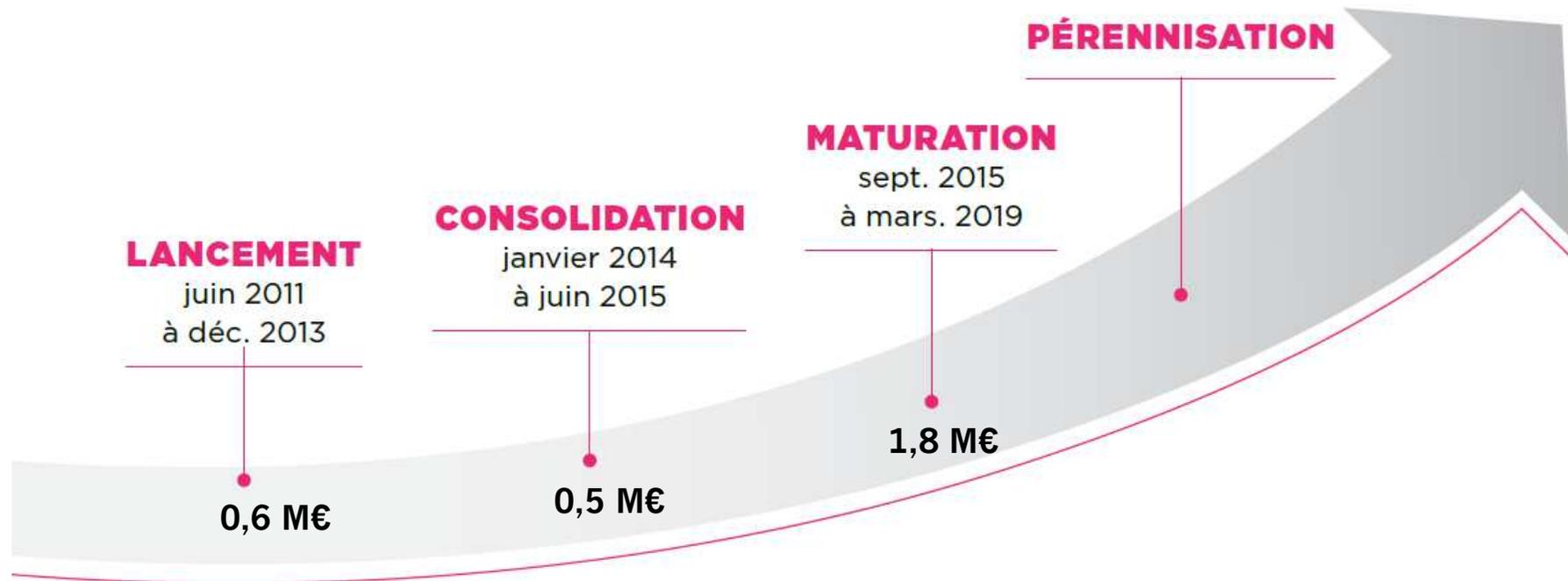


- » **Inquiétude des pouvoirs publics français et suisses qui décident d'unir leurs efforts.**
- » **Après étude, et compte tenu :**
 - » De la forte amplitude des horaires de travail.
 - » De la dispersion des origines et des destinations.
- » **Les élus optent pour le déploiement d'une politique ambitieuse de promotion du covoiturage** qui est perçu comme l'alternative la plus pertinente à l'autosolisme.
- » Pour obtenir le financement de ce projet, **un dossier Interreg est déposé en 2011** par 8 partenaires français et suisses. Accepté, il donnera naissance au dispositif « **Covoiturage de l'Arc jurassien** ».



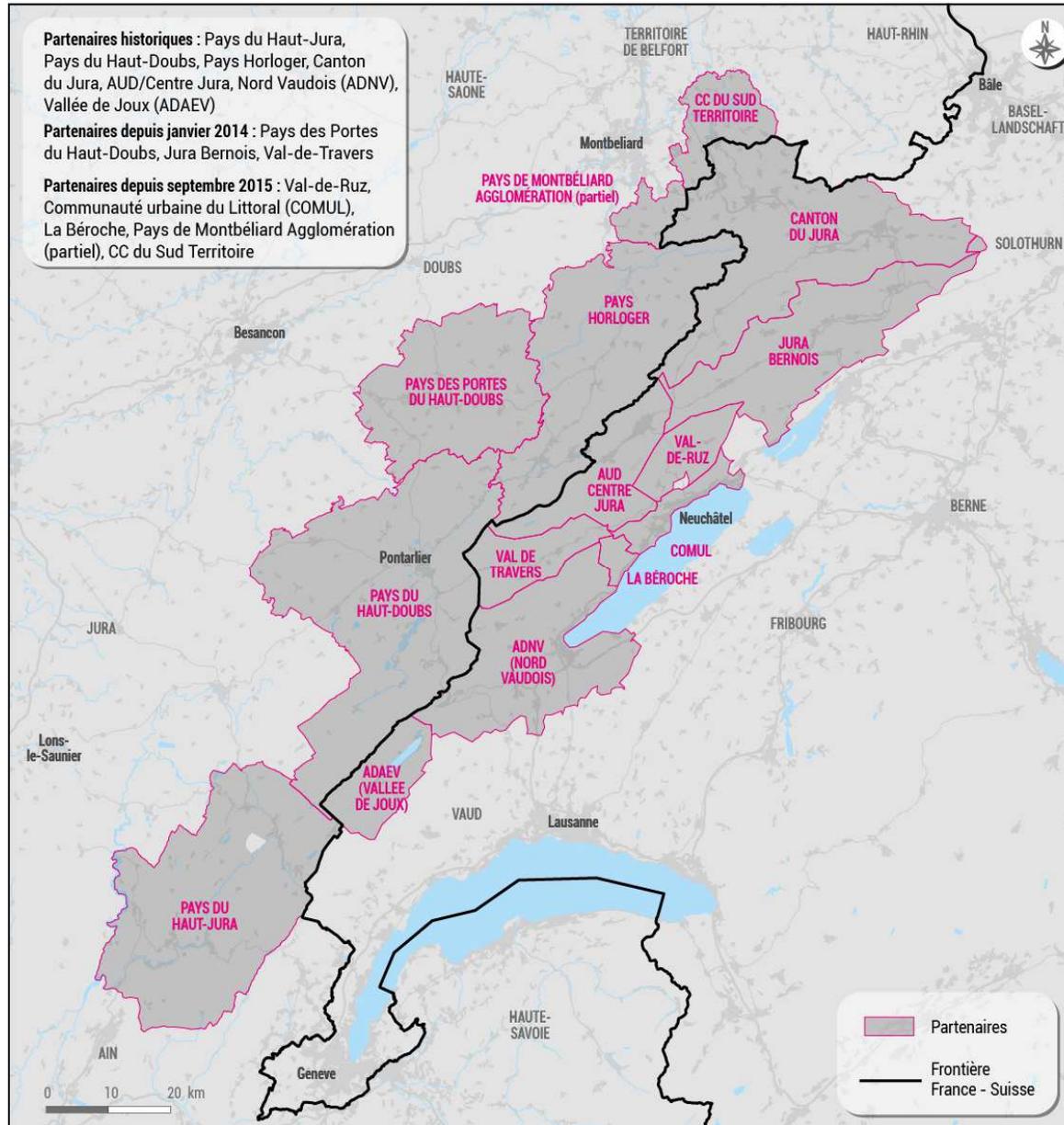


Trois programmes Interreg successifs



Début 2019, le dispositif impliquait **16 partenaires territoriaux**, essentiellement des collectivités locales, agissant sur un espace homogène de **580'000 habitants** et de **274'000 emplois** dont **40'000 emplois frontaliers**.

Le périmètre en mars 2019





Présentation du dispositif



- » **Cibler fortement**, dans un premier temps, **les déplacements des frontaliers.**

- » **Travailler en étroit partenariat :**
 - » Avec les collectivités impliquées, à l'origine et à destination, en France et en Suisse.
 - » Et **avec les entreprises** (via leurs référents mobilité) qui adhèrent au dispositif : elles sont actuellement 160 (surtout des plus de 50 salariés) et emploient près de 40'000 personnes.

- » **Consacrer l'essentiel des moyens disponibles à la mise en œuvre d'actions de communication et de promotion sur les lieux d'emplois.**
 - » Mise à disposition d'outils de communication (flyers...).
 - » Animations et interventions sur place.
 - » Gestion d'un challenge annuel de covoiturage.
 - » Etc.

Exemples d'animations



Le challenge covoiturage



» Intérêts :

- » Un coup de projecteur
 - » Dans les entreprises
 - » Et au-delà (presse)
- » Une incitation
 - » A l'essai
 - » A la constitution d'équipages

» En 2018 :

- » Près de 1'700 inscrits
- » Plus de 100 entreprises

GAGNEZ UNE ANNÉE D'ESSENCE!

NEUCHÂTEL
JURA
VALLÉE DE JOUX

ARC JURASSIEN

7^e CHALLENGE COVOITURAGE
INTER-ENTREPRISES DE L'ARC JURASSIEN

Du 18 au 22 Novembre 2019

Inscrivez-vous au concours du 21 oct. au 15 nov. 2019
sur le site www.covoiturage-arcjurassien.com
ou par téléphone au +41 (0) 800 25 26 27
Une surprise à gagner pour les 500 premiers inscrits !





» Une mise en relation humanisée

- » Mise en place d'une centrale téléphonique qui s'appuie sur des outils de gestion de la relation client (CRM).
- » Plus de 80% des personnes trouvent leur covoitureur directement sur leur lieu de travail.



» La mise en place d'aires de covoiturage

- » Près de 80 aires actuellement en service, dont 15% en Suisse.

» La conception et la mise à disposition d'outils

- » Ex : Share to move®, FairPark®.

» Des expérimentations

- » Ex : ligne de covoiturage spontané Taxito.

» Un véritable suivi

- » Tous les trois ans, une évaluation fine des impacts (comptages, enquêtes...).



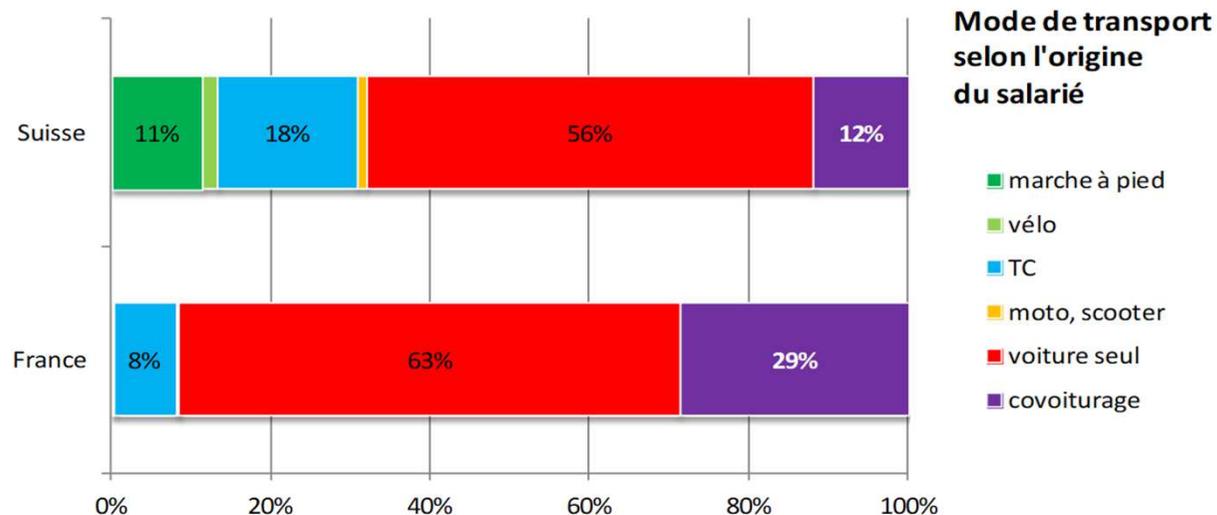


Les principaux résultats



» Doublement de la part modale du covoiturage

- » Dans les entreprises adhérentes, la part modale est passée en moyenne à **22% de covoitureurs réguliers**, avec logiquement, des écarts significatifs entre salariés suisses (plus proches, mieux desservis par les transports collectifs...) et français :



- » Des résultats **supérieurs à la moyenne dans l'industrie** (jusqu'à 40% dans les contextes les plus favorables) **mais faibles dans le sanitaire et social.**



» Pratiques et pratiquants

- » 85% sont d'anciens autosolistes.
- » 80% sont des alternants.
- » 80% covoiturent avec des collègues.
- » Très peu via une plateforme de mise en relation.
- » 45% se retrouvent sur un parking.
- » Distance domicile travail moyenne = 32 km

» Principales motivations

- » Faire des économies (75%).
- » Protéger l'environnement (62%).
- » Plus de convivialité (62%).
- » Moins de fatigue (39%).



» Economies annuelles réalisées par covoitureur

- » 6'500 km.
- » 2'300 € / 2'600 CHF.
- » 1'100 kg de CO₂.

» Economies réalisées par le territoire

- » **Evitement de près de 16 M€ / 18 MCHF de dépenses de transport, réinjectées en grande partie dans l'économie locale**
- » **Le rapport coût/efficacité du dispositif est donc très bon** et valide a posteriori les options stratégiques prises en 2011.
- » **Les dépenses engagées annuellement en faveur du covoiturage ne suffiraient pas pour financer une ligne performante de transport collectif, qui ne répondrait potentiellement qu'aux besoins d'une petite minorité des actifs du territoire.**



La suite, à partir de 2019



- » **Une large majorité des partenaires a souhaité la reconduction du dispositif pour les trois prochaines années** au moins, du fait des résultats obtenus et du fort potentiel encore mobilisable.
- » Avec un **budget annuel ramené à environ 200 k€, le programme d'actions a été ajusté mais reste fidèle aux orientations et principes initiaux.**
- » **Principaux enjeux sur la période qui s'ouvre :**
 - » Maintenir la dynamique et la motivation de l'ensemble des acteurs, et notamment des référents mobilité des entreprises.
 - » Être créatifs pour rester audibles et persuasifs vis-à-vis des salariés des entreprises, en particulier dans les secteurs sensibles (hôpitaux...).
 - » Si les résultats sont au rendez-vous, réussir à pérenniser véritablement le dispositif, avec éventuellement une participation financière des entreprises.



Merci de votre attention