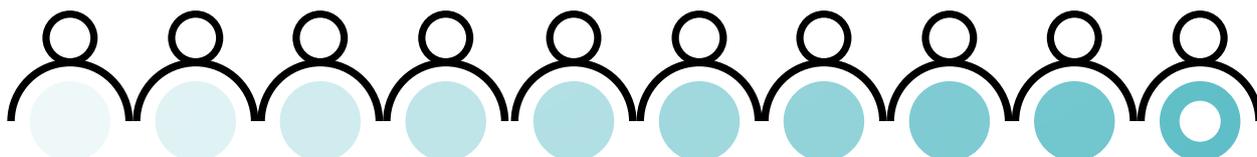




Comment **développer le covoiturage** sur le territoire métropolitain lillois ?



Synthèse de l'étude exploratoire sur une politique partenariale de covoiturage sur le territoire métropolitain, réalisée par Inddigo.

OCTOBRE 2011

Lille Métropole a convié ses partenaires (la Région Nord-Pas-de-Calais, l'ADEME, l'État, le Conseil Général du Nord, la Chambre de Commerce et d'Industrie du Grand Lille ainsi que la Mission Bassin Minier) à la définition une politique partenariale de covoiturage pour le territoire métropolitain. L'objectif de la mission d'assistance, confiée par Lille Métropole à Inddigo avec l'appui financier de la Région Nord-Pas-de-Calais et de l'ADEME dans le cadre du FRAMEE, était donc de structurer une réflexion permettant une intervention organisée des différents acteurs publics pour proposer des alternatives à l'auto-solisme et intégrer le covoiturage comme un outil à part entière dans le système de transport du territoire de l'aire métropolitaine de Lille.



En partenariat avec



Définitions du **covoiturage**

Le covoiturage peut être défini comme l'utilisation conjointe et préparée d'un véhicule par un conducteur non professionnel et un ou des passagers, dans le but d'effectuer un trajet commun. L'accompagnement familial représente par exemple la très grande majorité des passagers et n'est pas véritablement considéré dans la mission comme une forme de covoiturage.

Plusieurs formes de covoiturage sont à promouvoir :

- **Le covoiturage travail** est la priorité majeure compte tenu de sa fréquence et sa régularité, des distances très importantes parcourues et de son poids dans la congestion à l'heure de pointe.
- **Le covoiturage professionnel** (pour des chantiers, des réunions) est plus méconnu mais peut être favorisé en promouvant des bonnes pratiques.
- **Le covoiturage événementiel**, culturel, sportif possède l'intérêt de répondre à des déplacements très concentrés dans le temps et dans l'espace, pour lesquels l'organisateur de l'évènement peut être un bon vecteur.
- **Le covoiturage de longue distance** est déjà fortement pratiqué par les jeunes et bien balisé par des sites Internet nationaux. Une diffusion de bonnes pratiques peut permettre de fidéliser cet usage.
- **Le covoiturage de proximité**, d'entraide entre voisins est heureusement présent mais peut être aussi accompagné.

Plusieurs formes de mise en relation peuvent être utilisées :

- **Le covoiturage programmé** par le biais d'un site internet est la forme de mise en relation prioritaire à développer. Internet permet d'élargir le cercle des connaissances directes et multiplie les possibilités d'appariement.
- **Le covoiturage dynamique** met en relation les covoitureurs par le biais de SMS envoyés en temps réel par le conducteur et le passager potentiel. Cette solution encore expérimentale ne fonctionne qu'à partir de flux très importants. LMCU assurera une veille sur la question mais n'en fait pas une priorité.
- **Le covoiturage spontané** n'est rien d'autre qu'une forme de stop amélioré : des lignes et des arrêts sont identifiés, le covoitureur se fait enregistrer en mairie, en échange d'un badge permettant d'améliorer la reconnaissance de la destination recherchée et de sécuriser la relation.

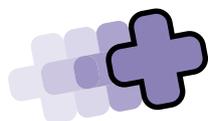
Quel est l'intérêt du covoiturage ?

Les intérêts du covoiturage sont multiples pour les ménages, les collectivités et les entreprises :

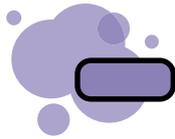


• **La réduction du coût de déplacement** est immédiate et très importante : un covoitureur parcourt en moyenne 31 km aller pour se rendre au travail, soit plus de 12 000 km/an et réalise une économie moyenne de 2 000 €/an. Il s'agit de l'argument le plus important.

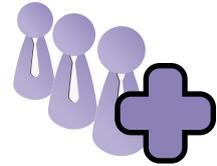
• **L'impact en terme de CO²** est également très important (1 tonne de CO² par personne et par an en moyenne) dans la mesure où l'on touche des déplacements travail réguliers et les plus longs.



• **Les résultats peuvent être très rapides.** En moins d'un an, il est possible d'atteindre un report modal de 10 % de l'autosolisme vers le covoiturage sur des secteurs ciblés (zones d'activités...).



- Des **impacts significatifs en termes de congestion, de pollution, de bruit** peuvent être obtenus grâce à une politique active à un coût particulièrement faible pour la collectivité (quelques dizaines d'euros par covoitureurs en animation et communication).
- Les salariés touchés sont pour l'essentiel des **salariés bénéficiant de peu d'alternatives à la voiture**.



Qui covoiture aujourd'hui ?

Les enquêtes réalisées nationalement ou localement conduisent aux mêmes conclusions avec une distance domicile-travail de 31 km en moyenne*. Le covoiturage s'adresse principalement à des **salariés parcourant de longues distances**. Le taux de covoiturage reste faible en deçà de 20km.

Seulement **1 covoitureur sur 4 est inscrit sur un site Internet de covoiturage**. Trois sur quatre covoiturent entre collègues ou voisins. La proximité reste donc un élément clé.

Le covoiturage se développe plus **particulièrement dans des zones d'activité périphériques** mal desservies par les transports collectifs, et plus fortement dans les activités logistique et industrielle ayant des horaires décalés mais connus à l'avance, permettant ainsi de s'organiser. A noter que le covoiturage n'est pas pratiqué uniquement par les jeunes. Le taux de pratique s'avère aussi important parmi les 35-49 ans que parmi les 25-34 ans.

Est-ce que ça marche ?

Les évaluations réalisées dans les zones d'activités de l'agglomération lyonnaise et en Rhône-Alpes en 2010 montrent que le chiffre déclaré par les salariés dans les enquêtes peut être atteint voire dépassé dans certains cas, en seulement quelques mois grâce à des opérations très actives d'animation.

Contexte de Lille Métropole, potentiel et objectifs **État des lieux de la pratique du covoiturage à Lille fin 2010**

Le taux d'occupation moyen d'un véhicule dans la métropole lilloise est de 1,32 personnes par véhicule. L'occupation est cependant pour l'essentiel une occupation familiale. Dans le cadre des déplacements domicile-travail, le taux d'occupation moyen des véhicules reste très faible avec 1,08 personnes par véhicule. Le covoiturage domicile-travail non familial peut être estimé autour de 4%** de part modale.

En dehors des principaux sites nationaux présents également localement, plusieurs sites de mise en relation existent dans la région urbaine de Lille: la multiplication de sites concurrents est un des freins majeurs à l'efficacité du covoiturage.

Quel est le potentiel de développement du covoiturage ?

Dans les enquêtes réalisées auprès des salariés dans le cadre de Plans de Déplacements d'Entreprises, 10 à 20 % des salariés se déclarent prêts à pratiquer le covoiturage. Ce taux augmente très fortement avec la distance. Au delà de 40km, plus de 40 % des salariés se déclarent prêts à passer au covoiturage.

* Source : compilation des PDIE en Rhône Alpes sur la période 2007 - 2010 (20.000 salariés, et 1.800 covoitureurs domicile travail enquêtés), recoupée par une enquête sur les parkings des départements de Drôme et d'Ardèche en 2010

** Source : Enquête Ménage Déplacements, Région Urbaine de Grenoble, 2010

Passer de 4 à 15 % de part modale de covoiturage domicile-travail s'avère donc un objectif réaliste. Compte tenu de la répartition des déplacements par tranches de distances, le potentiel de covoiturage peut être estimé à 24 000 déplacements sur les 97 000 déplacements en échange avec l'agglomération lilloise pour motif travail à destination de plus de 20 km.

56 % de ces déplacements sont entrants dans Lille Métropole mais 44 % sont sortants en direction des territoires périphériques de l'agglomération, principalement le Bassin minier.

Les déplacements domicile-travail de plus de 20 km (moyenne de 30 km) **sont la cible prioritaire** de la politique de covoiturage de Lille Métropole. Il s'agit en presque totalité de déplacements d'échanges entre Lille Métropole et les territoires limitrophes. Les **secteurs périphériques mal desservis par les transports en commun** sont à cibler en priorité. En conclusion, le potentiel prioritaire de développement identifié sur le territoire de Lille Métropole porte sur les grandes zones d'activité périphériques.

Le covoiturage au sein de la politique de mobilité de Lille Métropole ?

Pour Lille Métropole, le covoiturage s'intègre complètement dans la politique globale de mobilité au même titre que les transports en commun et les modes doux. L'objectif est de rationaliser l'utilisation de la voiture et de diminuer ses impacts.

Le covoiturage peut offrir des formes complémentaires de solution de mobilité sur des territoires à faible potentiel de desserte en transports en commun. De fait, l'expérience montre que le covoiturage est surtout pratiqué dans les zones d'activités et les pôles générateurs périphériques, par des habitants de secteurs péri-urbains de plus faible densité.

Même si les actions développées visent l'ensemble des formes de covoiturage, **le développement du covoiturage travail reste l'objectif cible de Lille Métropole**. De même, le covoiturage programmé par le biais d'un site internet est la priorité définie par Lille Métropole mais des expérimentations de covoiturage spontané seront engagées avec les communes.

PISTES D' ACTIONS

L'expérience montre que 4 composantes sont essentielles à la réussite des actions de covoiturage :

- 1. L'animation : rassurer, relation humaine**
- 2. La communication**
- 3. Un site internet unique de mise en relation**
- 4. Du stationnement pour faciliter les pratiques**

À ces 4 volets s'ajoute la **gouvernance** du dispositif, dans une approche globale et cohérente à l'échelle du territoire de Lille Métropole, à étendre rapidement à l'Aire Métropolitaine de Lille.

1 L'animation

L'animation du dispositif est le point le plus important. Les usagers et en particulier les salariés ont pour la plupart des freins psychologiques importants pour passer au covoiturage (assurance, sécurité, crainte d'une défection, peur de perte d'autonomie, réticences à partager un univers perçu comme la prolongation de la maison...) et ont besoin d'être rassurés de façon personnalisée et humanisée. **Le travail d'animation du covoiturage dans les zones d'activités périphériques de Lille Métropole est ainsi identifié comme la priorité d'action n°1.**

Pour réussir une opération de ce type, il est indispensable de réussir vite : un covoitureur qui

s'inscrit peut revenir une fois, éventuellement rechercher un covoitureur une seconde fois mais rarement une troisième fois et en tous cas dans la limite de quelques semaines. Il est donc déterminant d'inscrire le maximum de covoitureurs sur un site donné (5 à 20 000 salariés) et dans une fourchette de temps ciblée. La stratégie de Lille Métropole est donc de **développer une série d'opérations intensives de communication-animation** dans un temps limité (4 à 8 semaines) avec une équipe de 3 à 4 personnes réalisant une centaine d'interventions pour 5 000 salariés.

Une douzaine de zones d'activités devraient être ciblées sur 2 à 3 ans avec une première opération expérimentale en collaboration avec la CCIGL sur le CRT de Lesquin.

Le **dispositif d'animation doit s'adapter au contexte**: petits groupes de 10 personnes dans les secteurs de bureaux, passage au changement d'équipe en secteur industriel, petits déjeuners covoiturage pour les cadres... Les moyens d'actions sont les suivants :

- Le déploiement de Plans de Déplacements de Zones (PDZ) ou Plans de Déplacements Interentreprises (PDIE) pour réaliser un travail de sensibilisation en amont sur les questions de mobilité dans une douzaine de secteurs d'activités périphériques identifiées, de 1 000 à 20 000 salariés. L'opération de covoiturage aura d'autant plus de chances de succès qu'un travail de sensibilisation préalable aura été entrepris et que des référents covoiturage ont été identifiés au sein de chacune des entreprises.
- Une équipe de 1 à 2 personnes sera chargée de coordonner l'ensemble de l'opération (site, communication, animation, stationnement). À temps plein sur la première zone expérimentale, elle se répartirait ensuite sur une seconde puis une troisième zone d'activité. Elle s'appuiera ensuite sur les référents internes aux différentes zones.
- Des équipes ponctuelles de 3 à 5 animateurs recrutés sur quelques semaines sont nécessaires pour mener à bien le travail de sensibilisation au sein de chacune des entreprises pendant la période d'animation.
- Un référent covoiturage, covoitureur lui-même, identifié au sein de chacune des entreprises serait un plus pour relayer l'information sur le covoiturage.

Le soutien des autres collectivités locales est également nécessaire pour relayer l'information auprès des citoyens les plus concernés: informations dans le bulletin municipal, organisation de réunions en soirée dans les communes, distribution de tracts sur les points de congestion, formation des relais covoiturage et animation du réseau (pôles emplois, centres culturels, office de tourisme...). **Ces démarches ciblées d'animation dans les communes pourraient s'inscrire dans le cadre des contrats de territoire.**

2 La communication

La communication est un élément important pour la réussite d'une politique de covoiturage. Elle devra s'inscrire dans un cadre général en tant qu'outil du système de déplacements mais des outils spécifiques dédiés au covoiturage mériteraient aussi d'être développés :

- **Des outils généraux** pour l'ensemble du territoire, affiches, tracts, lettre d'information électronique, vidéos et reportages, exposition itinérante...
- **Des outils spécifiques à un territoire** (zone d'activités ou communes) : diaporama court de présentation du dispositif et de mesures spécifiques à l'échelle d'une zone d'activité, jeu-concours, sets de table à destination des restaurants d'entreprise...

La qualité et le professionnalisme des outils sont des éléments déterminants de la crédibilité du dispositif. Les visuels du dispositif doit pouvoir être identifiés clairement sur l'ensemble de la communication globale ou locale de façon à bien traduire l'unité du programme.

Concrètement pour Lille Métropole, la réalisation d'une partie des outils de communication est déjà

incluse dans la DSP de Transpole (affiches, tracts, diaporama...). Des outils complémentaires (livret à destination des référents, vidéo, bâches, exposition itinérante...) viendront compléter le dispositif. Comme le site Internet, ces outils de communication devraient être conçus pour être appropriables par l'ensemble des partenaires de la région urbaine.

3 Un site internet de mise en relation

Même si le site internet ne fait pas tout, il est **indispensable d'en développer un et de parvenir à un site unique de covoiturage à l'échelle de l'ensemble de la région urbaine de Lille**. Des discussions devront s'engager pour tendre vers cet objectif avec tous les gestionnaires de plateformes (11 plateformes existent actuellement dans la région urbaine). À défaut, l'utilisateur ne sait pas sur quel site s'inscrire et le dispositif perd très fortement en efficacité.

Certains fournisseurs de sites de covoiturage proposent au sein d'un même site, la création de communautés particulières à l'échelle d'une grande entreprise, d'une zone d'activités ou d'une commune. Cette solution rassure et permet de choisir de covoiturer avec une personne de la même entreprise, la même zone d'activités ou la même commune ou communautés de communes. Elle permet au référent covoiturage local de disposer en permanence de statistiques spécifiques à son territoire.

Différentes fonctionnalités sont importantes à offrir aux usagers pour un fonctionnement optimal : ergonomie du site, facilité d'accès pour des non spécialistes, mise en relation par commune, par secteur ou par itinéraire, possibilité de hiérarchiser les offres en fonction de leur intérêt, capacités d'alerte en cas d'identification de covoitureurs : mail, SMS, message téléphonique...

Concrètement pour Lille Métropole, Transpole a été mandaté, dans le cadre de la nouvelle DSP pour mettre en œuvre un site internet de mise en relation. Celui-ci a été conçu dès le départ pour s'adapter à l'ensemble de la région urbaine de Lille en collaboration avec les autres territoires. Un nom de domaine indépendant de Lille Métropole ou Transpole a été utilisé pour préserver la possibilité d'extension du site à d'autres partenaires de la région urbaine et unifier les différentes plateformes existantes. La possibilité de créer des communautés permettra, au sein d'une même base, de déployer des sous domaines s'adaptant à des zones d'activités ou des territoires particuliers. **Le site est opérationnel depuis mi-septembre 2011 : www.covoiturezplus.fr .**

4 Du stationnement pour faciliter les pratiques

Dans un cas sur trois, les covoitureurs se rejoignent en voiture sur un point et continuent leur déplacement ensemble. Ils ont donc un besoin de stationnements intermédiaires.

Ces stationnements doivent être localisés au plus près des nœuds routiers importants, garantir une sécurité satisfaisante contre les dégradations et faire l'objet d'une signalisation adaptée. Plutôt que de réaliser quelques gros parkings, l'expérience montre qu'il est **préférable de constituer un réseau de plus petits parkings bien placés sur le territoire**. Dans la plupart des cas, il est d'ailleurs possible **de mutualiser des parkings existants** (supermarchés, zones de loisirs, équipements communaux...) à aménager à peu de frais (pour l'essentiel de la signalisation) et à officialiser par le biais de conventions d'utilisation.

Concrètement pour Lille Métropole, près de 2500 places seraient à identifier, très bien desservies par le réseau routier structurant et si possible à proximité d'un arrêt de transports collectifs, en privilégiant autant que faire se peut des parkings existants (supermarchés, zones de loisirs...). Tous les partenaires publics (État, Conseil Général du Nord...) et privés (hypermarchés...) sont à mobiliser sur ce point. La dimension «covoiturage» devra également être intégrée dans les pôles d'échanges multimodaux et parcs-relais irriguant le territoire (places réservées...) La mutualisation d'espaces de stationnement dans les communes pourra être étudiée et contractualisée dans le cadre des contrats de territoire (parkings de salle des fêtes, cimetières...)



La gouvernance du dispositif

Lille Métropole a bien identifié l'importance de mettre en œuvre le covoiturage à une échelle élargie, par exemple celle de l'Aire métropolitaine, compte tenu des distances importantes plus propices au développement du covoiturage.

Travailler à cette échelle implique nécessairement une politique partenariale avec les EPCI limitrophes, les Départements, la Région et la Belgique voisine. Cet axe de travail doit donc être développé et fédéré dans les instances supra-métropolitaines (Aire Métropolitaine de Lille, Syndicat Mixte Intermodal Régional des Transports, Eurométropole).

Dans le cadre des contrats de territoire, les réflexions devront se poursuivre autour de la participation des communes aux dispositifs d'animation et de communication, de la mise à disposition des moyens communautaires développés (site Internet...) et de la mutualisation de certains équipements (parkings communaux...).



Coût et efficacité

Le coût de la politique de covoiturage de Lille Métropole reste modeste au regard de ses impacts potentiels. Les principaux postes budgétaires sont :

- La création du site et des outils de communication de base sont inscrits dans la DSP transport. Un complément de 60k€ d'outils de communication sera sans doute nécessaire (avec 15 à 20k€ supplémentaires par an environ) pour développer des outils de communication spécifiques.
- Une équipe de coordination de 1 à 2 personnes aura un coût annuel de l'ordre de 50 à 80k€ La mobilisation d'une équipe dédiée à des opérations ciblées sur des zones d'activité propices au covoiturage représenterait un coût annuel de 200k€ (4 zones d'activité par an) pendant 3 à 4 ans.
- L'aménagement de parkings représenterait un investissement d'environ 5 à 10M€ à l'échelle de l'ensemble de la région urbaine pour les déplacements liés à Lille Métropole. Ces coûts seront diminués en les articulant avec des stationnements existants et en mutualisant des solutions existantes.

Avec un objectif de 24 000 covoitureurs sur 97 000 salariés parcourant plus de 20km aller pour se rendre au travail depuis ou vers la Métropole, le covoiturage pourrait représenter :

- 850 000 kilomètres parcourus par jour en moins sur le territoire de Lille Métropole.
- 187 Millions de kilomètres parcourus par an, soit 35 000 tonnes de CO² en moins par an.
- Une économie moyenne de 2 700€ par an pour un covoitureur régulier parcourant 30km pour se rendre sur son lieu de travail (sur la base d'un coût moyen de 0,35€ par km) et 900€ sur la seule base du carburant.

Ramené au nombre de covoitureurs, au volume de déplacements et surtout aux distances parcourues, **le coût public reste modeste :**

- Environ **30€ par an et par covoitureur** (pour l'essentiel lié au stationnement et à l'animation) quand le coût de transport scolaire d'un collégien tourne autour de 1 000€ par an et le coût public d'aménagement de la route de 400€ par an par véhicule possédé sur le territoire métropolitain.
- Ramené au km parcouru, le coût public du covoiturage est faible, de l'ordre de 0,4 centimes d'euro par km.

CE QU'IL FAUT RETENIR

- **Cibler les déplacements domicile-travail longs.** C'est sur les déplacements travail (déplacements réguliers), de plus de 20km (l'enjeu financier justifie la contrainte supplémentaire) que le potentiel a été identifié comme le plus important. Ce potentiel a été évalué à 24 000 covoitureurs.
- **Travailler à la bonne échelle** (celle de 20 à 50 km de rayon) en associant tous les partenaires (Conseils généraux, Conseil Régional, Etat, CCI...) et territoires voisins,
- **Mettre l'accent sur l'animation du dispositif dans les zones d'activité.** Une douzaine de secteurs d'activités périphériques de 1 000 à 16 000 salariés ont été identifiés comme cibles potentielles.
- **Une approche intensive par concentration des efforts:** pour réussir une opération, il est indispensable de réussir vite et d'inscrire le maximum de covoitureurs sur un site donné (idéalement 5 à 15 000 salariés) dans un temps limité (4 à 8 semaines).
- **Expérimenter, évaluer, déployer:** la stratégie choisie est de commencer par une expérimentation grandeur nature sur le CRT de Lesquin (16 000 salariés, situé en périphérie) présentant toutes les conditions favorables au développement du covoiturage.