

Les agences locales de mobilité

Outil d'ancrage territorial du management de la mobilité

Ses missions d'expertise en matière de mobilité durable et d'accompagnement des projets innovants ont amené l'ARENE à s'impliquer dans le montage et le développement en Ile-de-France de quelques agences locales de mobilité (ALM). Ainsi, dès 2002, l'agence a pu contribuer aux premières réflexions de structures (collectivités locales ou associations) portant sur le management de la mobilité en réponse aux besoins locaux. Des initiatives similaires ont émergé en France et en Europe.

Afin de mieux connaître et d'analyser l'ensemble de ces expériences, l'ARENE a réalisé un diagnostic finalisé en 2008. L'analyse des résultats d'enquête menée auprès des agences existantes et en projet a permis une caractérisation de ces structures et la mise en évidence d'enseignements utiles pour une dissémination en Ile-de-France. En particulier, ce travail a permis d'aboutir à une proposition de définition co-construite avec les porteurs d'ALM mais également avec des acteurs institutionnels du transport.

DES PRATIQUES AU CONCEPT

L'agence locale de mobilité (ALM) est un outil pour ancrer au cœur des territoires une politique de management de la mobilité. Elle permet de coordonner et mutualiser les moyens (humains, techniques, financiers) mis en place pour mener des actions sur un territoire, à partir d'un lieu physique d'accueil et d'une équipe de conseillers en mobilité.

Une vocation durable

L'ensemble des services et actions contribuant au management de la mobilité, en l'occurrence une ALM, a pour vocation, et ce en accord avec les enjeux (énergie, climat, santé, solidarité...) et les principes (participation, évaluation, transversalité...) du développement durable :

- de faciliter l'accès pour tous à une mobilité alternative,
- d'accompagner les changements de pratiques et de comportements en matière de déplacement pour passer du tout voiture à la multimodalité.

Concrètement, une ALM peut contribuer sur le territoire où elle intervient à :

- encourager et faciliter l'usage des modes alternatifs existants à travers de la sensibilisation, du conseil, des formations...
- développer l'offre par de nouveaux services complémentaires (centrale de covoiturage, location de vélos...),
- développer et faciliter l'intermodalité, en particulier en améliorant l'information des publics ou en gérant des services de gardiennage de vélos à proximité des pôles de transport.



Agence Bougez fûté
Paris 13^e





Action de sensibilisation,
Agence Écomobilité, Chambéry (73)

À QUOI RECONNAÎT-ON UNE ALM ?

- L'ALM se caractérise par un lieu physique d'accueil > un service de proximité (agence, bureau, permanences...).
- L'ALM est animée par des conseillers en mobilité > une équipe qui accueille et apporte du conseil sur mesure.
- L'ALM propose plusieurs services sur plusieurs modes > un pôle multiservice (location, information, conseil...) et multimodale (vélo, marche, covoiturage...).
- L'ALM s'appuie sur une optimisation de l'existant et joue un rôle d'interface (usagers / opérateurs / décideurs...) > coordonne et met en réseau les acteurs d'un territoire, établit des partenariats entre acteurs (offre proposée en fonction de l'existant, des besoins, des logiques d'acteurs et de compétences).

Les publics ciblés

L'ALM peut intervenir directement auprès des usagers de transports ou auprès d'organismes publics ou privés générateurs de trafic. Quatre catégories de destinataires prioritaires ont été identifiées :

- les personnes physiques ayant des besoins de déplacements : le grand public ou des catégories de publics spécifiques (étudiants, habitants, employés, personnes en difficulté d'insertion, personnes à mobilité réduite, touristes...),
- les employeurs, générateurs de déplacements : entreprises et administrations,
- les acteurs de services publics confrontés à des problèmes de mobilité de leurs usagers (par exemple les acteurs de l'emploi et de l'insertion dans le cadre de l'accompagnement de personnes en situation d'insertion professionnelle),
- les collectivités territoriales porteuses des politiques de déplacements (éco-mobilité scolaire, PLD...).

Information et conseil
personnalisé
Agence Bougez fûté,
Paris 13^e

L'offre de services

Les **services ou actions** généralement mis en place peuvent être ramenés à **deux types** :

- les services favorisant un usage autonome et optimisé des réseaux existants ;
- les services apportant une nouvelle offre de transport alternatif.

L'ALM propose une offre reposant en priorité **sur cinq grands champs** qui constituent son cœur de métier :

- **l'information multimodale** (sur les itinéraires tout mode) : **la base de l'ALM !**
- **la sensibilisation** à travers des outils et des actions de communication et de pédagogie adaptés pour une prise de conscience : **le rôle transversal de l'ALM !**
- **le conseil en mobilité** pour inciter et aider les destinataires à rationaliser leurs choix à partir d'un diagnostic partagé : **la spécialité de l'ALM !**
- **des moyens de transport alternatifs** à la voiture solo (covoiturage, location de vélos et de véhicules, autopartage...) : **le plus de l'ALM !**
- **les services facilitant l'accès et l'usage** des transports alternatifs : formation, ventes de titres, gardiennage et entretien de vélos... **les variables !**

Formation à la pratique
du vélo en ville
Agence Bougez fûté,
Nanterre (92)



LES RETOURS D'EXPÉRIENCES

Présentation des ALM recensées

L'étude réalisée par l'ARENE en mai 2007 a permis de recenser seulement cinq ALM en France dont une agence francilienne à Nanterre, mais de nombreux projets (une douzaine dont les trois quarts en Ile-de-France) à l'état d'avancement variable.

Depuis l'enquête, un des projets a abouti à la création d'une agence dans le 13^{ème} arrondissement de Paris, l'agence Bougez futé portée par l'association Voiture & co.

LES ALM RECENSÉES EN MAI 2007

| Les ALM | Porteur | Échelle territoriale | Particularité / originalité |
|--|------------------------------|--------------------------|---|
| Agence Bougez futé du Petit Nanterre | Association Voiture & co | Échelle du quartier | Des services au plus près des usagers : implantation principale dans une gare RER et quatre permanences locales (Université, restaurant inter-entreprises, centre social, Maison de l'emploi et de la formation). |
| Agence Bougez futé de Marseille | | Quartier universitaire | Des services et du conseil dédiés aux étudiants et au personnel de l'Université, et aux entreprises via une agence localisée sur une zone très enclavée. Projet d'élargir l'échelle d'intervention à l'intercommunalité. |
| Agence Bougez vers l'emploi à la Ciotat | | Territoire intercommunal | Positionnement en direction des publics en parcours d'insertion ou en recherche d'emploi. Rôle de conseil en mobilité en amont (diagnostic) et relais vers des acteurs locaux existants. |
| Agence écomobilité de Chambéry | Association | Territoire communal | Partenariats avec les acteurs publics pour le développement de PDE. Développement d'un panel de services et de conseil en mobilité. Équipe de 10 salariés. |
| La Maison de la mobilité du Sicoval à Labège | Syndicat de transport Tisseo | 36 communes du Sicoval | Expérimentation pendant deux ans initiée par la Communauté d'agglomération du Sicoval. Implantation dans une zone d'activités avec une offre de services adaptés aux salariés (recherche d'itinéraires, vente de titre, location de vélos, covoiturage) et aux employeurs (diagnostic, recommandation, sensibilisation, actions...). Organisation de conférences-débats ouvertes aux publics de la Maison de la mobilité (« les mardis de la mobilité »). |

Les grandes tendances

La majorité des ALM existantes est portée par des associations alors que les projets repérés sont davantage initiés par des collectivités.

Le territoire d'intervention concerne en général un groupement intercommunal, mais l'échelle du quartier est privilégiée par certaines agences.

La taille de ces structures est modeste puisqu'elles comptent en moyenne deux à quatre salariés ; le recours aux emplois aidés est quasi systématique. La majorité des ALM présente une offre de services construite de manière analogue et structurée principalement autour de trois bénéficiaires :

- de l'information multimodale, du conseil personnalisé et la mise à disposition de moyens de transports alternatifs à l'auto-solo (vélo et covoiturage) pour le grand public,
- de la sensibilisation et du conseil (Plans de Déplacements d'Entreprise) pour les entreprises,
- de l'observation des déplacements et du conseil (Plans de Déplacements d'Établissement scolaire) pour les collectivités.

Des besoins communs pour assurer un développement de leurs activités

Les sources de financements : c'est une préoccupation forte quels que soient leur statut et leur budget, notamment pour la pérennisation des emplois créés, qui s'exprime à travers la recherche de nouveaux partenariats et le développement de prestations.

L'évaluation des actions : les structures ont mis en place des outils de suivi des réalisations (nombre de visites, d'actions, ...) mais n'évaluent pas les résultats et les impacts plus difficiles à apprécier (en terme de report modal par exemple).

La formation : le métier de conseiller en mobilité est nouveau et il n'existe pas de formation dédiée initiale ou continue. Chaque agence est donc amenée à développer sa propre formation en interne.

La création d'outils clés en main, notamment à destination des entreprises : les agences développent leurs propres outils mais sont conscientes de l'intérêt à mutualiser des moyens pour disposer d'outils communs, favorisant une crédibilité vis-à-vis des acteurs privés.



CRÉER LES CONDITIONS FAVORABLES POUR UN PROJET PÉRENNE

Agir en partenariat

Le montage et l'exploitation d'une ALM, ainsi que le succès de ses actions, nécessitent de recourir à des partenariats, plus ou moins formels, avec des acteurs publics et privés. Au-delà des financements et des aides en nature (locaux d'activité, équipements...), ces partenaires constituent aussi des relais de communication, des lieux d'expérimentation, des collaborations pour le développement d'une offre...

Faire évoluer son offre

L'ALM doit être à l'écoute des usagers et être en capacité de mettre en place rapidement des actions nouvelles pour pallier un manque (de formation par exemple), corriger un dysfonctionnement ou répondre à un nouveau besoin (adaptation de l'offre et information), réorienter des habitudes (campagnes de communication par exemple).

Se donner les moyens d'évaluer

L'ALM doit suivre au plus près son action afin d'en mesurer les résultats en termes d'impact, d'efficacité et d'efficience.

C'est primordial pour être capable :

- d'anticiper l'évolution des besoins et modifier l'offre,
- de déceler des problèmes de fonctionnement ou d'adaptation à la demande,
- de fiabiliser les partenariats sur le long terme en adoptant une démarche transparente et en valorisant ses résultats positifs.

Miser sur le conseil en mobilité

Les retours d'expérience d'ALM montrent le rôle essentiel du conseiller en mobilité dans l'animation d'un réseau d'acteurs, via les plans de déplacements, les actions de sensibilisation et son rôle médiateur et fédérateur autour de questions de mobilité.



Agence Bougez fûté,
Nanterre (92)

CONTACTS

> ARENE Ile-de-France :

Christelle Insergueix,

Chargée de mission développement
économique et emploi
ch.insergueix@areneidf.org

Céline Meunier,

Chargée de mission Mobilité
c.meunier@areneidf.org

> Voiture & co

Florence Gilbert,

Directrice
fgilbert@voitureandco.com
www.voitureandco.com

> Agence Ecomobilité à Chambéry

Gilles Boisvert,

Directeur
gilles.boisvert@agence-ecomobilite.fr
www.agence-ecomobilite.fr

> Maison de la mobilité de Labège **Marie-Régine Bardoux,**

Responsable
contact.maisonmobilitelabège@tisseo.fr
www.maisondelamobilite.org

POUR EN SAVOIR PLUS

> *Agences locales de mobilité : diagnostic et perspectives de développement* - Rapport final d'étude, ARENE, 2008

> *Agences locales de mobilité : cadre juridique de développement en Ile-de-France* - Rapport d'expertise juridique, ARENE, 2008

> *Conseil en mobilité : une nouvelle mission, un nouveau métier* - CERTU, 2003

> *Mobilité et insertion : quels leviers pour une action locale ?* - Compte-rendu de rencontre du RESE, ARENE, 2008

> *Quels missions et métiers pour le conseil en mobilité ?* - Fiche technique, ARENE, 2007

> *La Maison des Transports de Voiture & co, un service de proximité pour une mobilité durable* - Fiche technique, ARENE, 2006

> Sites internet à consulter
www.areneidf.org
www.plan-deplacements.fr
www.certu.fr
www.epomm.org



Agence régionale de l'environnement
et des nouvelles énergies
94 bis avenue de Suffren - 75015 Paris
Tél. : +33 (0)1 53 85 61 75 - Fax : +33 (0)1 40 65 90 41

www.areneidf.org

Rédaction : Christelle Insergueix et Céline Meunier, Arene Ile-de-France - **Coordination éditoriale :** Muriel Labrousse, assistée de Pascale Gorges - **Crédits photos :** Christophe Petit-Tesson et l'«Agence Écomobilité» de Chambéry