

Un plan de mobilité d'entreprise ?

C'est le bon moment !

**Initiez
votre plan
de mobilité
d'entreprise !**

**Manuel d'aide
à la mise en œuvre
pour les employeurs
du canton de Vaud**



Sommaire

Introduction 4

1 Lancement 5

- 1.1 Quel est le besoin d'intervention? 5
- 1.2 Comment s'organiser? 5

2 Diagnostic 7

- 2.1 Etablir un diagnostic 7
- 2.2 Comment procéder? 7

3 Enquête 7

4 Plan d'action 8

- 4.1 Définir des objectifs 8
- 4.2 Choix des mesures 8
- 4.3 Comment procéder? 9

5 Mise en œuvre 10

- 5.1 Concrétisation 10
- 5.2 Communication 10
- 5.3 Comment procéder? 10

6 Evaluation et suivi 11

- 6.1 Avantages d'un suivi régulier 11
- 6.2 Comment procéder? 11

Introduction

Toutes et tous acteurs d'une mobilité durable

Votre entreprise souhaite réduire ses émissions de CO₂ liées aux déplacements quotidiens du personnel, résoudre un problème concret d'accessibilité et renforcer son attractivité? Une solution se présente à vous: la création d'un plan de mobilité.

Ce manuel est destiné à tous les employeurs du canton de Vaud qui souhaitent se lancer dans un plan de mobilité d'entreprise. Il propose une méthodologie et des outils d'aide à la mise en œuvre.

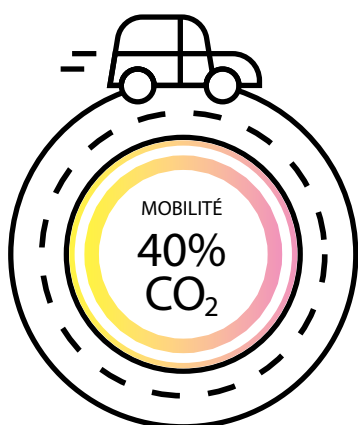
Bien pensé, le plan de mobilité d'entreprise permet d'obtenir de grands effets à des coûts raisonnables, grâce à des mesures ciblées et combinées. Les employeurs publics et privés contribuent à réduire et fluidifier le trafic.

Une telle démarche positionne l'entreprise comme un employeur attractif et responsable.

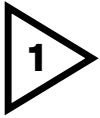
Concrètement, cette démarche apporte des bénéfices sur les plans :

- **économique** : réduction des coûts liés au stationnement, à l'indemnisation des déplacements professionnels ou à la gestion d'une flotte de véhicules, optimisation du temps passé dans les transports, optimisation des surfaces productives, diminution de la consommation d'énergie, etc.
- **social** : meilleure qualité de vie pour le personnel qui bénéficie de conditions de travail et de solutions de mobilité flexibles, équité de traitement entre usagers de différents moyens de transport.
- **environnemental** : réduction des émissions de CO₂ par une diminution du trafic routier, diminution des surfaces bétonnées, etc.
- **sanitaire** : amélioration de la qualité de l'air et réduction du bruit généré par les déplacements motorisés.

Le Canton de Vaud encourage toutes les entreprises publiques et privées à réaliser un plan de mobilité, quels que soient leur localisation et leur secteur d'activités. Retrouvez l'ensemble de nos conseils sur: www.vd.ch/plan-mobilite



Dans le canton de Vaud, 40% des émissions de CO₂ sont issues de la mobilité dont la quasi-totalité est liée à l'utilisation de la voiture. Celle-ci est utilisée pour un déplacement domicile-travail sur deux et deux déplacements professionnels sur trois.



Lancement (étape 1)

L'étape de lancement est décisive pour la réussite de la démarche. Avant même de commencer, il est central de trouver les arguments pour convaincre votre direction ou votre personnel de la nécessité d'agir et de construire une structure de travail solide.

1.1 Quel est le besoin d'intervention ?

Les raisons d'entreprendre un plan de mobilité et les bénéfices potentiels sont nombreux. L'important est d'identifier les opportunités qu'il représente pour votre entreprise, par exemple :

Anticiper ou résoudre une situation problématique :

- Difficulté d'accès à l'entreprise
- Manque de places de parc
- Tensions avec le voisinage (par ex. circulation, parking sauvage)
- Dépassement des normes environnementales
- Obligation de réaliser un plan de mobilité (par ex. dans le cadre d'un permis de construire)
- Déménagement
- Augmentation des effectifs

Répondre aux attentes ou demandes du personnel :

- Parking vélos, douches ou casiers
- Participation aux frais de déplacement domicile-travail (abonnement ou achat d'un vélo)
- Possibilité de télétravail
- Véhicules ou vélos d'entreprise électriques

Objectiver l'impact de la mobilité et ses coûts pour l'entreprise :

- Kilomètres parcourus par moyen de transport
- Emissions de CO₂
- Coûts directs (frais de déplacement, de construction, de stationnement, etc.)
- Coûts indirects (temps de déplacement, gestion, etc.)

Intégrer le plan de mobilité à un projet stratégique :

- Agrandissement ou déménagement
- Croissance des effectifs
- Bilan carbone
- Processus de labellisation et de certification (ISO, RSE, etc.)
- Politique de recrutement

.....

1.2 Comment s'organiser ?

Un plan de mobilité est une démarche d'accompagnement au changement dans la durée. Mettre en place une structure de projet pérenne dès le début augmente vos chances de succès.

1- Identifiez vos opportunités d'agir et construisez votre argumentaire :

- Quels sont les problèmes rencontrés et leur degré d'urgence ?
- Quels sont les points faibles à améliorer ?
- Quels changements sont souhaitables, voire indispensables ?
- Quels sont les risques liés à l'inaction ?

2– Définissez une structure de travail en précisant les responsabilités de chacun·e :

- Un comité de pilotage décisionnel qui inclut les principaux services de l'entreprise (RH, infrastructures, finances, santé, sécurité, environnement, communication, etc.)
- Un groupe de travail composé des différents corps de métier et niveaux hiérarchiques de l'entreprise qui formule des propositions à la direction
- Un groupe d'utilisateur·ère·s pour solliciter l'avis du personnel
- Un·e chef·fe de projet, qui porte le plan de mobilité avec le soutien de la direction

3– Définissez votre calendrier de travail, vos objectifs et le rythme de vos rencontres afin d'assurer un bon avancement du projet

4– Allouez un budget au plan de mobilité en distinguant :

- Les coûts d'élaboration du plan de mobilité en cas d'externalisation à un bureau spécialisé
- Les coûts de mise en œuvre du plan de mobilité : à définir durant la phase d'élaboration en fonction des mesures retenues

5– Identifiez pour chaque étape d'élaboration du plan de mobilité dans quel domaine vous aurez ou non besoin d'un appui extérieur, par exemple :

- Communication
 - Analyses d'accessibilité
 - Sélection des mesures
 - Choix de prestataires
 - Estimations financières
- NB: Le choix dépendra du temps et du budget à disposition, de l'expérience dans le domaine de la mobilité et des compétences pouvant être sollicitées à l'interne ou la nécessité de s'appuyer sur un·e expert·e externe.

6– Créez une dynamique de projet positive :

- Informez et impliquez les acteurs-clés de l'entreprise
- Donnez une identité au projet
- Marquez le lancement avec une action visible et attractive pour l'ensemble du personnel

2 Diagnostic (étape 2)

2.1 Etablir un diagnostic

L'objectif est de connaître le profil mobilité actuel de l'entreprise, c'est-à-dire d'identifier ses forces et ses faiblesses en matière de:

- Accessibilité du ou des sites (en voiture, en transport public, à vélo, à pied)
- Comportement des collaborateur·trice·s en matière de déplacements et de travail à distance
- Coûts liés aux déplacements
- Mesures déjà prises
- Améliorations possibles

2.2 Comment procéder?

Le diagnostic permet de poser un bilan des points forts et faibles de l'entreprise en matière de mobilité. Pour répondre aux questions, des données en lien avec la mobilité devront être rassemblées auprès de différents services de l'entreprise. Pour aller plus loin, demandez conseil ou l'appui d'un prestataire spécialisé ou encore, téléchargez un modèle de formulaire de diagnostic Excel, mis à votre disposition sur la page internet présentée ci-contre.

3 Enquête (étape 3)

Pour approfondir le diagnostic, une enquête mobilité auprès de votre personnel est peut-être utile. Un modèle de sondage vous est proposé.

Un formulaire en ligne ou papier (selon vos besoins) peut être aussi créé et diffusé à l'interne.

En complément aux renseignements obtenus lors du diagnostic, l'enquête permet par exemple d'obtenir des précisions sur les modes de déplacements utilisés, ainsi que les souhaits ou contraintes du personnel. Comme alternative, ou en supplément, certaines entreprises choisissent de mettre en place des groupes d'utilisateurs en charge de faire remonter les besoins et avis de leurs collègues.

Accéder au formulaire de diagnostic et au modèle de sondage:



www.vd.ch/plan-mobilite-outils



Plan d'action (étape 4)

4.1 Définir des objectifs

Le diagnostic, complété ou non par une enquête, met en évidence les potentiels d'amélioration en matière de mobilité et constitue une base pour fixer vos objectifs. Ces objectifs, de préférence quantitatifs, permettront d'évaluer les effets des actions menées et, au besoin, d'en redéfinir le contenu. Les objectifs devraient être associés à des indicateurs (par ex. nombre d'automobilistes, utilisation du parking vélo, etc.) afin d'en vérifier leur atteinte ou leur évolution au cours des années suivant la mise en œuvre du plan de mobilité.

.....

4.2 Choix des mesures

Votre **diagnostic** est établi et vos **objectifs** sont fixés. Il est temps de passer à l'action et de sélectionner les **mesures** adéquates. Celles-ci touchent différents domaines d'action: les modes et offres de transport, la gestion dynamique de la mobilité de votre entreprise, la communication et l'information active et continue à vos employé·e·s, l'optimisation et l'organisation de vos ressources, etc.

A noter que l'expérience montre qu'un plan de mobilité efficace intègre pleinement le stationnement, à savoir:

- 1. Un dimensionnement de l'offre** tenant compte des alternatives à la voiture disponibles et de leur potentiel d'utilisation dans votre entreprise.
- 2. Une gestion du stationnement** qui vous permet d'attribuer vos places de parc en priorité à ceux qui n'ont réellement pas d'alternative.
- 3. Une tarification du stationnement adaptée** à votre localisation qui incite personnel et personnes externes à se poser la question du choix de leur moyen de transport.

Les mesures liées au stationnement doivent être couplées à d'autres et adaptées aux spécificités de l'entreprise. Une démarche exhaustive, regroupant un grand nombre de mesures de natures diverses, aura plus de chance de dégager des effets.

Accéder au catalogue de mesures:



www.vd.ch/plan-mobilite-mesures

4.3 Comment procéder ?

- **Orientez-vous sur le contenu** du diagnostic, les problèmes mis en évidence et les objectifs que vous vous êtes fixés : quelles sont les mesures qui y répondent le mieux ?
- Pour chaque mesure, **identifiez les acteurs concernés** et intégrez-les le plus tôt possible à la discussion. Discutez des coûts de ces mesures, de leur mode de financement et définissez un calendrier de réalisation.
- **Construisez un programme d'actions** avec différentes étapes ainsi qu'un planning de mise en œuvre.
- **Prévoyez un budget** et un mode de financement :
 - ▶ Combien coûte la mesure ?
 - ▶ Quelles sont les sources de financement ?
 - ▶ Est-il possible de financer certaines mesures par les recettes dégagées par d'autres (notamment la taxation du stationnement) ?
- **Formez des paquets de mesures** pour renforcer la visibilité et l'effet des actions prises : par thèmes ou par types de mesures (informer, inciter, contraindre).
- **Consultez les employé·e·s** permet de tenir compte de leurs besoins ; soyez à l'écoute de leurs propositions de mesures et augmentez l'acceptation de ces mesures lorsqu'elles seront mises en œuvre.

5

Mise en œuvre (étape 5)

Maintenant que vous avez retenu une sélection de mesures et défini le plan d'action, il s'agit de concrétiser le plan de mobilité, et de le faire connaître et adopter par le personnel de l'entreprise.

5.1 Concrétisation

Lors de cette étape, il est question de mettre en œuvre les mesures retenues en convenant de solutions appropriées auprès des prestataires concernés, par exemple :

- entreprises de transports publics (CFF, TL, TRAVYS, etc.) et Mobilis : offres spécifiques destinées aux entreprises
- entreprise de carsharing (Mobility) : solutions pour les déplacements professionnels
- revendeurs/réparateurs de vélos : mise à disposition de flottes de vélos de service

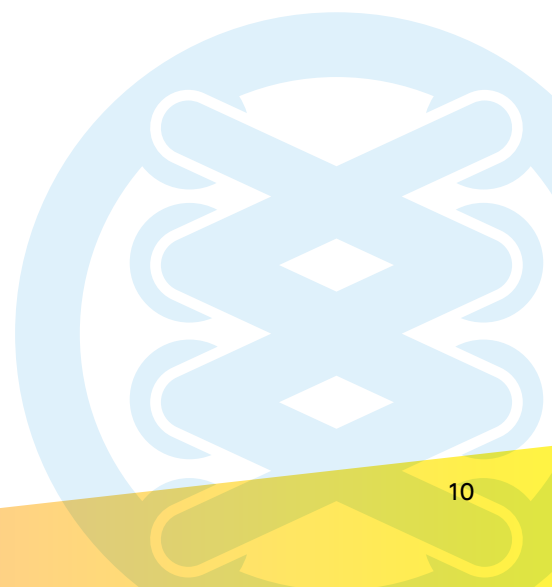
.....

5.2 Communication

Dès le début de la démarche de plan de mobilité, il est important de tenir vos employé·e·s informé·e·s, que cela soit sur les objectifs, la structure de projet ou encore la manière dont le plan de mobilité va se déployer, afin de favoriser leur adhésion. Le lancement du plan de mobilité sera également à prévoir afin de faire connaître et comprendre les mesures retenues, y compris les moins populaires comme celles touchant au stationnement.

5.3 Comment procéder ?

- **Convenez des offres** sur mesure avec les prestataires de mobilité
- **Inaugurez le plan de mobilité** pour que le personnel se l'approprie
- **Communiquez régulièrement** (une fois par trimestre est un bon rythme, mais au moins une fois par année). Pensez à informer sur les nouvelles mesures ou les nouvelles offres : changement d'horaires ou augmentation des fréquences des transports publics, par exemple
- **Informez** les nouveaux et nouvelles collaborateurs·trices





Suivi, évaluation et adaptation (étape 6)

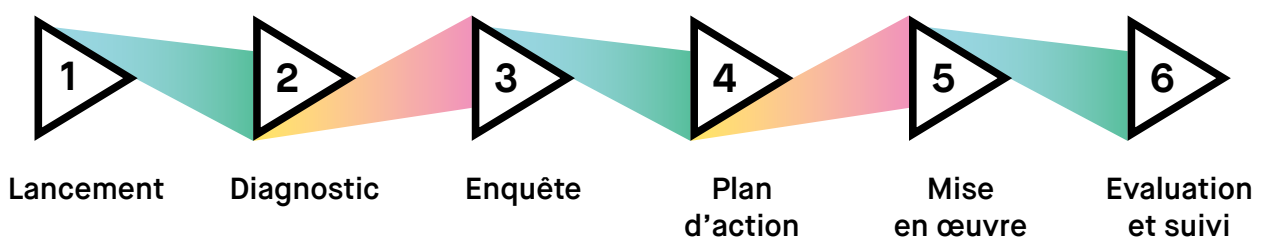
Au cours des étapes précédentes, vous avez établi un diagnostic et fixé des objectifs à atteindre. La réalisation d'un plan de mobilité est un processus continu et itératif. Il s'agit donc de l'évaluer régulièrement et, au besoin, de le réorienter.


6.1 Avantages d'un suivi régulier

- Un suivi régulier vous permettra de :
- **Vérifier** l'effet des mesures prises et l'atteinte des objectifs fixés
 - **Planifier** la suite de la démarche : des problèmes subsistent-ils ? De nouveaux problèmes sont-ils apparus ? Quels potentiels peuvent être encore exploités ?
 - **Justifier** la démarche, en interne (direction, personnel) et vers l'extérieur (collectivités publiques et groupes d'intérêt)

6.2 Comment procéder ?

- **Refaire** un diagnostic de la situation
- **Vérifier** si les objectifs sont atteints, grâce aux indicateurs prédéfinis à l'étape de lancement
- **Comparer** les résultats obtenus («avant-après»)
- **Identifier** les marges de progression, fixer de nouveaux objectifs et la suite des mesures à prendre : le processus recommence.





Rédaction : Direction générale de la mobilité et des routes (DGMR)

Conception graphique : NOW - agence de communication

Edition : mars 2024

