

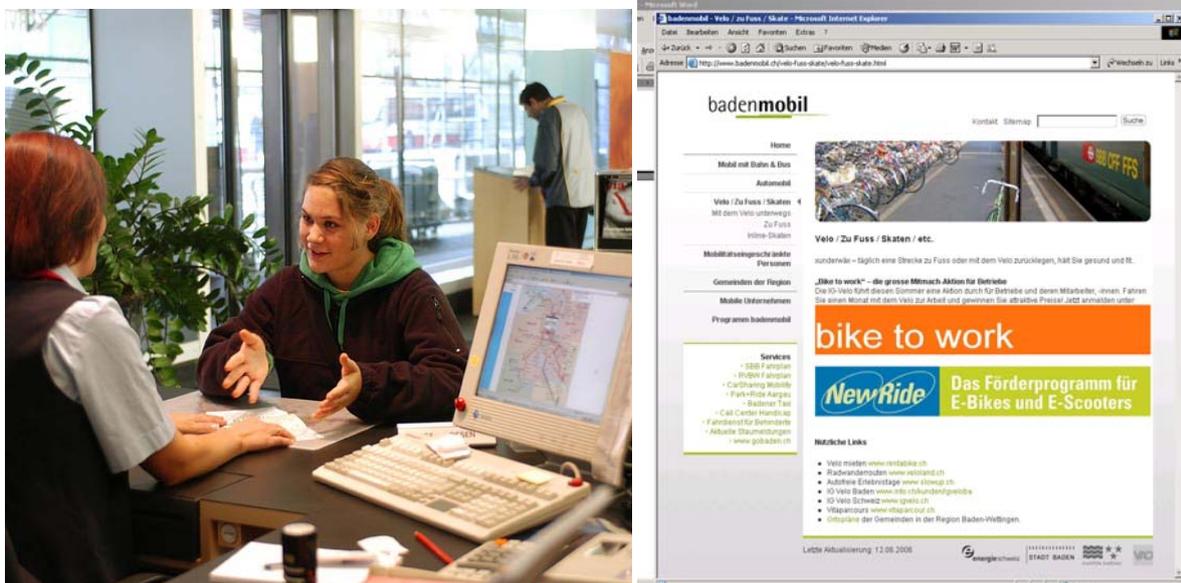
Cas pratique  
CENTRALE DE MOBILITE –  
Information et conseils  
concernant la mobilité



Etabli le: 21.08.2006  
Actualisé le: 04.08.2008

Soutenu par:  **suisse énergie**

## Aperçu



*Centrales de mobilité – Conseils personnels et sur Internet*

Nos besoins en matière de mobilité sont de plus en plus exigeants et complexes, que ce soit pour aller travailler, pour faire nos achats ou pour nos activités de loisirs. Pratiquement plus personne ne se déplace exclusivement en voiture, en bus, en vélo ou à pied. La plupart du temps, les déplacements nécessitent une combinaison de plusieurs modes de locomotion.

Les centrales de mobilité informent et conseillent les particuliers et les organisations grâce à un contact personnel ou par le biais d'Internet, afin qu'ils puissent atteindre leur destination rapidement, confortablement et dans le respect de l'environnement.

### L'exemple de la centrale de mobilité de Baden

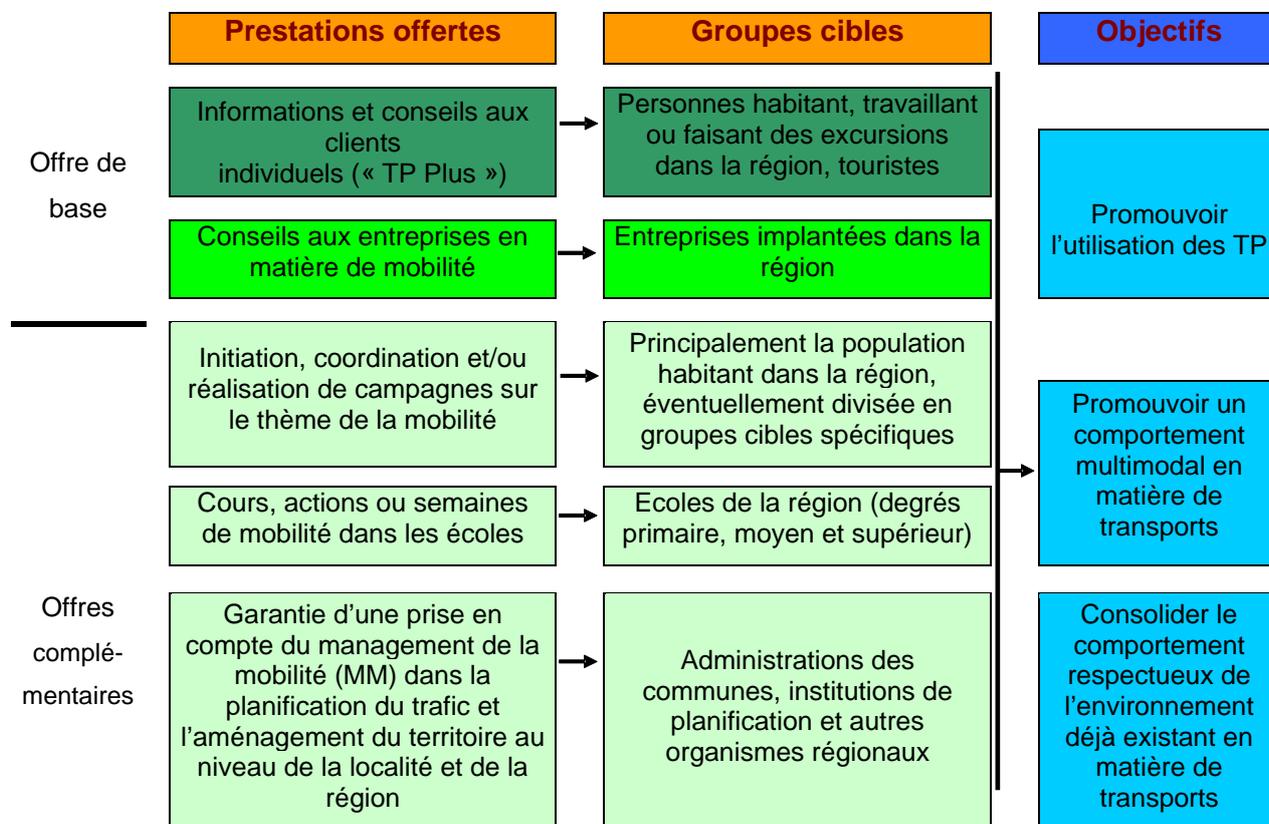
La centrale de mobilité (CM) badenmobil propose, dans son bureau d'information de la place de la gare (Bahnhofplatz 1) à Baden (AG) ainsi que sur le site Internet <http://www.badenmobil.ch> des informations et des conseils concernant la mobilité dans la région de Baden-Wettingen. Ces services de la CM badenmobil sont offerts en partenariat par les entreprises de transports régionaux Baden-Wettingen (Regionale Verkehrsbetriebe Baden-Wettingen, RVBW) et la ville de Baden (office du tourisme Info Baden).

La centrale de mobilité badenmobil est financée conjointement par le canton d'Argovie (Département des constructions, du trafic et de l'environnement, Service du trafic) et un partenariat régional (communes de la

région de Baden). D'importants moyens ont en outre été mis à disposition par la ville de Baden, l'association des transports d'Argovie Est (Verkehrsverband Aargau Ost, VAO), le canton d'Argovie, SuisseEnergie et les RVBW lors de la conception et de la mise en œuvre de ce projet.

D'autres centrales de mobilité sont déjà opérationnelles ou en train d'être mises sur pied, notamment à Berne, Bienne, Berthoud, Thoun et Zoug.

## Description



*Services offerts par la centrale de mobilité badenmobil, groupes ciblés et objectifs (voir les explications sous « Offre »)*

## Contexte

La ville de Baden compte environ 16 000 habitants et 24 000 salariés. Baden est bien intégrée dans le réseau des transports publics et également très accessible au trafic individuel motorisé grâce aux raccordements à l'autoroute A1 à Baden Dättwil et Neuenhof. Marquée par les problèmes liés au tunnel du Baregg sur la A1 dans les années 1980 et 1990, la ville a ancré la gestion de la mobilité dans son plan d'aménagement 1998. C'est dans ce contexte qu'est né le programme badenmobil, dont un des projets partiels a défini les bases de la centrale de mobilité. La politique des transports définie est détaillée dans le modèle de trafic 2005 de la région de Baden (<http://www.baden-regio.ch>).

Etant donné la diversité et la complexité des offres dans le domaine des transports publics et de la mobilité combinée, il n'est aujourd'hui pas facile, pour l'utilisateur, de déterminer les offres, les correspondances et les billets les mieux adaptés à ses besoins et d'avoir une vue d'ensemble sur les possibilités de combinaison des différents

services. De plus, les concepts novateurs, tels que la mobilité combinée ou les offres de CarSharing, ne sont pas encore assez connus: cela entraîne un manque à gagner pour les exploitants et une sous-utilisation du potentiel d'optimisation de la mobilité.

Grâce à ses services, la CM contribue à mieux faire connaître les offres de mobilité disponibles (billets, liaisons) ainsi que les infrastructures existantes auprès des usagers, et en particulier les moyens de transports respectueux de l'environnement (train, bus, vélo, marche à pied) et leurs combinaisons – y compris avec la voiture – afin qu'ils soient utilisés plus souvent et de manière plus efficace. La CM aide les groupes cibles à optimiser leur comportement en matière de mobilité et à avoir une vue d'ensemble des combinaisons possibles entre les différentes offres.

## Offre

La CM badenmobil est constituée de deux parties, l'une physique (le bureau de la CM), l'autre virtuelle (la plateforme internet), étroitement liées et complémentaires. Y participent, outre la commune centrale de Baden dans laquelle est sise le bureau de la CM, les communes environnantes de la région de Baden (Baden Regio).

**Le bureau de la CM** doit être implanté à un endroit central, bien fréquenté et adapté du point de vue de la mobilité (p. ex. une gare ou une zone piétonne). Il informe et conseille la population sur tous les aspects de la mobilité et des transports dans la région Baden-Wettingen. Il doit comprendre les infrastructures suivantes:

- zone d'attente avec possibilité de s'asseoir
- terminaux d'ordinateur avec accès à la CM virtuelle
- guichets d'information, de conseil et de vente de billets
- possibilités de présentation pour les prospectus, les horaires, etc.
- back-office
- réserve de matériel

La CM doit aussi être atteignable par téléphone, fax et E-mail. Il est en outre souhaitable qu'elle soit située à proximité d'autres services importants pour la mobilité (p. ex. consigne pour les bagages, office du tourisme, agence de voyage, check-in pour les voyageurs prenant l'avion, location de vélos, CarSharing, station de taxi). Des « points extérieurs » décentralisés pourraient également être envisagés.

La **partie virtuelle de la CM** se compose d'une plateforme Internet, sur laquelle sont disponibles toutes les informations importantes concernant la mobilité et qui sert aussi de portail vers d'autres sites Internet ayant un lien avec la mobilité. Le personnel du bureau de la CM peut également utiliser la plateforme Internet en tant qu'outil de travail.

Les cartes interactives qui présentent toutes les informations utiles en matière de mobilité sous forme géospatiale – encore à l'état d'ébauche sur badenmobil – constituent un élément essentiel de la CM virtuelle.

La plateforme Internet de la CM est un élément important pour les communes de la région. En effet, les habitants ont plutôt tendance à chercher les informations concernant la mobilité par le biais de la CM virtuelle. Les communes peuvent donc contribuer à ce que des informations utiles concernant leur commune soient accessibles sur le site Internet de la CM. On peut ainsi les faire collaborer à la CM, voire obtenir une participation au financement.

A Baden, les conditions pour la réalisation d'une centrale de mobilité sont idéales, la ville et la région disposant d'une offre large en matière de mobilité et de bonnes infrastructures. Les activités d'une centrale de mobilité peuvent aussi contribuer à l'amélioration des services. L'**offre de base de la CM** est destinée à la population de la ville et de la région. Dans la CM physique, on trouve du matériel d'information sur la mobilité, notamment des brochures, des flyers, des affiches et des horaires. En cas de besoin, les clients peuvent demander un conseil spécifique personnalisé. On les aide ainsi à trouver le parcours optimal et à choisir le moyen de transport approprié pour un voyage et, s'ils optent pour les transports publics, ils peuvent aussi directement acheter les billets nécessaires. La CM peut aussi fournir à la clientèle des informations sur la mobilité combinée ou l'utilisation de la voiture, par exemple la planification des itinéraires, des renseignements sur l'état des routes ou les possibilités de parking.

L'**offre complémentaire** de la CM badenmobil est destinée aux groupes cibles institutionnels qui, dans leur domaine d'activité, peuvent avoir une influence sur le comportement des usagers en matière de mobilité. A Baden, elle s'adresse en particulier aux entreprises sises dans la région, aux écoles ou aux organisateurs de manifestations. La CM initie ou réalise également des projets visant à susciter une prise de conscience concernant les questions de mobilité (p. ex. par toutes sortes de campagnes de sensibilisation ou des semaines d'action dans les écoles). Le conseil aux entreprises et les activités de la centrale de mobilité offrent également des synergies. Les employés et les employeurs sensibilisés aux questions de mobilité grâce aux conseils qui leur auront été prodigués peuvent avoir une incidence positive sur les activités de la centrale de mobilité.

## Expériences

En juin 2005, la centrale de mobilité badenmobil exploitée conjointement par les RVBW et Info Baden a démarré son activité à l'adresse Bahnhofplatz 1. Dans le cadre de l'offre de base, les collaborateurs traitent les demandes personnelles des visiteurs, mais répondent aussi aux questions posées par téléphone, fax ou E-mail. La centrale de mobilité de la place de la gare accueille quelque 120 visiteurs par jour. Environ deux tiers de ces contacts concernent l'achat de billets pour les transports publics et un tiers des informations ou des conseils concernant les horaires, des renseignements (où se trouve ...? comment puis-je me rendre à ...?), d'autres moyens de transports ainsi que les possibilités de les combiner. Les contacts par fax et par E-mail sont toutefois peu fréquents.

Les informations, constamment actualisées et étendues, concernant les offres en matière de mobilité sur <http://www.badenmobil.ch> sont disponibles depuis début 2005. Après une utilisation plutôt hésitante au cours de la phase de démarrage – avant l'ouverture du bureau de la place de la gare en juin 2005, la fréquence des visites se situait autour de 300 à 400 – les visites sur le site ont commencé à augmenter, d'abord à 700 à 900, puis de manière continue, ceci grâce aux activités de marketing. En mai 2006, on a enregistré environ 1700 visiteurs sur le site Internet. Cette évolution positive est aussi due au fait qu'un nombre croissant de tiers mettent un lien vers badenmobil sur leur site Internet. Le potentiel de l'offre basée sur Internet est élevé et, s'agissant de Baden, il n'est pas encore épuisé.

Les succès obtenus en matière de conseils de mobilité aux entreprises (offre complémentaire) ont beaucoup contribué à l'acceptation actuelle de la centrale de mobilité.

## Profil

### Moyens de transport

- ✓ mobilité piétonne
- ✓ mobilité cycliste
- ✓ mobilité combinée
- ✓ transports publics
- ✓ transports individuels motorisés
- transports de marchandises

### Motifs de déplacements

- ✓ déplacements domicile-travail
- ✓ déplacements pour les achats
- ✓ déplacements pour les loisirs
- ✓ déplacements professionnels
- ✓ déplacements pour rendre service
- ✓ déplacements domicile-école

### Domaines d'action

- ✓ prestation de service
- ✓ marketing
- ✓ management de la mobilité
- planification du trafic et du territoire
- véhicules et équipements

### Importance de la commune

- < 5'000 habitants
- 5'000 – 10'000 habitants
- ✓ 10'000 – 20'000 habitants
- ✓ > 20'000 habitants

### Type de commune adapté au projet

- ✓ ville / agglomération
- commune résidentielle située à l'extérieur d'une agglomération
- ✓ commune à forte densité d'emploi
- commune rurale
- ✓ commune touristique

### Durée de mise en œuvre du projet

- ✓ 6 mois
- ✓ 1 an
- 2 ans
- 5 ans

### Coût d'investissement

- ✓ faible (< Fr. 10'000.--)
- ✓ moyen (Fr. 10'000.-- - Fr. 50'000.--)
- ✓ élevé (> Fr. 50'000.--)

### Frais d'exploitation annuels

- ✓ faibles (< Fr. 5'000.--)
- ✓ moyens (Fr. 5'000.-- - Fr. 20'000.--)
- ✓ élevés (> Fr. 20'000.--)

### Remarques

S'agissant des coûts d'investissement et des frais d'exploitation: ils sont faibles à moyens pour une centrale de mobilité uniquement basée sur Internet et moyens à élevés si l'on exploite en outre une centrale de mobilité « physique ».

## Effets

### Environnement

Une meilleure utilisation des offres de mobilité axées sur des transports respectueux de l'environnement entraîne une diminution de la charge environnementale due au trafic, notamment du bruit et des polluants atmosphériques. Les offres visant à augmenter l'efficacité même en cas d'utilisation des véhicules privés (p. ex. la promotion de cours Eco-Drive) contribuent à réduire la consommation d'énergie et les émissions de CO2.

### Société

Une utilisation et une combinaison plus efficace des offres en matière de mobilité permettent aux usagers de diminuer la durée des trajets tout en améliorant leur confort. Les alternatives à la voiture ont en général pour effet une diminution du risque d'accidents et des frais qu'ils induisent (ceci surtout en cas d'utilisation des transports publics) ainsi qu'une amélioration de la santé, surtout lorsqu'on se déplace en vélo ou à pied.

### Economie

Une augmentation de l'utilisation d'alternatives à la voiture se traduit par une réduction des surcharges du trafic et des bouchons. Cette amélioration contribue à garantir l'accessibilité et la mobilité, deux éléments essentiels pour l'économie. Les informations visant une utilisation plus efficace de la voiture abaissent les coûts de la mobilité tant pour les particuliers que pour les entreprises.

## Outils

### Démarche

La création d'une centrale de mobilité peut être initiée par des commanditaires potentiels (p. ex. un groupement de plusieurs communes, une commune centrale) ou par des fournisseurs d'offres de mobilité – en particulier dans le domaine des transports publics. Un facteur de succès essentiel de la centrale de mobilité est qu'elle soit mise sur pied sur la base d'offres et de structures existantes (voir aussi sous « Financement »).

Selon la situation de départ, les moyens financiers et les besoins, la réalisation peut se faire par étapes. Il est recommandé de commencer par mettre à disposition la plateforme virtuelle de mobilité sur Internet, qui pourra ensuite, dans un deuxième temps, être complétée par une offre « physique ». Dans le cadre d'une réalisation par étapes, des coopérations avec des partenaires financiers (p. ex. des communes, des organisations régionales, le canton, une organisation de commanditaires du domaine des transports publics) et des partenaires d'exploitation (entreprises de transport régional, CFF, cars postaux, office du tourisme) peuvent être mises sur pied. Acquérir les différents partenaires, rassembler les diverses offres existantes et les cultures d'entreprise différentes et les intégrer en une présentation uniforme ayant une identité régionale constitue un défi important.

Outre le processus de mise en œuvre qui s'effectue en parallèle, les contacts et les étapes ci-après sont d'une importance capitale pour les initiateurs et/ou les exploitants de centrales de mobilité:

1. Elaboration d'un concept
2. Budgétisation (investissements et frais d'exploitation)
3. Intégration des partenaires (financement et exploitation)
4. Planification et préparation du marketing
5. Planification, élaboration et préparation d'offres concrètes
6. Formation du personnel
7. Ouverture

### Financement

Le partenariat, respectivement le commanditaire, de la CM badenmobil comprend le canton d'Argovie (Département des constructions, du trafic et de l'environnement, Service du trafic) et un partenariat régional (communes de la région de Baden). Le partenariat approuve le cahier des charges, commande les prestations qui y sont décrites, est responsable du lobbying politique et finance les frais annuels de la CM à parts à peu près égales. La collaboration des exploitants de la CM et l'attribution des moyens financiers obtenus dans le cadre de

la commande sont réglés par un contrat de collaboration.

Les offres et les structures déjà existantes constituent un aspect essentiel en ce qui concerne le financement. Si la CM est exploitée, par exemple, par une organisation du domaine de la mobilité disposant déjà de guichets et d'un personnel formé à cet effet, le coût incrémental des éléments à commander afin de compléter l'offre de la CM peut être réduit à un minimum.

## **Marketing**

La centrale de mobilité est un élément important pour la promotion d'une mobilité efficace. Grâce à son ancrage régional, elle noue avec succès des contacts avec les acteurs et les groupes cibles implantés dans une région et contribue ainsi à faire connaître les offres de mobilité afin qu'elles soient utilisées. Dans ce contexte, le site Internet de la CM, avec des liens vers les partenaires des pouvoirs publics (communes) et de l'économie privée (fournisseurs de services de mobilité, entreprises), joue un rôle important.

Toutefois, le marketing est indispensable pour qu'une activité soit couronnée de succès. Ce n'est que par des efforts de marketing constants, par exemple, par des communiqués de presse ou des annonces publicitaires, mais aussi en participant activement à des manifestations (p. ex. la journée d'action « en ville sans ma voiture » du 22 septembre, un stand sur la mobilité lors de foires ou d'expositions, avec possibilité d'essayer des véhicules électriques) que la CM pourra acquérir un cercle d'utilisateurs suffisamment large.

## Informations complémentaires

Pour en savoir plus:

- <http://www.badenmobil.ch> (site en allemand)
- <http://www.aargaumobil.ch> (site en allemand)

Autres documents à télécharger:

- Divers rapports concernant la centrale de mobilité badenmobil sur: <http://www.badenmobil.ch> → Rubrique « Programm badenmobil » → Mobilitätszentrale (en allemand)
- Informations plus complètes: G. Müller et. al.: « Standards für Mobilitätszentralen », éd.: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, Dortmund 2003. → <http://www.ils-shop.nrw.de/cgi-bin/ilsos/070131.html> (en allemand)

Adresses de contact et fournisseurs:

badenmobil  
Bahnhofplatz 1  
5401 Baden  
056 222 19 19  
[info@badenmobil.ch](mailto:info@badenmobil.ch)

Demandez également conseil aux délégués de Mobilservice PRATIQUE de votre canton:

<http://www.mobilservice.ch/fr/praxis/beratung/kanton.asp>

Responsable de l'élaboration de ce cas pratique

Département Bau, Verkehr und Umwelt (Département des constructions, des transports et de l'environnement)  
Canton d'Argovie, Service des transports  
Entfelderstrasse 22  
5001 Aarau  
Tél. 062 835 33 30  
[aargaumobil@ag.ch](mailto:aargaumobil@ag.ch)

## Galerie de photos

