



ACTION 22 MOB.D

INTÉGRER LA MOBILITÉ À LA VIE DU TERRITOIRE

PRIORITÉ ++++

COÛT €€€€

2021

2027

>> ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

1.3 Inciter les entreprises à réduire leurs consommations

3.1 Développer les mobilités alternatives au « tout-voiture »

4.1 Valoriser les initiatives les plus prometteuses et les projets porteurs de résultats positifs

4.2 Mobiliser et sensibiliser les citoyens

>> ÉTAPES

Temps de l'action, de son lancement à sa mise en œuvre. L'action doit commencer avant 2026, et avoir une ambition 2030 ou plus.

Début de l'action rapide (2021), en lien avec le nouveau réseau express métropolitain et en lien avec l'appel d'offres régional concernant l'ouverture à la concurrence.

2022 : production d'un document unique d'information sur les services de mobilité sur le territoire

2022 : création d'un point conseil mobilité près de la gare de Schirmeck-la-Broque

2023 : action auprès des entreprises pour incitation à réaliser un PDIE

>> ENJEUX

Le développement d'une mobilité moins impactante pour l'environnement permet une amélioration du cadre de vie du citoyen et le développement du territoire. Cependant, la multiplicité des services et leur diversité peuvent parfois être un frein, notamment pour ceux qui n'ont pas ou peu expérimenté les transports en commun et nouveaux services de mobilité. La mobilité solidaire est par ailleurs un sujet fondamental pour les demandeurs d'emploi, les personnes à mobilité réduite et personnes âgées.

Un besoin de clarté, de cohérence et de valorisation des services présents sur le territoire est exprimé, et doit être répondu par des mesures simples et concrètes.

>> DESCRIPTIF SYNTHÉTIQUE

L'idée est de donner une cohérence forte pour les actions mobilité sur le territoire. Il s'agit de donner envie de voyager autrement qu'en véhicule motorisé personnel, d'apporter une attractivité sur ces modes grâce aux bienfaits qu'ils peuvent apporter au territoire et aux citoyens, tout en simplifiant le parcours personnel de chacun. La clé principale de la réussite de cette action réside dans la bonne communication entre les acteurs impliqués, principalement les acteurs publics mais également les acteurs privés qui peuvent mettre en place des systèmes avantageux pour leurs collaborateurs. 4 axes de travail ont été identifiés :

- ✓ Sensibiliser aux offres alternatives de mobilité, par des contacts de terrain et des animations efficaces de type défi, atelier pédagogique ou chartes de conduite responsable.
- ✓ Communiquer sur les services, par une charte graphique claire et accessible, et toucher tous les canaux autour de thèmes et idées communs. La création d'un point conseil à la mobilité rurale, personne physique permettant de répondre aux questionnements des citoyens, est envisagé dans la Communauté de Communes de la Vallée de la Bruche et pourrait l'être dans les autres intercommunalités.
- ✓ Coupler les offres touristiques et de mobilité, vitrine du territoire permettant d'inciter chacun à utiliser des modes alternatifs et d'apporter de l'envie et du plaisir à leur utilisation.
- ✓ Mutualiser les initiatives des entreprises, afin de ne pas se faire chevaucher différents systèmes dans des zones proches géographiquement, et réduire le coût de ces services. Une idée très simple est la création de plan de déplacements entreprises communs, appelés également PDIE.

>> ACTEURS

LES PORTEURS

Autorités organisatrices de la mobilité (Communautés de Communes) et de transport (Région)

Opérateurs de transport

PETR pour l'expertise et la cohérence entre les autorités

Communes comme relais vers le citoyen

Offices de tourisme

LES PARTENAIRES

Tous les porteurs de solutions : Citiz, logiciels de covoiturage, etc.

Acteurs privés locaux, tels les établissements hôteliers

Porteurs d'évènementiel

État pour le financement

Territoires voisins

Associations (ex. la Maison de la Nature Bruche Piémont)



>> PROPOSITION DÉTAILLÉE

Voir programme d'actions de l'étude mobilité Bruche Mossig - juillet 2021.

Intégrer la mobilité à la vie du territoire implique d'aller au-delà du développement des offres et services. L'objectif est que chacun pense mobilité dans sa vie de tous les jours autrement que par l'utilisation automatique de la voiture thermique, il y a une réelle nécessité d'agir pour le changement de comportements.

La cohérence entre tous les acteurs impliqués de manière directe ou indirecte dans la mise en œuvre des actions est un préalable fondamental. Elle peut être incarnée par des messages simples, concrets et percutants.

4 leviers sont ici proposés :

✓ Sensibiliser aux offres de mobilité

La sensibilisation et l'éducation autour de la mobilité est un enjeu majeur pour renforcer l'attrait vers les solutions de transports alternatives tout en développant la responsabilité de chacun. On constate que les transports collectifs sont souvent assimilés à des solutions secondaires, l'objectif est de créer un moment de rupture. Au travers du panel des offres de mobilité peuvent être mis en avant :

- une forme d'autonomie et d'indépendance,
- des solutions adaptées aux budgets des foyers,
- un certain confort et une certaine sécurité,
- des opportunités de se déplacer de manière durable et responsable,
- des solutions saines et bonnes pour la santé etc.

Parmi les actions possibles à mettre en œuvre, l'on peut citer :

- Identifier et former des volontaires pouvant intervenir auprès des concitoyens pour sensibiliser sur les pratiques en termes de mobilité. Ces ateliers peuvent être accompagnés de professionnels pour répondre aux demandes techniques et financières ; tout en sachant que, majoritairement, rouler avec son véhicule personnel représente un coût totalement inconnu pour l'utilisateur.
- Proposer des chartes de conduite responsable en faveur d'une mobilité durable. Cela permet de rassurer les utilisateurs, notamment sur le sujet du vélo et du respect des limitations de vitesse.
- Accompagner les enfants via le programme Savoir Rouler à Vélo ou des formations ad-hoc avec les associations locales et la gendarmerie.

- Lier la sensibilisation avec une communication adaptée (cf. point suivant).

✓ Communiquer sur les services du territoire

L'idée de la communication est de montrer à la population l'étendue des services offerts pour limiter l'utilisation de la voiture seule. Pour ce faire, de multiples canaux peuvent être envisagés, mais un objectif de simplicité et d'adaptation à chaque public est à mettre en avant.

Ainsi, la CC de la Vallée de la Bruche souhaite mettre en place des points de conseil à la mobilité (ou maisons de la mobilité) sur des points stratégiques du territoire pour montrer l'étendue territoriale des services et accompagner chaque public.

Une communication avec des supports communs peut être envisagé sur l'ensemble du territoire du PETR, en partenariat avec les organisateurs de services.

✓ Coupler les offres touristiques et de mobilité

Le tourisme est une vitrine, il s'agit de donner une image au visiteur pour incarner le territoire et ses ressources, tout comme sa qualité de vie. Constat est fait qu'autour des sites touristiques principaux l'accès en transports en commun n'est pas mis en valeur, ni pratiqué.

Il s'agit ainsi de mettre en avant les transports en commun et utiliser le cyclotourisme comme un levier de développement et d'influence. Les opérations proposées sont les suivantes :

- maintenir et renforcer les lignes de bus allant vers le Champ du Feu (258 et 262) et communiquer sur ce service,
- inciter au cyclotourisme via la location de VAE, la mise en place de circuits dédiés, et la

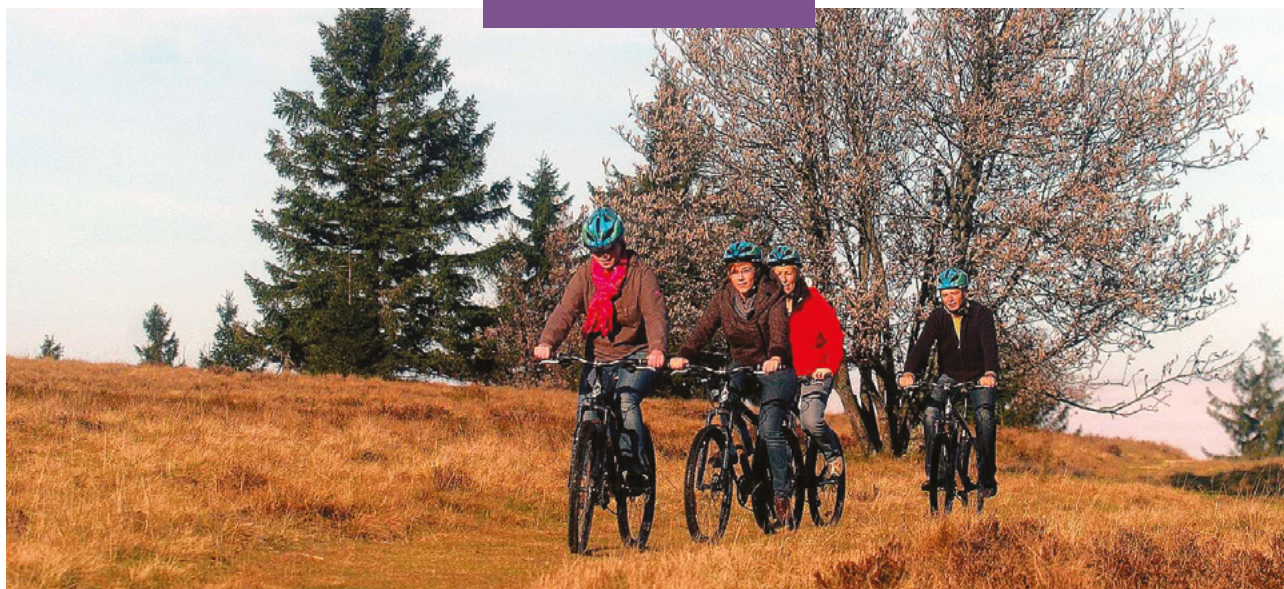
signalétique. Si possible utiliser des matériels locaux (exemple du Moustache Bike d'Épinal),

- créer des lignes événementielles ou les renforcer,
- munir chaque site touristique et lieu d'accueil de plaquettes indiquant les services du territoire (cf. point précédent),
- expérimenter l'accroche de vélos à l'arrière des bus, en particulier le TSPO, pour le week-end. En effet, le territoire Mossig et Vignoble compte 3 sites principaux de développement du cyclotourisme : le trail center de Wangenbourg en cours de projet, l'évènement Elsass Bike de Wasselonne et la Route du Vin.

✓ Mutualiser les initiatives des entreprises

De nombreuses entreprises du territoire sont regroupées en zones d'activités, et ont donc une proximité géographique forte. Certaines entreprises trop petites n'ont pas la capacité de mettre en œuvre un service de mobilité pour ses employés, et les grandes entreprises ont souvent des contraintes administratives et de décideurs qui font qu'elles restent en vase clos.

Ainsi, une solution serait de généraliser les mutualisations de moyens et de services au sein d'entreprises proches géographiquement. Une stratégie sur trois critères de mutualisation est alors à développer : géographique, technologique (outils numériques mis en commun) et économiques (système de compensation). La mise en œuvre de Plan de Déplacements Inter-entreprises, poussés par les collectivités, est un outil pertinent à ce stade qui permettra de réunir les entreprises intéressées et à développer la stratégie la plus pertinente. Le logiciel Optimix, proposé par l'Eurométropole et pouvant être mis à disposition, pourrait être utilisé pour sa réalisation.



>> AMBITION

Baisse de la part modale de la voiture, **augmentation de la part modale des transports en commun** et autres modes alternatifs à la voiture

Création d'une **charte commune de communication** entre les autorités organisatrices du territoire

Création de points de conseil mobilité au sein de la CC de la Vallée de la Bruche

Création d'un programme Savoir Rouler à Vélo sur la Mossig et le Vignoble (via Délégation de Service Public autour du Trail Center) et la CC de la Région de Molsheim-Mutzig à horizon 2023.

>> FINANCEMENT

Financement d'évènements par des opérateurs externes et privés.

Opérations communes entre plusieurs collectivités - montant de communication partagé.

Mécénat.

Aides Climaxion, et notamment l'aide à la structuration et la mise en tourisme des Véloroutes (pour financement de la signalisation touristique).

Programme AVELO (CEE) pour l'animation de la politique cyclable.

Programme ALVEOLE (CEE) pour le financement d'actions de sensibilisation à l'écomobilité.

>> EXEMPLES

Supports de communication touristiques de l'Eurométropole de Strasbourg

Navettes évènementielles du marché de Noël des villages haut-rhinois

Guides de la mobilité durable : Chaumont, Clermont-Ferrand

Kits de communication du « Défi j'y vais » sur le territoire du PETR

Tour-Vélo de la Région de Molsheim-Mutzig

Outil « **Fresque de la mobilité** »

>> FICHES ACTIONS LIÉES

MOB.A - Affirmer les modes actifs comme solution de mobilité à part entière

MOB.B - Ancrer le réseau structurant de transports en commun

MOB.C - Proposer de nouveaux services de mobilité pour tous

PRO.A - Développer l'éco-tourisme et le tourisme de pleine nature

PRO.B - Valoriser les bonnes pratiques Climat-Air-Énergie des acteurs privés et publics

SEN.A - Communiquer et sensibiliser les habitants du territoire à la problématique Climat-Air-Énergie

SEN.B - Sensibiliser les industries et artisans à la plus-value économique des actions développement durable

SEN.D - Développer l'offre de télétravail-coworking, sensibiliser tous les acteurs

QUELQUES RESSOURCES UTILES

Centre de ressources (incluant des appels d'offre) : www.francemobilites.fr

Fresque de la mobilité : fresquedelamobilite.org

Boîte à outils de l'ADEME sur les Plans de Déplacements Inter-entreprises : www.ademe.fr

Le Réseau Mobilité Grand Est, piloté par la DREAL, l'ADEME et la Région Grand Est