

## Atelier 2 : Les centrales de mobilité

Animateur : Bruno Yvin (Alphaville)  
Rapporteur : Elsa Alexandre (CEREMA)

### Rappel de la problématique de la séance

Parmi les outils du management de la mobilité sur un territoire, une centrale ou agence de mobilité permet de participer à l'accompagnement du changement des habitudes de déplacement, en offrant aux usagers des transports une information multimodale, ainsi que du conseil et des services de mobilité. La centrale ou agence de mobilité peut également réaliser des animations locales, mettre en réseau les acteurs et opérateurs de services de mobilité du territoire, sans oublier l'accompagnement des collectivités territoriales dans leur politique de mobilité.

Le présent atelier avait pour objectif de débattre des thèmes suivants :

1. Quelles actions développer au sein de la centrale/ agence à partir d'une palette possible d'activités, en fonction des choix de la maîtrise d'ouvrage et du contexte territorial ?
2. Dans quel(s) lieu(x), en termes de bâtiment et de territoire, du bâtiment dédié aux guichets déclinés sur le territoire, en fonction de quels publics cibles et quelle articulation avec d'autres services de proximité ?
3. Quel contrat d'exploitation avec quel opérateur, quels partenariats avec les acteurs locaux, quelle gouvernance du service ?
4. Quelle évaluation des actions de la centrale/ agence de mobilité, des actions de management de la mobilité sur le territoire, quelle mise en réseau pour alimenter un observatoire national ?

### Résumé des interventions

#### ♦ Intervention 1 : « Mind Mapping » Agences de mobilité, Elsa Alexandre, Cerema

En présentant l'écosystème et les enjeux des actions et des acteurs du management de la mobilité et des agences de mobilité, ce *mind mapping* met l'accent sur le caractère multiforme et multi-services de l'objet Agence de mobilité. On peut y délivrer de l'information multimodale, des services d'aide à l'insertion professionnelle, de la sensibilisation et du conseil en mobilité, de la réservation et billettique de services proposant des modes alternatifs à la voiture individuelle, le développement des plans de déplacements d'établissements (PDE), l'observatoire territorial des déplacements, mais aussi un « Service client » pour la concertation avec les usagers des déplacements du territoire et l'enregistrement/traitement de leur demande.

La diversité des centrales/agences de mobilité fait d'ailleurs l'objet de définitions, notamment sur les plateformes EPOMM, ELTIS et sur les sites de l'Ademe et du Cerema.

L'intervention fait également le point sur les différentes formes de portage du projet d'une agence/centrale de mobilité, qu'il s'agisse d'une exploitation en régie d'une collectivité territoriale ou d'une autorité organisatrice de la mobilité (ex. Métromobilité à Grenoble), d'une exploitation confiée à un prestataire privé (ex. Agence Ecomobilité à Chambéry), d'un partenariat public-privé (ex. des gestionnaires de parking), d'une prise en charge par un acteur local en milieu rural (ex. la Maison de la mobilité du Parc du Pilat à Pélussin) ou pour un événement majeur dans une grande agglomération (ex. l'information destinée aux touristes pendant les jeux olympiques de Londres en 2012).

Enfin, elle rappelle l'obligation d'un conseil en mobilité destiné aux seniors en vertu de la Loi du 28 décembre 2015 relative à l'adaptation de la société au vieillissement, qui a permis de modifier l'article L1231-8 du Code des Transports en faveur des personnes âgées.

#### ♦ Intervention 2 : Métromobilité, agence et information multimodale à Grenoble Métropole, Barbara Müller, La Métro

*Le contexte.* C'est dès 2000 que le principe de mettre en œuvre une agence de mobilité a été inscrit dans le PDU 2000-2010, avec pour mission principale de proposer des services et des renseignements à destination du grand public, des collectivités et des acteurs privés. L'agence de mobilité a été créée à l'occasion de l'ouverture du bâtiment Station Mobile en 2012. En juillet 2013, la nouvelle Délégation de service public (DSP) avec l'opérateur grenoblois a conduit à transformer les agences TAG en agence de mobilité, utilisant la marque « Métromobilité » et sa charte graphique associée.

Métromobilité est un service public de Grenoble-Alpes Métropole, porté financièrement également par le Syndicat Mixte des Transports en Commun, AOT du territoire. Il emploie un responsable d'agence, 3 conseillers en mobilité, un chargé de projet « labellisation des PDE », un autre chargé de projet « nouvelles mobilités » auxquels il faut ajouter un ingénieur et 2 opérateurs dédiés au système d'information multimodale. Les actions de communication font l'objet d'un marché de 200 k€ an, les animations d'un marché de 95 k€ an. Les actions vélo, challenge mobilité et plan de déplacements d'établissements scolaires (PDES) font l'objet d'un accord-cadre de 28 k€ an avec l'Association pour le développement des transports collectifs (ADTC). La maintenance et le développement du logiciel d'information voyageur fait l'objet d'un contrat de service de 300 k€ an et une ligne budgétaire de 40 k€ est affectée aux modes actifs : fête du vélo, plan des itinéraires cyclables, goodies,...

En 2016, Métromobilité prévoit de réaliser pas moins de 100 animations dans 24 communes du ressort territorial de la métropole.

Le calculateur d'itinéraire (réellement) multimodal propose de l'information, « porte à porte » et en temps réel, qui va du trafic TC et routier jusqu'aux places disponibles dans les parcs-relais, en passant par les plans des pistes cyclables ou la disponibilité des véhicules d'autopartage Citélib'.

Métromobilité propose toute une panoplie d'alertes personnalisées sur l'information multimodale en temps réel. L'application pour smartphone lancée en janvier 2015 comptait déjà plus de 22 000 téléchargements en fin d'année et Métromobilité est largement suivi sur les réseaux sociaux. Les objets de communication concernent aussi bien des plans et flyers que des affiches, comme celles de la campagne d'affichage décalée réalisée en 2015.

En termes de perspectives, Métromobilité souhaite pérenniser les emplois de ses 3 conseillers en mobilité actuellement en contrats emploi d'avenir (à noter que 1,5 postes sur les plans de mobilité ont été créés fin 2015 pour renforcer le dispositif), mener des actions communes avec les autres autorités organisatrices de transport du territoire pour mutualiser la communication et les animations, échanger et mutualiser les moyens d'accompagnement des PDE, ainsi que lancer une campagne de marketing individualisé.

## Éléments de débat :

**La question du modèle économique a été posée, mettant en exergue des interrogations sur la participation du secteur privé à ce type de dispositif.**

La diversité des situations a mis en évidence une panoplie de modèles possibles, qui reste cependant marquée par une prédominance de l'intervention publique, que ce soit directement ou indirectement. Ce type de dispositif relève avant tout du service public, ce qui ne veut pas dire pour autant que l'intégration des acteurs privés ne se constate pas dans ce dispositif (ingénierie SAIEV, gestionnaires, exploitants, etc). L'enjeu consiste à renforcer les structures « embryonnaires » qui portent aujourd'hui ces dispositifs. Cet investissement sur les ressources humaines doit faire l'objet d'une pérennisation et d'une stabilité sur le temps long, le management des mobilités par la demande nécessitant une inscription sur cette temporalité.

### L'enjeu de l'évaluation

La question de l'évaluation est étroitement connectée à celle du modèle économique, et notamment à l'inscription de ce dispositif sur un temps long. Il est aujourd'hui difficile d'établir un retour objectif sur les effets de ces dispositifs, à la fois parce qu'ils sont très (trop) récents et que seules les enquêtes ménages peuvent permettre aujourd'hui d'objectiver les bénéfices de ces dispositifs, notamment les reports en termes de parts modales. Ces enquêtes sont cependant coûteuses et leurs fréquences demeurent assez faibles.

## Synthèse et enjeux

- Une centrale de mobilité, contrairement à ce que son appellation peut laisser penser, ne se résume pas à un bâtiment offrant des services de mobilités. C'est un dispositif à géométrie variable, pouvant faire l'objet de déclinaisons locales et territoriales contrastées.
- Le management de la mobilité par la demande constitue un axe de politique publique d'avenir dans un contexte où le levier que peut représenter l'investissement sur l'offre est aujourd'hui moins important pour les collectivités locales. Le prochain PDU de Grenoble mettra d'ailleurs l'accent sur les services à la mobilité.
- Proposer un tel dispositif nécessite de miser sur le temps long et de mettre en place un dispositif d'évaluation permettant de mesurer, sur la base des différentes parts modales, les bénéfices de ces actions
- Manager la mobilité par les demandes implique de cibler les publics pour gagner en efficacité et pour adapter les actions : entreprises, scolaires, personnes âgées...
- La centrale de mobilité passe également par un effort financier public visant essentiellement à investir dans de la ressource humaine, même si les formules juridiques varient (régie, DSP, association).