Étude sur le potentiel de covoiturage en province Sud – 2019 - 2020

Pour Direction de l'équipement (DEPS) puis Direction de l'aménagement de l'équipement et des moyens (DAEM)
Province Sud

Par Solutions SARL – SECAL



PHASE 3

Schéma global de covoiturage en province Sud

Mars - avril 2020

Introduction

Dans le cadre d'une démarche écomobilité initiée en 2015, la province Sud souhaite élaborer un Schéma Global de Covoiturage sur son territoire.

Il nous a été demandé de répondre à une commande couvrant le diagnostic de la situation, l'identification des besoins et des potentiels, les préconisations pour un Schéma Global du covoiturage en province Sud, ainsi qu'une expérimentation (opération pilote). Le contexte est la mise en œuvre d'un Plan de Déplacements Administration (PDA) de la province Sud qui répond à 3 objectifs :

⇒ L'amélioration de la qualité d'accueil et des conditions de travail
⇒ La rationalisation des coûts et un meilleur usage de l'espace
⇒ Le renforcement de la responsabilité sociale et environnementale de l'organisation

Le PDA contient un axe spécifique sur le covoiturage, se déclinant ainsi :

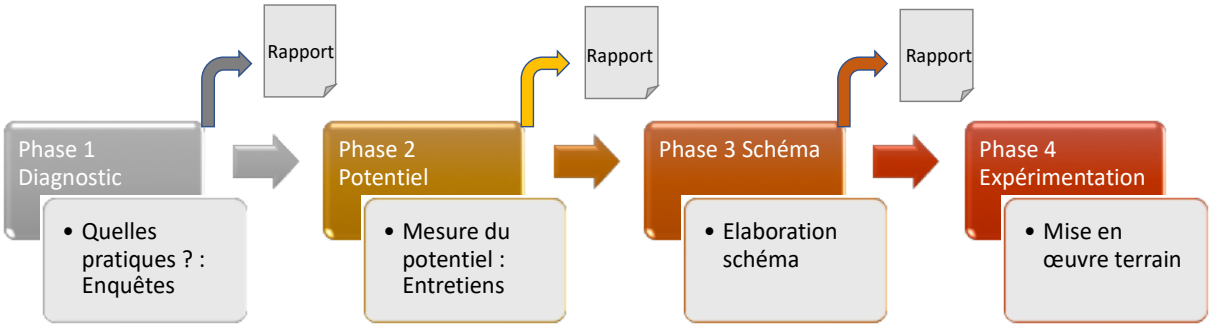
- Le développement d'aires de covoiturage
- L'aide au développement du covoiturage

En effet, l'autosolisme est très répandu en province Sud, notamment sur les trajets pendulaires entre la périphérie de Nouméa et les bassins d'emploi de la ville, contribuant à des phénomènes de congestion à l'entrée de la ville aux horaires d'embauche (matin) et de débauche (soir). Le covoiturage est une solution qui pourrait permettre de réduire ce phénomène.

Ainsi, la province Sud se veut moteur dans le développement du covoiturage sur son territoire, la présente étude devant venir répondre à cette ambition.
Elle est divisée en 4 parties, correspondant chacune aux 4 phases de l'étude.

Ces 4 phases sont les suivantes :

Phase 1 : Diagnostic des pratiques du covoiturage en province Sud – septembre à novembre 2019
Phase 2 : Identification des besoins et du potentiel covoiturage en province Sud – décembre 2019 à février 2020
Phase 3 : Schéma global de covoiturage en province Sud – mars à avril 2020
Phase 4 : Expérimentation – septembre à novembre 2020



Le présent document présente la phase 3 réalisée de février à avril 2020.

OBJECTIF DE LA PHASE 3
Écrire une feuille de route

Cette troisième phase est la phase de conception et rédaction du schéma global de covoiturage en province Sud.
Les points suivants sont présentés dans cette phase :

- Les objectifs à atteindre.
- Les orientations stratégiques à suivre.
- Les outils et infrastructures à mettre en œuvre.
- Les principes de fonctionnement.
- Les aides et soutiens que la collectivité peut apporter.

Durant cette phase 3, nous avons tenté de répondre à la question suivante : « Comment développer le covoiturage en province Sud ? »

METHODOLOGIE DE LA PHASE 3
Travail en concertation

Dans le cadre de la phase 2, les résultats des données croisées recueillies au travers de la phase 1 et des différentes études (enquêtes ménages, plans de mobilité), nous en sommes arrivés à restreindre dans un premier temps, le périmètre et le potentiel prometteur pour le développement du covoiturage en province Sud. Nous avons identifié dans la phase 2 le potentiel très intéressant que représentaient tous les salariés des partenaires du réseau écomobilité, concentrés majoritairement dans le Grand Nouméa. Nous avons donc décidé de travailler en concertation avec ce réseau pour approfondir ensemble les orientations stratégiques proposées et certaines actions qui en découlent.

Dans cette optique, nous avons organisé un atelier de co-construction qui réunissait les partenaires du réseau écomobilité et quelques acteurs motivés

rencontrés durant nos entretiens. Cet atelier a permis de conforter les axes stratégiques que nous avions imaginés et de détailler certains outils estimés prioritaires par le groupe. L'objectif de l'atelier était de contribuer à proposer un schéma et des outils qui puissent être mis en œuvre par ces partenaires.

Nous avons rencontré le développeur web Skazy[1] à la suite de cet atelier, pour consolider quelques données techniques.

Le présent document est divisé en 4 parties :
Partie 1 : Synthèse des phases diagnostic et potentiel
Partie 2 : Objectifs et orientations stratégiques
Partie 3 : Présentation des actions
Partie 4 : Fiches actions
Partie 5 : Conclusion & perspectives

Sommaire

INTRODUCTION 2

1 – ENSEIGNEMENTS TIRES DU DIAGNOSTIC 5

2 – OBJECTIFS 7

3 – ORIENTATIONS STRATEGIQUES 9

4 - GROUPES THEMATIQUES DES ACTIONS 12

5 – LES 10 FICHES - ACTIONS 16

6 - CONCLUSION 27

7 - PROCHAINES ETAPES 29

8 - PERSPECTIVES SUR LA PHASE 4 - EXPERIMENTATION 29

[1] Skazy a notamment été approché par l'UNC pour son projet d'application smartphone de covoiturage. Skazy gère aussi l'application de covoiturage avec chauffeur pick.me et l'application de livraison à domicile shop.nc.

PARTIE 1- Synthèse de la phase diagnostic



1 – Enseignements tirés du diagnostic

Les enseignements suivants sont issus de la phase « diagnostic » (enquêtes en ligne et terrain auprès de 1641 personnes) :

- Un covoiturage informel et spontané limité
- Un covoiturage formel en panne
- Une bonne image du covoiturage
- Un besoin de cultiver la confiance

Avec qui ?	Quand ?	Comment ?	Pourquoi ?	Avec quels outils ?
• Proches (famille / amis) • Collègues	• Pour aller au travail • Pour aller en cours	• Sur de courtes distances • En partageant (parfois) les frais	• C'est écologique • C'est économique • C'est convivial	• Voisinage direct : aucun • Site web covoiturage.nc • Facebook

1 – 1 - Pratique

57% de l'échantillon pratique le covoiturage.
On covoiture avec des proches (la connaissance du covoitureur est un critère essentiel pour 65%)**, pour le travail ou l'école, plutôt en tant que passager, en partageant les frais, sur des distances courtes, dans Nouméa.** C'est la pratique informelle (sans utilisation de plateforme structurante), la plus courante en province Sud.
La pratique formelle (sur le site web ww.covoiturage.nc) est sous-représentée, principalement à cause de la méconnaissance et du manque de performance de l'outil et de la peur de monter avec un inconnu.

1 – 2 - Image

77% de l'échantillon apprécie le covoiturage pour des raisons écologiques, économiques et de convivialité.
Les 9% qui ont une mauvaise image du covoiturage préfèrent être autonomes et ont peur pour leur sécurité.

1 – 3 - Freins

Le **manque d'autonomie** lié au covoiturage est le principal frein, suivi par la **peur de l'insécurité** (liée à la présence d'un inconnu).

1 – 4 - Leviers

La première condition citée pour covoiturer est de **trouver quelqu'un qui fait le même trajet.**
Ensuite, de nombreux leviers ont été proposés pour développer le covoiturage :
- **La communication** pour mieux faire connaître les outils et vanter les avantages du covoiturage.
- **Un bon outil de type application Web,** flexible, souple et surtout qui permet de contrôler les données, voire la respectabilité des covoitureurs.
- **Des infrastructures adaptées, sécurisées et visibles,** permettant d'accorder des privilèges aux covoitureurs (parkings réservés).
- **Une action sur les entreprises.** Le covoiturage étant pertinent surtout dans le cadre du travail, les entreprises peuvent être incitées à organiser le covoiturage au sein de leurs équipes.
- **le regroupement en petites communautés de gens qui se ressemblent.** Cet élément sera certainement le plus complexe à mettre en œuvre mais il apparaît comme un levier majeur. Les gens monteront ensemble dans une même voiture s'ils savent qu'ils ont quelque chose en commun qui les rapproche et les fait se ressembler.

Dans tous les cas, les leviers devront agir sur la confiance.

PARTIE 2 - Objectifs et orientations stratégiques



2 – Objectifs

Les objectifs ont été validés lors de l'atelier de co-construction du 13 mars 2020.
Ils sont de 2 ordres : stratégiques (transversaux à d'autres pratiques alternatives) et spécifiques (particuliers au covoiturage).

Voir le détail de l'atelier de co-construction en annexe 1.

2 -1 – Objectifs stratégiques

Réduire les émissions de GES et polluants liés aux transports des VL

Réduire le coût du transport pour les ménages

Réduire l'autosolisme

2 – 1 – 1 – Réduire les émissions de GES et autres polluants

La pratique du covoiturage doit déboucher sur une baisse des émissions de gaz à effet de serre et autres polluants émis par les véhicules particuliers sur tout le territoire de la province Sud, à un horizon de 5 ans. L'objectif écologique est majeur pour ce plan.

2 – 1 – 2 – Réduire les coûts de transport pour les ménages

La pratique du covoiturage doit déboucher sur une baisse significative des coûts de transport des ménages, à un horizon de 5 ans. Ce coût s'entend dans sa globalité (achat et entretien véhicule, assurance, carburant, usure pièces, etc.) Le covoiturage, en limitant l'utilisation d'un véhicule, contribue à cet objectif. C'est un objectif économique, essentiel à prendre en compte dans une politique d'écomobilité.

2 – 1 – 3 – Réduire l'autosolisme

La pratique du covoiturage doit déboucher sur une baisse significative de l'autosolisme sur tout le territoire de la province Sud, à un horizon de 5 ans. C'est l'objectif ultime et spécifique au covoiturage : optimiser les véhicules particuliers.

Voir les détails en annexe 2.

2 -2 – Objectifs spécifiques

Ces objectifs sont spécifiques au plan de covoiturage. Ils sont qualitatifs, non quantifiables. Les indicateurs de suivi sont propres aux actions à mettre en œuvre (voir fiches actions).



Voir les détails en annexe 2.

3 – Orientations stratégiques

Les orientations stratégiques représentent le chemin à suivre pour atteindre les objectifs. Ils sont au nombre de 6. Ils ont été validés lors de l'atelier de co-construction du 13 mars 2020.

Voir le détail de l'atelier de co-construction en annexe 1.



3 -1 – Se concentrer sur les mouvements pendulaires de l'agglomération

Il faut démarrer une impulsion et la choisir sur une masse potentielle importante de personnes (automobilistes ou non).
Les pratiques actuelles de covoiturage (formel ou informel) se concentrant sur les mouvements pendulaires et la majorité des trajets s'observant aussi aux mêmes périodes aux entrées et sorties de Nouméa, la première stratégie consiste à travailler sur ce flux pour démarrer l'impulsion.
Il n'est pour l'instant pas envisagé de travailler hors de l'agglomération du Grand Nouméa, où les gens covoiturent plus facilement et spontanément, et où il y a assez peu de trafic.

Il est donc nécessaire d'identifier au préalable les origines/destinations et les horaires à privilégier pour amorcer ces premières impulsions (cf. tableau ci-dessous).

Origines	Mont Dore, Païta (Tontouta y compris), Dumbéa et Nouméa Sud
Destinations	Centre-ville, Ducos, Nouville, Artillerie.
Horaires	• départ entre 6h et 8h. • retour entre 16h et 18h.

A noter toutefois que le système proposé de covoiturage est valable pour toute origine et toute destination. L'atelier du 13 mars n'a pas priorisé d'origine et de destination.

3 -2 – Massifier les flux de covoitureurs sur peu d'acteurs

Dans l'optique de créer une impulsion de départ et d'avoir une masse importante de covoitureurs potentiels, notamment pour s'assurer d'un modèle économique fiable et viable du système qui sera proposé, il est judicieux de se concentrer dans un premier temps à des groupements d'individus restreints avant de s'adresser au grand public. Il convient donc de s'adresser à une dizaine voire une quinzaine d'acteurs décideurs et motivés, qui représentent plusieurs milliers de covoitureurs potentiels. Ces groupements constituent ainsi un levier facile à activer, pouvant aboutir rapidement et relativement facilement sur une masse critique de covoitureurs.
Les organismes (entreprises, institutions, collectivités) ou groupements géographiques d'organismes comptant plus de 100 salariés sont dans cette cible. Les salariés du réseau écomobilité répondent pour la plupart à ce critère.

En effet, nous estimons qu'il est préférable de proposer un développement du covoiturage à des groupements de grandes organisations en premier lieu, plutôt qu'auprès du grand public. Cette stratégie de priorisation des groupements de grandes organisations par rapport au grand public, permettrait de concentrer ses efforts envers une cible restreinte, motivée, proposant plusieurs milliers de covoitureurs potentiels aux horaires communs

L'atelier du 13 mars a identifié les salariés des organismes suivants comme bassin potentiel :

- CAFAT
- CCI (Plateforme aéroportuaire de Tontouta)
- SECAL
- ville de Dumbéa
- ville du Mt Dore
- province Sud
- SMTU
- OPT
- EEC
- Komatsu
- Directions du Gouvernement (Vallée du Tir)

L'ensemble de ces acteurs compte environ 10 000 salariés.

La Polynésie Française ayant les mêmes besoins, il serait intéressant de se rapprocher du territoire en vue d'une possible mutualisation des moyens et de partage d'expérience, sur la base des accords de coopération liés entre la NC et la PF.

3 - 3 – Connecter les intérêts communs

Nous avons noté que les gens se covoituraient plus facilement quand ils avaient quelque chose en commun : l'employeur, la rue d'habitation, le genre

(surtout pour les jeunes femmes), l'activité sportive, la religion, l'établissement scolaire…
L'idée de cette stratégie est d'aider les personnes qui ont quelque chose en commun à se connecter, de leur faciliter les connexions, les mettre en relation, même s'ils ne se connaissent pas.
Une fois que la masse critique sera atteinte grâce aux organisations et groupements, il sera plus facile de cibler en second lieu le grand public, avec cette optique de proposer du covoiturage par centres d'intérêt.
Cette stratégie concorde avec la seconde stratégie qui relie entre eux les salariés d'organisations connexes ou partenaires.
Dans cette optique, il serait envisagé de laisser le libre choix aux femmes de pratiquer un covoiturage exclusivement féminin.

3 - 4 – Rendre le covoiturage attractif

Le covoiturage doit être attrayant. Le rendre économiquement intéressante et avantageux en termes de qualité de vie. Il faut penser incitations, récompenses, privilèges. Ces éléments devraient permettre de peser dans la balance, en compensant les éventuels inconvénients du covoiturage, notamment la perte relative d'autonomie.

3 – 5 – Rendre le covoiturage facile

Le covoiturage doit être facile. Il faut proposer des outils faciles à utiliser (notamment outils web), des infrastructures facilitant le parking ou l'accès à des zones réservées, de la signalétique facile à reconnaître, des alternatives faciles à mettre en œuvre en cas de défaillance du conducteur, etc.

3 - 6 – Rendre le covoiturage sécuritaire

Le covoiturage doit être sécuritaire. Il faut imaginer des dispositifs et des outils qui renforcent la sécurité du conducteur et des passagers.

PARTIE 3 – Présentation des actions



À l'issue de la co-construction du plan d'action, une liste de 25 actions a été dressée. Après priorisation et regroupement, une liste de 10 actions a été établie. Elles sont représentées sous la forme de fiche action (voir partie 4).

Voir la méthodologie en annexe 2.

4 - Groupes thématiques des actions

Ces actions sont regroupées au sein de 3 groupes thématiques :

- Les actions concernant directement la constitution ou le renforcement d'un bassin de potentiels covoitureurs en province Sud (**FICHES BLEUES**) ;
- Les actions permettant de rendre attractive la pratique du covoiturage (**FICHES VERTES**) ;
- Les actions encourageant la création et la mise en œuvre d'outils/supports pour encourager le covoiturage (**FICHES MAUVES**).

	Intitulé des actions	Priorité
1	**Engagement des acteurs** : Identifier et regrouper les acteurs motivés dans le "groupement d'acteurs pour la mise en œuvre du schéma directeur de covoiturage en province sud", estimer le potentiel de covoitureurs (conducteurs / passagers), diffuser les messages clé destinés aux employeurs, concrétiser l'engagement des acteurs : engagement sur plan d'action à signer (engagements de	1

	communication, utilisation des outils, incitations des salariés, mise à disposition parkings…)	
2	**Outil smartphone** : Mettre en place et financer un outil dédié et adapté _ application mobile smartphone. Développer l'aspect sécuritaire sur l'application mobile _ données d'identification des utilisateurs, assurances, paiement sécurisé. Développer les retours d'expérience des covoitureurs via la plateforme : notations, commentaires …	1
3	**Communication** : Lancer une campagne de communication en identifiant les supports appropriés (incl. création nom et logo). Inciter les acteurs à lancer des campagnes de communication interne (fourniture de messages clé communs pour des campagnes cohérentes, fourniture de messages à intégrer sur la signature électronique (mail) pour toucher les indécis).	1
4	**Référents** : Identifier les référents par acteur ou par groupement d'acteurs pour soutenir l'initiative : les charger de mission avec objectifs précis.	1
5	**Modèle économique** : Élaborer un modèle économique intéressant pour le développement de la pratique et pour l'identification de la gouvernance dans le cadre de la gestion de l'outil smartphone.	1
6	**Incitations :** Court terme : Mettre en place avec les acteurs du groupement toutes mesures incitatives non financières (avantages, cartes essence, places de parking, minutes bonus, etc.,). Négocier des remises et avantages avec des partenaires commerciaux pour les covoitureurs inscrits sur la plateforme (essence, pneus, assurances, etc.). Affecter des places de parking dédiées aux covoitureurs sur chaque site (sites à définir avec acteurs). Moyen terme : Mettre en place des mesures financières d'aide à la mobilité (covoiturage) par l'employeur via le CE ou l'amicale. Long terme : Engager des échanges avec les services concernés pour l'élaboration de mesures d'incitations fiscales pour les covoitureurs et/ou l'employeur, à long terme. Mettre en place un outil de registre des preuves de covoiturage.	2
7	**Plans de repli** : Garantir un trajet en cas de défaillance covoitureur une fois plate-forme en place (taxi, vlc, Pick-me, TC…). Permettre le remisage de véhicule de service à domicile.	1
8	**Signalétique et infrastructure** : participer au développement des aires de covoiturage du grand Nouméa (station d'autopartage à proximité des sites). Définir des zones de covoiturage (regroupement) sécurisées et faciles d'accès.	1

9	**Favoriser l'intermodalité** : Créer un lien effectif entre les TC (et les modes actifs) et le covoiturage	2
10	**Guide pratique** : Élaborer un guide pratique pour l'aménagement simplifié d'aires de covoiturage à destination des acteurs aménageurs	2

Les actions concernant la constitution ou le renforcement d'un bassin potentiel de covoiturage ciblent particulièrement le regroupement d'acteurs (privés comme publics) pré-identifiés et qui se concentrent dans le périmètre de l'agglomération. L'accent est mis surtout sur la mise en relation d'acteurs et la concertation. Parmi les actions, nous retrouvons par exemple la signature d'un document d'engagement pour l'ensemble des acteurs afin de participer activement selon les moyens et implications de chacun à la mise en œuvre du plan d'action, ou une action qui définit les contours et le cœur d'un business model intéressant à partir du potentiel exprimé pour que la pratique puisse se développer et encourager le portage de la démarche.

Les actions inscrites dans la thématique « attractivité » donnent une visibilité supplémentaire à la démarche initiée par la province Sud et ses partenaires, et à la pratique du covoiturage. Dans le cadre de cette thématique, les actions sont tournées vers la communication externe (campagne de communication, concours logo, etc.), la proposition de solutions incitatives (financières, avantages commerciaux, etc.), mais aussi des partenariats et soutiens politiques.

Dans la thématique « outils », les actions doivent permettre la création ou la proposition d'outils communs, qu'ils soient dans le numérique (appli web, mobile) ou dans l'infrastructure (aménagement d'aires de covoiturage, signalétiques, etc.). Dans ce cadre-là, nous avons deux échelles de visibilité : des aménagements physiques (infra), visibles par tous sur le terrain, et des actions qui relèvent plutôt du virtuel dont l'usage se rattache à des supports individuels et connectés (pc, smartphone).

Chacune des actions présentées sous forme de fiches actions a donné lieu à un regroupement d'informations pertinentes en vue de sa mise en œuvre. Ainsi, chaque action est contextualisée par rapport aux conclusions du diagnostic et des ateliers. Les éléments de cadrage sont également présentés afin de faciliter la mise en œuvre des actions :

- Le pilotage de l'action avec une attention particulière portée aux acteurs du groupement qui seront mobilisés ;
- L'échéancier de mise en œuvre (exprimé en semestre) ;

- Une estimation du cout d'investissement et de fonctionnement (à affiner) et lorsque celle-ci n'est pas exprimée en coût monétaire, il s'agit de temps humain passé ;

- L'objectif à atteindre, en termes de satisfaction ou d'effectif par exemple,

- Les partenaires éventuels à mobiliser.

PARTIE 4 – Fiches actions



5 – Les 10 fiches - actions

Chaque fiche action est présentée ci-après :



1 | METTRE EN PLACE LE "GROUPEMENT D'ACTEURS POUR LA MISE EN ŒUVRE DU SCHEMA DIRECTEUR DE COVOITURAGE EN PROVINCE SUD" ET CONCRÉTISER L'ENGAGEMENT

Le développement du covoiturage fait partie des actions issues du Plan de déplacement de la Province Sud. À l'issue du diagnostic et de la pré-évaluation du potentiel de covoiturage en province Sud, un certain nombre d'acteurs de l'agglomération Nouméenne a été identifié, présentant un potentiel intéressant dans le cadre de la mise en œuvre du schéma directeur provincial pour le développement du covoiturage.

Cette initiative de mise en réseau des acteurs doit permettre un déploiement plus aisé des actions identifiées dans le cadre de l'étude avec un groupe d'acteurs limités, impliqués sur des sujets liés à l'écomobilité. Le suivi doit aboutir à un bilan renseigné grâce aux outils de mesures et retours d'expériences et permettre ainsi le déploiement à plus grande échelle.

Dans la continuité de la mise en place du groupement d'acteurs, il est plus que nécessaire de poser les garanties d'un suivi et d'une pérennisation de l'action par le biais d'un engagement des acteurs identifiés dans ce cadre spécifique du covoiturage dans la Charte Écomobilité portée par l'ADEME.

L'engagement de moyens humain, financiers et matériels de la part des différentes entités nécessite ce préalable pour une question de confiance, d'efficacité et d'équité dans le déploiement du Schéma directeur provincial de covoiturage.

Description de l'action

Mettre en place un groupement d'acteurs (collectivités, entreprises publiques/privées, parapubliques, etc.) afin de créer une impulsion de départ avec une masse importante de covoitureurs potentiels. Les parties prenantes devront soutenir l'engagement dans la mise en œuvre du Schéma provincial de covoiturage au sein de la Charte Écomobilité. Proposer d'intégrer le Groupement au sein du Réseau MDEM (Maitrise de l'énergie et mobilité).

Objectif stratégique

Massifier les flux de covoitureurs potentiels sur peu d'acteurs.

Objectifs opérationnels

- Créer un cadre propice au covoiturage ;
- Démarrer l'impulsion : lancer la pratique.

Déroulé

Étape 1 : - Identifier les acteurs et informer les directions de l'initiative en leur présentant une synthèse de l'étude (diagnostic, enjeux, objectifs et plan d'actions) => en retour de leur part, un courrier d'intention afin de prendre part au groupement ;

Étape 2 : - Inviter et regrouper les acteurs intéressés dans le cadre d'une séance de discussion et échanges afin de cadrer la démarche du regroupement (pilotage, référents, moyens, conditions, etc.) ;

Étape 3 : - Création du Groupement d'acteurs et intégration dans la Charte Écomobilité.

Indicateurs de suivi et d'évaluation

- *Nombre de structures adhérentes ;*
- *Fréquence de regroupement (réunions, lettres d'informations,) ;*

PROVINCE SUD Covoiturage

PILOTAGE
DAEM PS/AMO ?

ACTEURS MOBILISÉS
Réseau MDEM + porteurs d'un Plan de Mobilité

ECHÉANCIER
S2 2020

COÛTS
Temps passé

PARTENAIRES
GNC + collectivités de l'Agglo

OBJECTIF À ATTEINDRE
100% des acteurs identifiés adhérents au Groupement

Province S.U.D Covoiturage

PILOTAGE
DAEM/AMO

ACTEURS MOBILISÉS
Référents

ECHÉANCIER
S2 2020 : lancement de la consultation.

COÛTS
XMF _ devis Kazo

PARTENAIRES
UNC, ADEME/ACE

OBJECTIF À ATTEINDRE



2 | METTRE EN PLACE ET FINANCER UN OUTIL DEDIE ET ADAPTE _ APPLICATION MOBILE SMARTPHONE

Tous les acteurs s'accordent sur un besoin, pour leurs structures ou pour les autres, d'un outil web intuitif flexible et souple, adapté et sécurisé.

Toutefois, une solution web étant couteuse à développer, il convient d'éviter d'en démultiplier le nombre.

Le benchmark de la phase 2 nous a permis d'identifier des modèles d'application sur lesquels s'inspirer.

Description de l'action

Encourager la création d'un outil de type application smartphone dédié au covoiturage. Celui-ci doit permettre de répondre à des besoins spécifiques de chaque structure et/ou à des besoins communs au groupement.

Objectifs stratégiques

Massifier les flux de covoitureurs potentiels sur peu d'acteurs ;
Connecter les intérêts communs ;
Rendre le covoiturage facile ;
Rendre le covoiturage sécuritaire.

Objectifs opérationnels

- Proposer des outils adaptés aux besoins du covoiturage
- Renforcer la sécurité des déplacements
- Renforcer la cohésion au travail, créer un lien social

Déroulé

Étape 1 : - identifier et cadrer le besoin ; rédaction du cahier des charges (les partenaires et enquêtés insistent sur la sécurisation des données, outils de retours d'expériences, etc.) ;

Étape 2 : - lancer une consultation pour la création de l'outil.

Étape 3 : - Déploiement.

Indicateurs de suivi et d'évaluation

- *Nombre d'utilisateurs ;*
- *Fréquence d'utilisation ;*
- *Nombre de trajets, etc. ; => extraction de données.*

3| PREPARER UN PLAN DE COMMUNICATION EN IDENTIFIANT LES SUPPORTS APPROPRIES

Communication, DAEM/AMO

Le Groupement, service Com de la PS et des différents partenaires ;

S2 2020

XMF ?

ADEME/ACE

Assurer une visibilité à la pratique du covoiturage

Lancer une campagne de communication est un très bon moyen de faire la promotion de la démarche et sensibiliser le plus grand nombre quant à la pratique du covoiturage afin d'augmenter chaque jour le nombre de pratiquants.

Le diagnostic a mis en exergue certains points qui participent certainement à un manque d'intérêt de la population sur la pratique du covoiturage : le manque de communications et d'informations. L'objectif de cette communication sera d'offrir une visibilité à la pratique du covoiturage afin de la rendre commune.

Il est donc nécessaire de réfléchir à une stratégie de communication globale en choisissant les canaux adéquats pour véhiculer les messages.

Description de l'action

Définir une stratégie de communication globale en choisissant les supports appropriés (réseaux sociaux, annonces télévisuelles, radio, affichages, messageries, évènements, etc.). Selon le niveau de déploiement de l'action communication, un accompagnement par un bureau d'étude spécialisé pourrait être envisagé afin de rendre cohérente et efficace la stratégie de communication. Cette action se définit donc par échelle de déploiement.

Objectifs stratégiques

Rendre le covoiturage attractif ;

Massifier les flux de covoitureurs potentiels sur peu d'acteurs.

Objectifs opérationnels

- ➔ Démarrer l'impulsion : lancer la pratique ;
- ➔ Inciter à la pratique du covoiturage

Niveau d'échelle

Moyen 1 : *inciter les acteurs à lancer des campagnes de communication interne : fourniture de messages clé communs pour des campagnes cohérentes : création de supports de communication communs au groupement destinés à une diffusion en interne à chaque structure. Définition de messages clé communs et cohérents;*

L'action consiste également à informer massivement l'ensemble des salariés/agents du groupement sur les démarches entreprises dans le cadre du développement du covoiturage (existence d'une communauté, gains, avantages, etc.) afin de toucher les indécis.

Moyen 2 : *préparer un plan de communication à destination du grand public. L'objectif étant d'informer et sensibiliser l'ensemble de la population, les institutions et les entreprises sur la démarche entreprise par la province Sud et sur la pratique du covoiturage.*

Moyen 3 : *une action spécifique à intégrer dans le cadre du plan de communication pour une visibilité de l'outil Application Smartphone : préparer et lancer un concours restreint ou ouvert pour le choix du nom et du logo.*

Indicateurs de suivi et d'évaluation

- ***Nombre d'actions de communication menées***



4| IDENTIFIER LES RÉFÉRENTS PAR ACTEUR OU PAR GROUPEMENT D'ACTEURS POUR SOUTENIR L'INITIATIVE : CHARGÉS DE MISSION AVEC OBJECTIFS PRÉCIS

Le Schéma Directeur Covoiturage de la province Sud doit exister tant par son contenu mais aussi que par son animation. Le plan d'actions proposé dans le cadre de cette étude a été construit avec les agents/salariés volontaires et engagés de chaque structure.

La province Sud doit pouvoir s'appuyer sur les personnes ressources identifiées au sein du groupement. Le rôle du référent sera de garantir un suivi de la mise en œuvre du schéma, de l'animer et le faire évoluer, être le lien entre les autres partenaires et ses collègues, être le garant de la satisfaction de ses collègues dans la mise en action du schéma, etc.

Description de l'action

L'identification des personnes moteurs au sein de chaque structure est primordiale pour faire exister le schéma, l'animer, l'améliorer, le mesurer, le pérenniser dans le temps. Les référents, chargés de mission devront favoriser et accompagner le changement de comportement chez leurs collègues au sein de leur structure.

Objectif stratégique

Rendre le covoiturage attractif

Connecter les intérêts communs

Objectifs opérationnels

- ➔ Inciter à la pratique du covoiturage ;
- ➔ Renforcer la cohésion au travail, créer un lien social ;
- ➔ Démarrer l'impulsion : lancer la pratique ;

Déroulé

Étape 1 : - envoyer un mini questionnaire pour identifier les potentiels référents au sein de chaque structure ;

Étape 2 : - mettre en place une réunion de travail avec les directions pour la désignation du ou des référents par structure.

Étape 3 : - définir un cadre de travail (missions) lors d'une réunion avec l'ensemble des référents et la Chargée de Mission Écomobilité de la province Sud.

Indicateurs de suivi et d'évaluation

- *Tableau de bord d'ensemble : nombre d'actions réalisées, état d'avancement des actions, taux de satisfaction, nombre d'usagers/adhérents, animation, etc.*



5 | ELABORER UN MODELE ECONOMIQUE INTERESSANT POUR LE DEVELOPPEMENT DE LA PRATIQUE ET POUR L'IDENTIFICATION DE LA GOUVERNANCE DANS LE CADRE DE LA GESTION DE L'OUTIL

Afin d'encourager la pratique du covoiturage, il est indispensable de pouvoir proposer une structure de portage stable et dynamique pour l'organisation de la pratique et un modèle économique fiable afin de la rendre pérenne dans le temps.

Il n'existe actuellement qu'une seule structure formelle de portage organisée en association 'covoiturage.nc' et quelques communautés de covoiturage sur Facebook. L'association 'covoiturage.nc' est actuellement en perte de dynamisme du fait d'un manque de moyen et d'un modèle économique dépendant des aides publiques. Il est donc nécessaire de revoir ou de proposer un nouveau modèle économique et un système de portage qui puissent garantir le développement du covoiturage formel adaptable et déployable à toutes les échelles (communautés, agglo, provinces, territoire).

Description de l'action

À partir des données quantitatives du potentiel de covoitureurs, des trajets et personnes cibles et des ressources mobilisables, élaborer un business plan intéressant et proposer un modèle de portage pour assurer la prestation.

Objectif stratégique

Massifier les flux de covoitureurs sur peu d'acteurs.

Objectifs opérationnels

- Créer un cadre propice au covoiturage ;
- Proposer des outils adaptés aux besoins du covoiturage ;
- Démarrer l'impulsion : lancer la pratique

Déroulé

Étape 1 : - Sur la base du retour d'expérience de l'association Covoiturage.nc, élaborer en interne des premières pistes de modèle économique et de gouvernance intéressantes.

Étape 2 : - Commander une étude poussée pour élaborer le business plan.

Étape 3 : - Lancer un appel à manifestation d'intérêt ouvert à toute structure (association, entreprise, collectivité) pour le portage.

Indicateurs de suivi et d'évaluation

- *Outil de portage et son modèle économique ;*
- *In fine, bilan financier en fin d'exercice annuel (CA, résultat, etc.);*

PILOTAGE
DAEM/AMO ?

ACTEURS MOBILISÉS
« Le Groupement »
Prestataire extérieur

ECHÉANCIER
S2 2020

COÛTS
XMF

PARTENAIRES
ACE (ADEME, GNC), Covoiturage NC

OBJECTIF À ATTEINDRE
Trouver une gouvernance et un portage pérennes

6 I METTRE EN PLACE DES MESURES INCITATIVES A LA PRATIQUE DU COVOITURAGE

L'un des facteurs d'incitation à l'usage du covoiturage est le budget déplacement. Une compensation financière ou une déduction dans les charges obligatoires pour l'agent/ le salarié peuvent être considérées comme un coup de pouce. Néanmoins, les incitations financières, qu'elles viennent de l'employeur ou de l'autorité compétente en fiscalité constituent des démarches souvent longues à mettre en place. Il est donc nécessaire de procéder par pallier en proposant, sur 3 échelles de temps, 3 types d'incitations plus ou moins faciles à mettre en œuvre.

Description de l'action

Il s'agira de mettre en œuvre 3 niveaux d'incitations : des incitations non financières à court terme, des mesures financières d'aides à la mobilité à moyen terme et des mesures fiscales à plus long terme.

Objectif stratégique

Rendre le covoiturage attractif

Objectifs opérationnels

- Démarrer l'impulsion : lancer la pratique
- Créer un cadre propice au covoiturage
- Inciter à la pratique du covoiturage

Déroulé

Court terme : *Mettre en place avec les acteurs du groupement toutes mesures incitatives non financières (avantages, cartes essence, places de parking, minutes bonus, etc.,). Négocier des remises et avantages avec des partenaires commerciaux pour les covoitureurs inscrits sur la plateforme (essence, pneus, assurances, etc.). Affecter des places de parking dédiées aux covoitureurs sur chaque site (sites à définir avec acteurs).*

Moyen terme : *Mettre en place des mesures financières d'aide à la mobilité (covoiturage) par l'employeur via le CE ou l'amicale.*

Long terme : *Engager des échanges avec les services concernés pour l'élaboration de mesures d'incitations fiscales pour les covoitureurs et/ou l'employeur, à long terme. Mettre en place un outil de registre des preuves de covoiturage.*

Indicateurs de suivi et d'évaluation

- ***Évolution du nombre de covoitureurs ;***

PLAN B

7| GARANTIR UN TRAJET EN CAS DE DEFAILLANCE DU CO-VOITUREUR UNE FOIS LA PLATE-FORME EN PLACE (taxi, VLC, Pick-me, TC…)

Le plan de repli ou plan B, alternative proposée par l'employeur ou l'application web, en cas de défaillance du covoitureur, est indispensable pour lever le frein du besoin d'autonomie.

Il existe deux échelles d'intervention possible pour le plan de repli :

- **L'échelle interne, propre à chaque organisation. Chaque organisation met en œuvre comme elle le souhaite l'alternative. Il peut s'agir du remisage d'un véhicule de service à domicile ou la prise en charge d'un taxi ou transporteur privé par l'employeur.**
- **L'échelle globale, commune à tous les utilisateurs de l'outil web. C'est le gestionnaire de l'outil web qui organise l'alternative, en tissant des partenariats avec des compagnies de transport (VLC-TRP ou taxis…) ou de TC. Cette alternative est proposée comme un service inclus dans la tarification du service de covoiturage. Elle est en principe auto-financée.**

Description de l'action

Recenser les solutions possibles et existantes sur l'agglomération Nouméenne et proposer une collaboration avec elles via des systèmes d'adhésion ou d'abonnement groupés/communs à l'ensemble des partenaires.

Objectifs stratégiques

Se concentrer sur les mouvements pendulaires de l'agglo ;

Rendre le covoiturage facile ;

Rendre le covoiturage sécuritaire

Objectifs opérationnels

- ➔ Inciter à la pratique du covoiturage
- ➔ Proposer des outils adaptés aux besoins du covoiturage
- ➔ Cultiver la confiance
- ➔ Renforcer la sécurité des déplacements

Déroulé

Étape 1 : - recenser les solutions possibles et proposer un panel de solutions pour le groupement ;

Étape 2 : - proposer un cadre commun et adapté à l'utilisation de ces solutions ;

Indicateurs de suivi et d'évaluation

- *Nombre d'utilisateurs ayant recours à ces solutions ;*
- *Coût pour la structure ;*



8| SIGNALETIQUE ET INFRASTRUCTURE _ INFORMER SUR ET PARTICIPER AU DEVELOPPEMENT DES AIRES DE COVOITURAGE DU GRAND NOUMEA (stations d'autopartage)

Le covoiturage Domicile-Travail peut se pratiquer de deux façons différentes : le covoituré peut être récupéré à son domicile ou dans un lieu relais (aire de covoiturage).

Le SMTU, dans le cadre de la réalisation de sa ligne structurante de transport en commun, Néobus, a réalisé des parkings relais afin de favoriser l'intermodalité voiture/TC. Il est donc intéressant de s'approcher et de s'appuyer sur le SMTU afin que celui-ci soit moteur sur ladite action.

Description de l'action

L'action consiste à développer des aires de covoiturage afin de favoriser ces pratiques. À ce jour il n'existe pas d'aire sur le Grand Nouméa ; néanmoins des pratiques existent notamment pour des distances longues vers Tontouta ou vers Goro (usine du sud) qui s'opèrent depuis des parkings de centres commerciaux.

Afin d'alimenter la réflexion globale sur l'aménagement d'aire de covoiturage, il serait intéressant de mettre en œuvre une expérimentation de l'intermodalité covoiturage TC en utilisant comme points de rencontre des parkings, notamment par exemple le parking relais Tanéo situé à Dumbéa Centre (ou un autre P+R du SMTU). Cette expérimentation permettrait de recueillir de la donnée afin de définir le contour des besoins en aires de covoiturage dans l'agglo et d'identifier les usages et comportements des utilisateurs.

Les conditions pour la réussite de ces aires de covoiturage sont nombreuses: elles doivent être facilement accessibles, sécurisées, gratuites, proches des pôles d'échanges intermodaux. La sécurisation peut passer par le fait de les localiser dans des endroits passants et éclairés ou par des moyens plus lourds tels que le gardiennage ou la vidéo protection. Les solutions sont à adapter en fonction de la localisation.

Objectif stratégique

Rendre le covoiturage attractif ;

Rendre le covoiturage sécuritaire.

Objectifs opérationnels

- **Créer un cadre propice au covoiturage**
- **Inciter à la pratique du covoiturage**
- **Démarrer l'impulsion : lancer la pratique**
- **Renforcer la sécurité des déplacements**

Déroulé

Étape 1 : mettre en œuvre une expérimentation sur un ou des parkings relais du Néobus en concertation et partenariat avec le SMTU et la Ville de Dumbéa.

Étape 2 : - confirmation et identification du besoin (faire le lien entre les différents documents stratégiques _ SGTM, PDAN et les résultats de l'expérimentation).

Étape 3 : - études et travaux

Indicateurs de suivi et d'évaluation

- *Nombre de places réalisées sur les aires de covoiturage ;*
- *Nombre d'utilisateurs*

9| FAVORISER L'INTERMODALITE TRANSPORT EN COMMUN (ET AUTRES MODES DOUX) ET COVOITURAGE

L'intermodalité réside dans le fait d'utiliser plusieurs modes de transport durant un même temps. En Nouvelle-Calédonie et bien plus généralement dans l'agglo, les moyens mis en œuvre n'ont eu de cesse d'évoluer afin de permettre aux usagers de bénéficier d'une intermodalité. Qu'il s'agisse d'un trajet en modes doux, en transports en commun ou en covoiturage, l'objectif est de permettre une gamme de services complémentaires pour transporter les personnes jusqu'à leur destination définitive.

Description de l'action

Cette action consiste à sensibiliser les différents acteurs qui sont susceptibles d'apporter ou de contribuer à des solutions possibles afin de favoriser l'intermodalité entre différents modes de transport, notamment les TC et le covoiturage. L'une des solutions envisageables serait de joindre une expérimentation intermodale Covoiturage-TC-modes doux à celle qui sera portée sur les aires de covoiturage (action 8) en concertation avec le SMTU.

L'objectif final étant de rendre effective l'intermodalité covoiturage – autres modes de transport au travers de l'outil pays Këdia.

Objectifs stratégiques

Rendre le covoiturage attractif ;

Se concentrer sur les mouvements pendulaires de l'agglo ;

Rendre le covoiturage facile.

Objectifs opérationnels

- ➔ Démarrer l'impulsion : lancer la pratique ;
- ➔ Inciter à la pratique du covoiturage ;
- ➔ Renforcer la sécurité des déplacements.

Déroulé

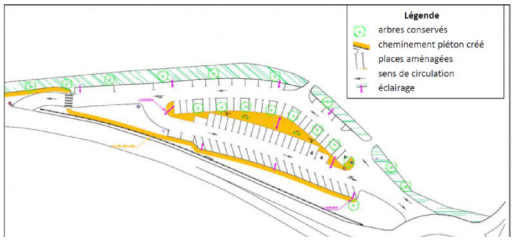
Temps 1 : *travail de recensement et d'élaboration de solutions intermodales envisageables sur l'agglo et proposer une expérimentation à l'échelle de l'agglo rattachée à l'action n°8.*

Temps 2 : *sensibiliser l'ensemble des acteurs (collectivités, populations, entreprises, etc.) par le biais du plan de communication.*

Temps 3 : *développer l'intermodalité covoiturage sur la plateforme Këdia.*

Indicateurs de suivi et d'évaluation

- *Part de l'intermodalité covoiturage-TC*



10| ELABORER UN GUIDE D'AMENAGEMENT SIMPLIFIE D'AIRES DE COVOITURAGE A L'ATTENTION DES COLLECTIVITES

En province Sud et en particulier dans l'agglomération Nouméenne, une initiative a été prise par la ville de Mont-Dore avec la mise en place d'un espace dédié au covoiturage à Boulari. Ce fut le premier équipement de ce genre sur l'agglo. En dehors de cette initiative, les covoitureurs doivent se contenter des parkings commerciaux.

L'initiative doit être poursuivie à l'échelle de la province afin de promouvoir la pratique du covoiturage et autres modes actifs par le biais de l'intermodalité. Un enjeu majeur qui relève du maillage du territoire se pose alors : la nécessité de garantir des aménagements cohérents et homogènes.

Description de l'action

L'action consiste à élaborer un guide d'aménagement simplifié et partagé pour l'aménagement d'aires de covoiturages à l'attention des techniciens des collectivités, des gestionnaires de voiries, des aménageurs, etc. La représentation des aires de covoiturages peut s'appuyer sur plusieurs caractéristiques : nombre de places, localisation par rapport au réseau routier ou au tissu urbain, services proposés, type d'aménagement, intermodalité, communication, signalétique, présence d'éclairage, gestionnaire...

Objectif stratégique

Rendre le covoiturage attractif ;

Rendre le covoiturage sécuritaire.

Objectifs opérationnels

- ➔ Créer un cadre propice au covoiturage
- ➔ Inciter à la pratique du covoiturage
- ➔ Démarrer l'impulsion : lancer la pratique
- ➔ Renforcer la sécurité des déplacements

Déroulé

Étape 1 : identifier et mettre en place un cadre de réflexion partenarial autour du thème afin de définir collectivement le besoin.

Étape 2 : - rédaction du guide.

Étape 3 : - validation.

Indicateurs de suivi et d'évaluation

- *Nombre de places réalisées et nombre d'aires de covoiturage réalisées ;*
- *Nombre d'utilisateurs*

PARTIE 5 – Conclusion & perspectives



6 - Conclusion

6 -1 - Des actions variées traduisant les priorités de la province sud et la multitude d'acteurs associés

Le plan d'actions proposé définit un cadre global qui englobe 3 thématiques principales pour un développement du covoiturage en province Sud :

- la définition du potentiel cible, avec un focus particulier sur un bassin d'expérimentation restreint (groupement d'acteurs) pour une première étape de mise en œuvre des actions avant que celle-ci ne soit déployée à une échelle de population un peu plus importante ;
- l'appui à l'attractivité de la pratique par la mise en œuvre de mesures incitatives et un plan de communication à la fois ciblé et global par le biais de plusieurs canaux ;
- la création ou le renforcement des outils nécessaires à la démocratisation et à l'appropriation de la pratique par la population.

Une mise en œuvre réussie du Schéma provincial du covoiturage doit reposer sur une implication forte et active de la part d'un certain nombre d'acteurs. C'est dans ce sens que la province Sud a validé l'association d'acteurs privés/publics (entreprises, collectivités, syndicats mixtes, scolaires/universitaires, etc.) dans la démarche, et ce, depuis le début de la mission.

6 -2 - Les premières étapes de la mise en œuvre : des actions à faibles coûts

Les premières étapes de la mise en œuvre regroupent des actions de mise en relation d'acteurs basées sur l'évaluation du potentiel restreint de covoitureurs (partenaires mobilisés). Les coûts mobilisés vont surtout concerner le déploiement du plan de communication à l'échelle globale. En fonction du portage de l'action et du choix du support, nous serions sur des montants assez faibles qui peuvent être inscrits en budget de fonctionnement. Le budget

global reste à être affiné en fonction du plan de communication validé par l'ensemble des acteurs et du maître d'ouvrage pilote.
Cette première étape va surtout mobiliser du temps passé pour les référents de chaque structure, mais aussi, dans une moindre mesure, les directions.
La définition du modèle économique pouvant faire l'objet d'une prestation extérieure ne semble pas mobiliser un budget conséquent (*à définir à partir d'un devis*).

L'étape de définition et de mise en œuvre d'outils constitue l'étape qui nécessite en même temps du budget en fonctionnement et en investissement.
Les actions telles que la création et la mise en place d'outils dédiés (intranet, Outlook, etc.), de compagne de communication, etc. constituent des actions réalisables à budget constant.
Les actions d'aménagement d'infrastructures et de création d'outils un peu plus développés ou à destination du grand public nécessitent quant à elles un budget spécifique inscrit en investissement comme par exemple :

- l'aménagement d'aires de covoiturage (sur la base de 2 aires simples de 50 places chacune ou d'une aire bien équipée => coût de l'investissement estimé **40 M XPF** ;
- la mise en place d'une appli web => coût estimé entre **6 M XPF** et **10 M XPF.**

Voir fiche action n° 8

6 -3 - Un déploiement des actions à prévoir à court et moyen terme.

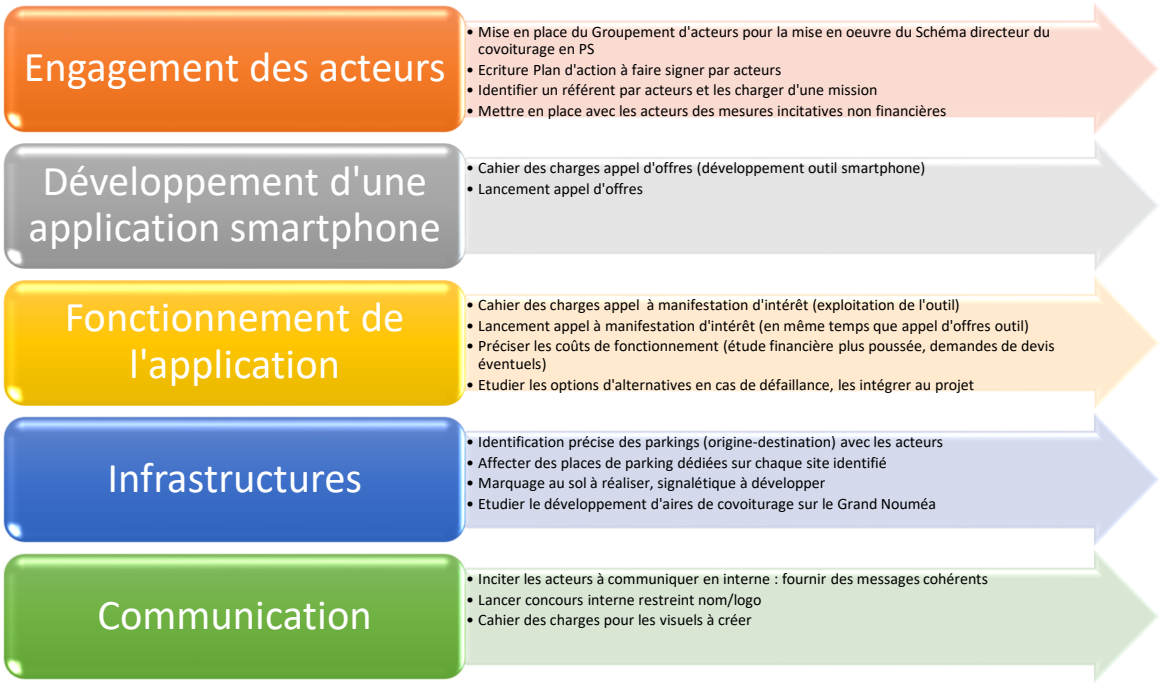
Les premières actions nécessaires au lancement du plan global (mise en relation, communication, etc.) peuvent être lancées très rapidement, soit second semestre 2020. Elles doivent être enclenchées à la suite de cette étude afin de garder le dynamisme déjà présent entre les différents partenaires.
Quant aux actions nécessitant de gros investissements, le semestre 2 de l'année 2020 peut-être consacré à la préparation des dossiers de consultation et à l'inscription aux budgets. Le 1er semestre 2021 pourrait être consacré aux lancements d'appels d'offres / appels à manifestations d'intérêt et le début des études afin d'espérer le lancement de travaux avant 2022.

6 -4 - La nécessité d'un accompagnement pour la mise en œuvre du plan d'actions.

Les ambitions portées par ce Schéma par la province Sud et ses partenaires ont une portée assez conséquente à l'échelle de l'agglomération et bien plus encore.
En fonction des ressources dont la province Sud et ses partenaires disposent, ils peuvent envisager l'accompagnement dans la mise en œuvre de certaines des actions par un prestataire extérieur, notamment pour la partie communication, recherches d'outils et mise en relation d'acteurs.

7 - Prochaines étapes

Suite à la priorisation des actions, voici les prochaines étapes que nous proposons :



8 - Perspectives sur la phase 4 - Expérimentation

2 options sont possibles :

8 – 1 - Option lourde ou complète

Ayant compris qu'il s'agit d'un outil essentiel, nous prenons le temps de développer une application pour smartphone et nous lançons une expérimentation à partir de cette application, avec les acteurs identifiés. Cette option ne pourra être réalisable avant plusieurs mois, le temps de financer et développer cette application. Elle implique ainsi de décaler le calendrier prévu par le cahier des charges.

8 – 2 - Option allégée (choisie)

Nous lançons une expérimentation plus légère et plus proche dans le temps, sans l'outil application smartphone.

- Nous travaillons avec les acteurs définis pour identifier et rendre visibles des zones géographiques de points de rencontre, d'aires de covoiturage, de parkings de covoiturage (origine et destination). Cette visibilité peut se faire facilement au moyen de peintures au sol, installation de panneaux. Les éventuels freins peuvent résider dans des refus d'accès à des zones identifiées (Dumbéa Mall par exemple). On peut toutefois contourner ces freins en utilisant des zones géographiques

proches et faciles d'accès (subdivision sud à côté de l'ancien péage ou parking SMTU médiathèque Dumbéa).

- Les acteurs peuvent utiliser leurs propres outils internes (intranet) et/ou le site web covoiturage.nc existant pour regrouper les covoitureurs potentiels.
- Une communication commune à tous peut facilement être mise en œuvre.