

## rapport atelier pratique mobilité

Jedi, 03 octobre 2024 au Palace | 09h - 13h

Atelier animé par Bart Busschaert et Frederik Vervaecke du [Scelta Mobility](#).

### Pourquoi faire un plan de mobilité ?

- Accessibilité pour tout type de public et leur moyen de transport
- Sécurité
- Durabilité
  - Réduire émissions
  - Meilleure utilisation de l'espace
- Nuisance riverain
- Améliorer expérience des visiteurs
- Réduction des coûts à long terme, pas toujours remarquée

→ TIP concernant la mesure des émissions de CO2:

Exemples par secteur de bilan carbone donnent les impacts les plus importants donc les priorités : pas nécessaire de faire un bilan qui coûte cher, regardez les exemples de structure similaire!

### Comment établir un plan mobilité ?

1. Choix du lieu (si possible)
2. Faites une analyse avant de commencer...
3. ...et ensuite seulement, vous réfléchirez aux mesures à prendre → attention de ne pas commencer par les mesures "je veux un parking vélo" mais si vous ne connaissez pas les origines et moyens de transport de vos publics, ça ne sert à rien

#### 1. Analyse

- Activité quand : horaires, entrée/sortie, va et vient, employé
- Type d'activité détermine le public
  - B2B : voiture avec 1 personne dedans car voiture société
  - Famille : plusieurs personnes par voiture
- Mapper l'accessibilité du site, quelle est l'offre par les différents modes de transport ?  
→ TIP essayer vous-même, se mettre à la place du public (temps, argent, âges, etc.)
  - Quels modes
  - Capacité et qualité infrastructure (vélo, parking, trottoir, signalétique)
  - Capacité et qualité du réseau (transport commun et horaires, trafic,
- Besoins des visiteurs/employés/artistes/autres, quelle est la demande ? → TIP permet de savoir où mettre le budget communication (*bv il faut une communication complètement différente si les participants extérieurs à BXL viennent en voiture ou si les participants bruxellois viennent en transport public.*)
  - Comment et à quel moment pour que ça fonctionne ?

- Billetterie : demander les codes postaux mais attention aux visiteurs internationaux
- Enquêtes
  - Questionnaire avant spectacle par des étudiants sur tablette
  - Borne d'enquête à la fin des expositions
  - A l'accueil, comment est-ce que vous êtes venus ?
- Questions
  - Cmt
  - Avec cmb de personnes
  - D'où
  - Prêt à changer leur comportement sous quelles conditions
  - Expériences du passé

## 2. Mesures

- Sur l'Infrastructure
- Mesures de circulation : cmt guider les publics jusqu'à leur entrée
- Mesures de mobilité
  - 1 déplacement = 1 chaîne de choix → mapper les différentes chaînes de choix de nos publics sur un dessin
  - Influence des organisateurs sur les publics → informations et offres
    - Moment de l'arrivée et de départ
    - Moyens de transport : sur quoi on communique en priorité
    - Offre / réduction
      - 1 tickets de parking pour 4 personnes seulement
      - -50% ticket de train pour tout le monde, ticket gratuit pour les 100 premiers
- Mesures organisationnelles
  - Ajuster le programme en fonction des horaires des transports en commun (ex AB fin 22h30)
  - Communication / sensibilisation sur les actions de mobilités
    - Afficher sur les bords de l'écran les prochains trains / navette / co-voiturage
    - Site web : mais attention seulement 25% des visiteurs cherchent l'info sur le site
    - Combiner avec des actions fortes
    - Ambassadeur avec message positif
  - Récompenses / sanctions
    - Parking plus cher
    - Boissons gratuites pour cyclistes
    - Employé : transport commun et vélo remboursé et voiture payant ou alors offrir parking que 30j sur l'année
    - Quota carbone sur le déplacement des oeuvres
  - Est-ce qu'il faut se déplacer ? Est-ce que c'est nécessaire ?
  - Formation des employés sur la recherche de moyens de transport plus doux

- Mettre l'accent sur l'expérience, rendre l'expérience trajet confortable !
  - Podcast ou playlist pour le trajet
  - Promenade vélo animée

Quelles mesures sélectionner ?

- Pensez multimodale
- Priorité : Pied → Vélo → Transport Commun → Parking
- Pas tout communiquer, faire des choix pour nos publics pour les influencer en fonction

### **3. Mise en oeuvre du plan de mobilité**

- Planification en amont
- Créer des réflexes de mobilité en interne → 1 responsable présent dans chaque groupe de travail

### **4. Évaluation**

- Collecter des données sur les résultats mais aussi des données qualitatives de satisfaction
- Les changements de mobilité prennent du temps, ne pas se décourager
- *Exemple Ronquières passé de 300 à 2.100 cyclistes : meilleur communication et meilleur parking*