

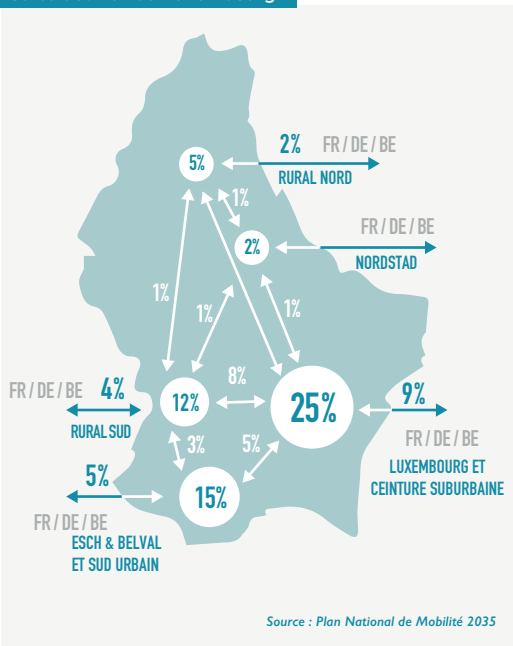
## EN CHIFFRES

**45%** des déplacements domicile-travail se font en transport individuel motorisé.

**49%** des déplacements domicile-travail des résident-es sont inférieurs à 5km.

**61%** de la part des émissions de CO<sub>2</sub> au Luxembourg provient du transport.

### Carte des flux au Luxembourg



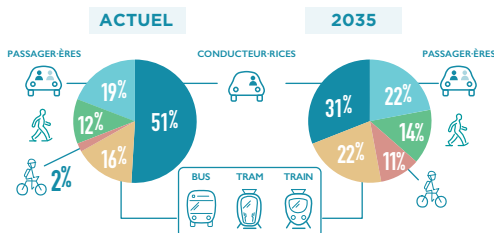
### Le taux de remplissage des voitures individuelles



### Carte des P+R nationaux et transfrontaliers



### Part modale actuelle vs. 2035



# LES AVANTAGES DU COVOITURAGE

## POUR LES COLLABORATEUR·RICES



### Avantage écologique

- **Diminution des émissions individuelles de gaz à effet de serre** : - 750 kg CO2 équivalent/an/pers (Source : Vers la décarbonation, LIST, 2022)

### Avantages sociaux

- **Diminution du stress et de la fatigue** : les déplacements domicile-travail représentent le 3<sup>ème</sup> facteur de stress après la charge de travail et le management. (Source : Ekodev)
- **Gain de temps dans les transports** : au Luxembourg, les automobilistes passent en moyenne 33h/an dans les embouteillages. (Source : étude Inrix)
- **Amélioration de la sécurité routière** : 70% des conducteur·rices affirment que le covoiturage les poussent à mieux respecter le code de la route. (Source : Enquête BlaBlaCar)

### Avantages économiques

- **2000€/an** en moyenne d'économie réalisée en covoiturant quotidiennement pour une salarié·e automobiliste, habitant à 30 km de son lieu de travail. (Source : Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires, 2023)
- **Possibilité de se passer d'un second véhicule dans le ménage.**

## POUR LES ENTREPRISES



### Avantage écologique

- **Diminution des émissions de gaz à effet de serre liées au scope 3.**

### Avantages sociaux

- **Amélioration de la marque employeur** sur les enjeux environnementaux et sur le pouvoir d'achat des salarié·es.
- **Corrélation entre la durée de trajet domicile-travail et le turnover des salarié·es** : Plus les salarié·es sont satisfait·es de leur moyen de transport, plus ils·elles se projettent longtemps dans l'organisation. (Source : Ekodev)

### Avantages économiques

- **Diminution des coûts des déplacements et de stationnement.**
- **Meilleure productivité des collaborateur·rices** : moins de stress, d'absences et de retards.



## BON À SAVOIR

## POUR LE SECTEUR PUBLIC



### Avantage écologique

- **Diminution des émissions de gaz à effet de serre, jusqu'à 30%** dans les zones de moyenne densité. (Source : The Shift Project)

### Avantages sociaux

- **Désengorgement des routes et des parkings.**
- **Amélioration de la sécurité routière.**

### Avantages économiques

- **Diminution des coûts liés à la congestion** : 1% du PIB. (Source : INRIX)
- **Diminution des coûts pour la santé et la prévoyance.**

- **Liberté de choix** : ne pas imposer aux collaborateur·rices mais plutôt offrir plusieurs options.
- **L'importance de l'acte** : en donnant de l'importance à la politique de mobilité/covoiturage, les collaborateur·rices percevront le projet comme important et s'impliqueront spontanément.
- **Partage des avancées aux équipes** : communiquer sur les résultats du covoiturage et les impacts positifs.

# LES DÉFIS DU COVOITURAGE



## POUR LES COLLABORATEUR·RICES

- **Changer les habitudes de déplacement.**
- **Trouver l'équilibre entre les diverses solutions de mobilité.**



## POUR LES ENTREPRISES

- **Équilibrer le delta entre l'investissement et la vitesse de déploiement.**
- **Définir les objectifs à long terme et adopter une approche innovante.**
- **Évaluer et atténuer le risque d'une offre non adaptée aux usager·ères.**



## POUR LE SECTEUR PUBLIC

# METTRE EN PLACE LE COVOITURAGE EN ENTREPRISE

## #1

## DÉFINIR DES PARTIES PRENANTES ET LE CADRE DE TRAVAIL

- **Identifier les parties prenantes internes et externes avec lesquelles collaborer** : services d'infrastructure, service de mobilité/flotte, ressources humaines, gestionnaire financier, service de la ville, autres entreprises de la zone d'activité, etc.
- **Avoir des sponsors et/ou ambassadeur·rices influent·es.**
- **Impliquer les collaborateur·rices volontaires** : Green Team, ou personnes qui covoitent déjà par exemple.
- **Définir le cadre de travail sur la politique de covoiturage** : identifier les objectifs et les échéances, le budget dédié, le groupe de travail impliqué ainsi que les modes et fréquences de communication en interne et en externe.

## #2

## RÉALISER UN DIAGNOSTIC

### QUANTITATIF



### QUALITATIF

#### Objectifs :

- 🎯 Définir la masse critique, les cibles et le potentiel d'usager·ères,
- 🎯 Calculer les émissions de CO2 liées aux transports domicile-travail.

#### Quelques exemples de questions à poser :

- Pouvez-vous détailler votre trajet ? (moyen de transports, temps, km)
- Définissez le nombre de jours déplacés sur site et en télétravail par semaine.
- Êtes-vous au courant du programme de covoiturage proposé par l'entreprise ?

#### Si le·la collaborateur·rice covoiture :

- Depuis combien de temps ?
- Combien de fois par semaine/mois ?
- Covoitrez-vous avec une personne de la même entreprise ?



#### Moyen suggéré :

Réaliser une enquête mobilité simple en ligne.

#### Objectif :

- 🎯 Comprendre le fonctionnement de ses collaborateur·rices pour proposer une offre adaptée aux besoins.

#### Quelques exemples de questions à poser :

- Quelle est votre commune de départ ?
- Quels sont les principaux freins à la pratique du covoiturage ?
- Quels avantages vous pousseraient à covoiturer ?
- Quel rôle l'entreprise doit-elle prendre ? Comment peut-elle promouvoir davantage le covoiturage ?

#### Si le·la collaborateur·rice covoiture :

- Quelles sont vos motivations à faire du covoiturage ?
- Quelles sont les difficultés que vous rencontrez pour covoiturer ?
- Pouvez-vous nous décrire votre expérience de covoiturage ?



#### Moyen suggéré :

Réaliser des entretiens individuels avec des employé·es volontaires et/ou groupe de travail, ou intégrer ces questions dans l'enquête mobilité.



## BON À SAVOIR

- Utiliser certains éléments de réponses déjà disponibles.
- Un questionnaire envoyé par la direction aura plus d'influence.
- Déployer le questionnaire sur les canaux habituels : newsletter, écrans des locaux, stand près de la cafétaria, QR code sur la porte du parking/ascenseurs.
- Le questionnaire doit être rapide et peut s'inscrire dans un questionnaire de mobilité plus global.

## #3 DÉFINIR ET METTRE EN PLACE UN PLAN D'ACTION COVOITURAGE

### ÉTAPE 1 = Définition de la stratégie d'action

- Fixer des **objectifs** et donner la justification/le sens.
- Définir des **leviers d'action** pour répondre à ces objectifs.
- Envisager la **mutualisation** de certaines actions de mobilité avec des organisations voisines.



### ÉTAPE 2 = Sélection des outils

- Définir le **principal support de mise en relation** : utilisation d'une plateforme de covoiturage (interne/externe, inter-entreprise) ou autres supports.
- Identifier de potentiels **éléments de mise en relation complémentaires** (point de contact interne, activité de rencontre covoiturage, cartographie des lieux de résidence des potentiels covoitureur-euses).
- Proposer des **outils incitatifs** répondant au mieux aux habitudes et attentes des employés (résultats issus du diagnostic).

#### Quelques avantages possibles pour inciter à covoiturer :

- ✓ **Places de parking gratuites ou moins chères**, places réservées (accès garanti à un stationnement).
- ✓ **Carte essence** ou **bon d'achat** d'entretien de véhicule.
- ✓ **Financement incitatif** à chaque covoiturage effectué.
- ✓ **Flexibilité** dans les horaires d'arrivée et de départ pour répondre aux impératifs des covoitureur-ses.
- ✓ **Solutions de dépannage** en cas de problème de retour avec un-e covoitureur-se (prêt d'un véhicule de société, remboursement taxi).



#### BON À SAVOIR

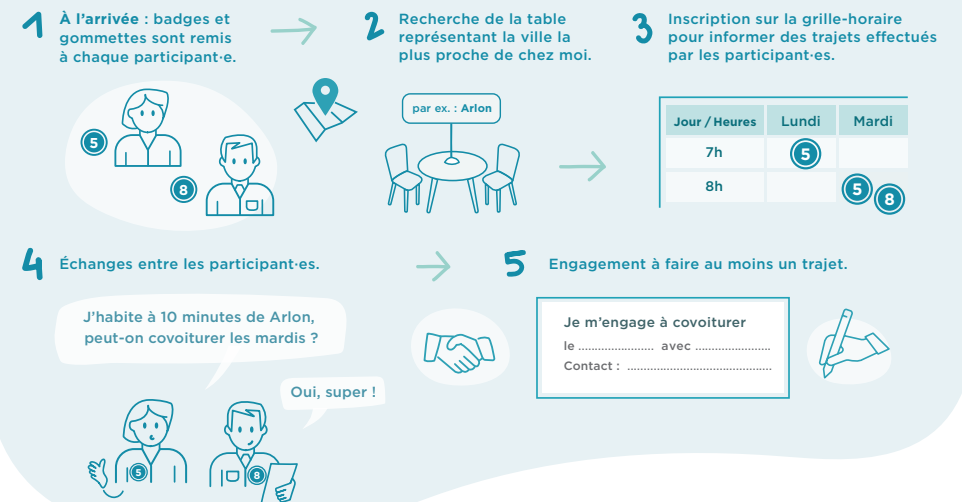
→ Une **politique de covoiturage s'inscrit dans un processus à long terme** : 1 à 3 ans pour avoir un vrai changement d'habitude.

- **Les communications et les actions doivent être régulières** (trimestrielles, biannuelles ou annuelles).
- **La participation de la direction est clé pour la réussite.**
- **Il existe déjà beaucoup d'événements en entreprise. Les événements de mobilité peuvent s'inscrire dans des événements déjà existants** : événements annuels, début d'année, semaine européenne de la mobilité, etc.
- **Pensez à mutualiser certaines actions avec d'autres organisations.**

### ÉTAPE 3 = Mobilisation et communication

- Identifier les formats des **actions de lancement** : campagne de sensibilisation, faire témoigner d'autres entreprises ou des expert-es, etc.
- Créer des **supports de sensibilisation et des communications adaptées** à l'attention des personnes qui covoiturent déjà, mais aussi à celles qui ne le font pas encore, à la direction, etc. Communiquer à des moments clés pour donner du sens.
- Mettre en place des **actions de mobilisation**.
- Accompagner la **prise en main des supports** de mise en relation.
- Mobiliser les **équipes**. Voici quelques exemples de mobilisation : des présentations et prise en main des supports de mise en relation, des challenges mobilité ou encore des Speed meeting pour rencontrer un-e autre collaborateur-riche effectuant le même trajet.

#### LE SPEED-MEETING DU COVOITURAGE (en 5 étapes)



### ÉTAPE 4 = Suivi et évaluation

- Faire un **suivi** et une **évaluation** : recueillir des commentaires, évaluer l'efficacité, visibiliser les actions.
- **Ajuster** les communications et actions en fonction des retours et des résultats.



## EN PRATIQUE

### Répondre aux freins

Question de confiance...

« J'hésite à faire du covoiturage. J'ai peur de voyager avec des inconnu-es. »

« Les sites de covoiturage proposent des profils complets avec toutes les informations importantes sur les utilisateur-rices, avec des systèmes de notation en garantie. Cela permet de choisir des personnes de confiance. »

Question d'habitude...

« Je suis habitué-e à voyager seul-e, je ne suis pas sûr-e d'aimer le covoiturage. »

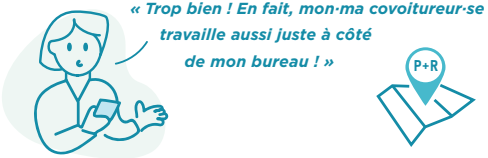
« L'ambiance et la convivialité du covoiturage rendent les trajets beaucoup plus agréables. Rencontrer de nouvelles personnes peut vraiment transformer un voyage monotone en une expérience plaisante. »



Question d'assurance...

« Je me demande si les passager-ères sont bien assurés-es en cas d'accident. »

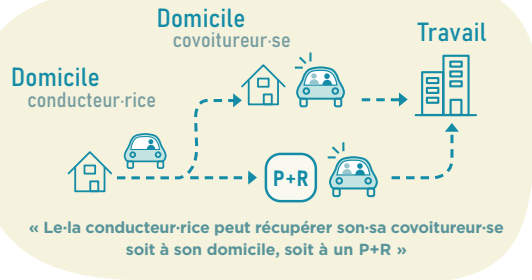
« Tout-e propriétaire de véhicule doit souscrire à une assurance responsabilité civile, qui couvre tous les dommages causés à des tiers-ces lors d'un sinistre. Les passager-ères d'un covoiturage sont donc protégés-es par cette assurance obligatoire. »



Question d'organisation...

« Aucun-e collègue n'habite près de chez moi et je ne souhaite pas faire de détour... »

« Regarde s'il y a un P+R sur le trajet pour créer un point de rencontre et éviter les détours. »



Question de changement de plan...

« Comment être sûr-e d'avoir une solution de retour en cas d'imprévu ? »

« L'entreprise doit proposer des alternatives pour permettre une garantie de retour en cas de besoin :

- Véhicules en autopartage disponibles 24h/24
- Remboursement d'un taxi/VTC »



#### BON À SAVOIR

Gardez en tête que le covoiturage est une solution alternative au trajet individuel et qu'il n'est pas nécessaire de le pratiquer au quotidien. Commencer par des trajets ponctuels est déjà une bonne première étape.

## EN PRATIQUE

### S'inspirer des organisations au Luxembourg

Permettre de faire des économies...

« Le parking est gratuit pour les covoitureur-ses, au lieu de 6€ par jour pour les personnes seules. En pratique, il faut simplement passer 3 badges à l'ouverture du parking pour le rendre gratuit. Si des personnes fraudent, l'accès au parking leur est bloqué durant un mois. »

Entreprise de 2 800 salarié-es, en quartier urbain

Faire évoluer les consciences...

« Il faut travailler sur la première fois. Le plus difficile, c'est de commencer à covoiturer. Pour cela, nous profitons d'autres événements, pour rencontrer les collaborateur-rices et les aider à installer l'application, à comprendre son fonctionnement, à déconstruire les a priori, etc. »

Entreprise de 1 500 salarié-es, en quartier urbain

Libérer des places de parking...

« Il fallait faire passer un message fort, montrer l'importance du projet. Pour cela, on a transformé les places de parking réservées à la Direction, proche de la porte d'accès, en places de covoiturage. »

Entreprise de 500 salarié-es, en quartier péri-urbain

Montrer l'exemple...

« L'implication de la direction est un facteur clé de succès. Notre directeur prend 1 fois par semaine un-e collaborateur-riche en covoiturage. Cela lui permet de mieux les connaître et d'apprécier le climat social de l'entreprise. »

Entreprise de 100 salarié-es, en quartier péri-urbain



#### BON À SAVOIR

Le covoiturage doit être l'une des composantes de la politique de mobilité globale d'une organisation. L'entreprise doit pouvoir proposer des solutions multiples et complémentaires : favoriser l'usage des mobilités douces (vélo, trottinette, marche, etc.), des transports en commun, de l'autopartage et de la flexibilité au travail (horaires flexibles, télétravail, bureaux satellites, etc.).



