RESEAU ESPACES VALLEENS
Massif des Alpes

Journée Partage d'expériences
HAUT CHABLAIS - 1° Juillet 2014

LA MOBILITÉ EN ZONE DE MONTAGNE :
« QUELS MODES DE TRANSPORTS ALTERNATIFS A LA VOITURE DANS LES VALLEES DE MONTAGNE ?
POUR QUI ET POUR QUOI FAIRE ? »

Salle du Baron au Lac de Montriond

SYNTHESE ET ENSEIGNEMENTS DE LA JOURNEE

l'Europe s'engage sur le Massif Alpin
Fonds Européen de Développement Régional
UNION EUROPÉENNE
Premier ministre
COMMISSARIAT GÉNÉRAL À L'ÉGALITÉ DES TERRITOIRES
cget
RhôneAlpes Région
Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

CONTENU DE LA SYNTHESE

Liste des participants p 3

1. Le déroulement de la journée p 4

2. Synthèse des constats et propositions issus de la table ronde et des ateliers p 5

- Annexe 1 : compte-rendu de la table ronde (format texte + tableau exhaustif des interventions) p 8

- Annexe 2 : fiches de restitution des 3 ateliers p 19

1. LE DEROULEMENT DE LA JOURNEE

Temps 1 : la table ronde.

Avec les témoignages des Espaces valléens

- Haut-Chablais : navettes interstations été et hiver, information en temps réel
- Haute-Maurienne : approche globale mobilités douces
- Queyras - Schéma de desserte des navettes touristiques
- Pays du Mont-Blanc : Facilibus, transport à la demande
- Val d'Aoste- Grand Paradis **:** transport à la demande, VAE
- CDT 05 : billet unique Paris Montgenèvre
- *A*rlysère : offre globale de mobilité douce
- Pays des écrins : navette Dormillouse
- PNR Rhône Alpes : étude sur les mobilités

Temps 2 : le buffet du terroir

Excellentissime. Forte mobilisation des équipes pour un accueil parfait. Tous les produits consommés sont d'origine locale !

Temps 3 : Démonstrations

- Le back-office du système d'information des usagers du Haut-Chablais
- AlpInfonet - Plateforme alpine pour les déplacements sans voiture, Système d'information multimodal
- Itinerario, application mobile

Temps 4 : les ateliers en sous groupe et leur restitution

3 sujets sont approfondis en ateliers :

- Gouvernance, les bons outils aux bonnes échelles
- Communication et mobilisation locale pour sortir de la culture du « tout voiture
- Développement des écomobilités en territoire touristique de montagne : quelles finalités ?

2. SYNTHESE DES CONSTATS ET PROPOSITIONS DE LA JOURNEE

Introduction de la journée

Les facilités d'accès et les facilités de mobilités deviennent un élément clé du choix d'une destination touristique, notamment de la part d'une population urbaine qui a l'habitude d'utiliser différents modes de déplacements.

Pour rester compétitives, les destinations touristique des Alpes, y compris (et peut-être même surtout) les espaces valléens se doivent d'intervenir sur les mobilités et leur accessibilité en proposant toutes sortes de systèmes : navettes interurbaines / transport à la demande / information en temps réel aux usagers / bus électriques ou fonctionnant à d'autres modes alternatifs / voitures électriques et bornes de recharge / vélos ou VTT électriques / développement des modes doux (pistes et bandes cyclables,...) / parking-relais/ offres packagées associant transport et offre touristique/ co-voiturage / …

La mobilité est un enjeu tant économique, qu'écologique, et social.

Les enjeux centraux pour une politique de(s) mobilité(s) en zone de montagne sont ainsi :

- Traiter de la mobilité touristique mais aussi mobilité résidentielle,
- Prendre en compte les spécificités des contextes montagnards topographie, pente, climat, risques naturels – en sachant intégrer les acquis plus généraux : enjeux forts d'accessibilité, de désenclavement, de limiter les coûts énergétiques,
- Conduire les actions aux bonnes échelles-- en sachant articuler les échelles d'acteurs et d'organisation - , en partant de la situation de l'usager.

D'où des objectifs clés d'accessibilité, multi-modalité, interopérabilité, structuration de la gouvernance, et bien sûr atteindre la masse critique d'écomobilités.

Nous reprenons ici des points clés de constats et propositions issus de la table ronde, des présentations et des ateliers :

- Optimiser l'information combinée touristique et de transport,
- Construire (et communiquer sur) une offre globale centrée sur l'usager, pour atteindre la masse critique d'écomobilités
- Structurer la gouvernance.

Optimiser l'information combinée touristique et de transport

Information et communication sont des leviers essentiels de la politique mobilité, à l'échelle locale comme du Massif alpin.

- **Le Réseau d'information sur la mobilité durable pour l'espace alpin AlpInfoNet** s'attache à améliorer et relier les systèmes d'information existants concernant le transport et le tourisme afin de favoriser l'accessibilité de l'espace alpin et la mobilité locale. L'enjeu n'est pas de créer une « super-plateforme » mais une mise en réseau des SIM Systèmes d'Information Mobilités, avec actualisation des données publiques.
  Les deux écueils principaux pour interopérabilité sont les écueils techniques liés aux modes de construction des données (interfaçages des données, très couteux), et l'écueil de gouvernance (politique, partage d'enjeux, d'échelle).

http://www.alpinfonet.eu/SiteAssets/French.pdf

Construire (et communiquer sur) une offre globale centrée sur l'usager

La cible : populations touristiques et résidentes.

- En premier lieu, partir de l'usager, de ses besoins, mettre le client au centre de l'action. Identifier l'usager cible pour définir l'offre, il peut y avoir des arbitrages à faire. La communication doit mettre en avant les avantages, l'intérêt concret de l'usager à faire bouger ses habitudes.
- Localement, avoir une approche globale des transports, construire localement un bouquet de solutions /de services de transport conçus et organisés en cohérence (exemple de la Haute Maurienne). Coupler l'offre touristique avec l'offre de transport ; ceci suppose une bonne connaissance de l'offre, une concertation et une information amont - OT, socio-professionnels, opérateurs de transport -. Coordonner des réseaux de transport pouvant être conçus spécifiquement. Tout ceci demande en corollaire de travailler sur la lisibilité de l'offre.

Communiquer sur les mobilités durables

- Mettre le transport au cœur du processus, travailler sur la mise en cohérence des points saillants du système de transport et la communication : signalétique et matérialisation des points d'arrêts, cohérence des visuels pour l'ensemble des modes alternatifs à la voiture.
- Pour cela un accompagnement des acteurs est nécessaire, avec des temps formatifs transversaux rassemblant la diversité des professionnels et acteurs concernés par un maillon de la chaîne des transports -dont les usagers-. Valoriser les modes alternatifs à la voiture, être sur les réseaux numériques avec une page web transport.

Des propositions à l'échelle du Massif

- Mettre en synergie les expériences pour éviter de « tout refaire à chaque fois » - en travaillant également sur des marqueurs communs (voiture électrique)
- Se doter d'une page HTLM commune sur les transports, avec un cadre de communication commun (dont Charte graphique visuelle commune, argumentaire commun) permettant d'homogénéiser l'information sur les transports et donner de la lisibilité.

Structurer la gouvernance

Les constats

Tout au long de la journée sont soulignés les problèmes récurrents des opérateurs, nombreux, et qui ont des intérêts différents. Les objectifs, les contraintes et les échelles de compétences pouvant apparaître difficiles à concilier. Il y a émergence de nouveaux acteurs, les compétences ne sont pas toujours aux bonnes échelles.

Difficultés classiques : les territoires / le conseil général *(exemple, les territoires souhaitent un cadencement suffisant).* L'association des transporteurs *(avec la question récurrente de déjouer les ententes entre transporteurs)*, avec l'enjeu de passer d'une situation concurrentielle à un travail en commun comme le souligne Arlysère. Les accords difficiles à trouver avec les remontées mécaniques *(par exemple sur les horaires, sur le transport réservé au personnel).*

Les enjeux et propositions

Il est nécessaire de structurer le dialogue et la gouvernance : sensibiliser, associer les opérateurs touristiques et de transports qui se connaissent peu.

Mieux identifier et clarifier les compétences, installer une gouvernance multi-niveau et multisectorielle. Ceci passe par de la sensibilisation des opérateurs, des actions menées en concertation.

- Mettre, à l'échelle du bassin de déplacements, les AOT autour de la table, pour mettre en commun les biens et ressources. Il est proposé de ne pas attribuer de pouvoir décisionnel en propre, mais d'échanger les informations, définir des orientations, sensibiliser. Se donner la capacité de créer, par exemple, une SEM collective de transporteurs et d'hébergeurs.
- Monter **des agences de la mobilité** - à l'instar des agences de bassin -.

Le Financement est une question clé, afin de pérenniser les solutions expérimentées et structurer sur le long terme les mobilités alternatives à la voiture. La modification du modèle économique est en jeu.

La gratuité du service, intéressante le temps de l'impulsion, dévalorise à long terme l'image du service.
Plusieurs propositions sont mises en avant :

- **Etablir une déclinaison tarifaire par zone** - exemple du Haut chablais, qui travaille par zone (alvéole), avec une tarification unique par zone.
- **Imaginer des financements combinés** pour impliquer les autres acteurs socio-économiques dans le financement de ces actions qui concernent la collectivité publique : les commerces /hébergeurs à travers les PASS ; Intégration du transport dans un autre service ; envisager une action la fiscalité locale (2% du CA des remontées mécaniques ?),…

ANNEXE 1
COMPTE-RENDU TABLE RONDE DU MATIN

La Mobilité en zone de montagne : « Quels modes de transports alternatifs à la voiture dans les vallées de montagne ? Pour qui et pour quoi faire ? »

Mot de bienvenue : Sophie Nuffat, vice-présidente de la communauté de communes du Haut Chablais en charge des transports

La compétence transport « ne fait pas rêver » les élus de la Comcom. Pourtant, on retrouve les transports dans tous les autres domaines (tourisme, évidemment, mais aussi social, santé…). Les besoins en déplacement sont nombreux : population permanente, saisonniers et touristes. Le transport est une composante essentielle de l'aménagement et de l'organisation du territoire.
Originalité de la Comcom du Haut Chablais : avec la compétence transport, on a récupéré le transport vertical : ascenseurs, escalators et coursives de Morzine Avoriaz.

Introduction à la journée de travail

Cadre de la rencontre : 2014 : action de mise en réseau des Espaces Valléens, pour l'évaluation, la capitalisation et la préparation du POIA 2, avec une AMO, Claire de Séverac, GEM.ORCA et Elisabet Hauwuy, TER 3.
Cet EVAL'TOUR a été voulu, préparé et organisé par les animateurs, avec l'appui de l'AMO.
C'est une journée d'échanges et de partage d'expériences. Il s'agit de tirer des enseignements pour la suite -au niveau des Espaces Valléens eux-mêmes, et au niveau du massif des Alpes en général- .

Alexandre Mignotte, présente le projet AlpInfoNet.

Définition de la mobilité, notion complexe : « la mobilité, c'est l'intention et la réalisation d'un franchissement de l'espace géographique impliquant un changement social ». (Intention : préparation du déplacement, réflexion sur les moyens d'y arriver, recherche de l'offre satisfaisant les besoins…).

Contexte : dans les Alpes, beaucoup de communes sont en déclin démographique, sans train ni transport en commun, et en situation d'enclave routière. La question de la mobilité est donc prégnante. C'est un enjeu autant économique, qu'écologique, et social. Un enjeu : ce qu'on est prêt à gagner ou à perdre.

Pour un territoire, ce sont des ressources, qu'il faut entretenir, voire renforcer. Les ressources sont : des services (offres existantes, et offres à créer, s'adapter, innover), humaines (pas seulement les personnels étiquetés transport, mais aussi les hébergeurs, les offices de tourisme…), territoriales (développement de compétences, une organisation, gouvernance, intégration de nouveaux secteurs…), techniques (outils, infrastructures…), les clients (dépasser le raisonnement par masse critique pour un client ambassadeur), économiques.

Les objectifs de la mobilité : Accessibilité, multimodalité, interopérabilité.
Les leviers : information et communication
85% de touristes viennent en montagne en voiture : cela fait 85% de clients potentiels !

Table ronde, témoignages.

Quelles sont les actions mobilité pour permettre un séjour sans voiture ?

CDT05 : Mobilité touristique sans voiture

Un billet unique Paris-Montgenèvre (où le CG05 a négocié en direct avec la SNCF) : sur le site de la SNCF, le client peut acheter un billet Paris – Montgenèvre, où une partie du voyage est faite en train et l'autre en bus, mais avec un seul billet. Importance du nombre de visites sur le site de la SNCF.
Pratique : il a fallut créer un logiciel pour créer une gare virtuelle à Montgenèvre (20 000 €). Mise en place en décembre 2013 (trop peu de retours pour l'instant, mise en place trop tardive pour une prise en main des OT pour l'hiver 2013-14). Exigence de la SNCF : il faut une navette à chaque arrivée de ce train.
Permet de résoudre la question du dernier kilomètre : la navette qui amène les personnes qui descendent du train vers Montgenèvre a toujours existé, mais maintenant, elle attend l'arrivée du train.
Toutes les stations en rêvent… mais pour l'instant, cela n'existe que pour Montgenèvre. Le CG05 travaille pour d'autres stations.
Autre expérimentation : un office de tourisme a intégré la navette qui part de la gare dans le package « hébergement ». Si le client coche « je viens en train », une navette est à sa disposition. Le billet de la navette est facturé à l'agence de voyage, et ce prix est donc invisible pour le client. Par contre, le service est très visible ! Seul l'accès à la station est inclus, pas ensuite les trajets du séjour. En été/hiver. Dépose sur les arrêts de car.

Val d'Aoste : Développement d'un service aux randonneurs et VTT à Assistance Electrique (VTTAE).

Il faut développer les multimodalités : de bons services de base qui amènent le client à destination, et ensuite, sur le territoire, différents moyens de se déplacer, en fonction des réalités du territoire.
Le déplacement ne doit pas être seulement un trajet, mais déjà une expérience, une découverte du territoire.
Les VTTAE sont en libre-service, ils occupent 8 places dans 5 communes : 66 vélos disponibles, appréciés par les touristes, mais aussi par les habitants. La question de la maintenance a été complexe : il a fallu adapter le service à la montagne (couverture réseau pour débloquer les vélos et suivre leurs déplacements) : double solution : les abris ont maintenant tous une liaison WIFI, qui en plus est accessible aux utilisateurs (double service). De plus, les communes étant très éloignées les unes des autres, il faut maintenant harmoniser les systèmes de maintenance. L'envoi d'un SMS permet de localiser le point d'arrêt le plus proche.
Transport à la demande (TAD) : favoriser les mobilités des randonneurs entre les vallées, qui ne peuvent plus retourner au départ.

- ⇨ VTTAE : service qui fonctionne bien.
- ⇨ TAD : c'est la dernière année : évaluation du programme et recherche de responsabilisation des acteurs du territoire : en faire un service marchand (appropriation par un privé ?).

Haute Maurienne Vanoise : Estibus, Points Stop

On avait déjà des ski-bus hivernaux, il fallait travailler l'été. La Haute Maurienne a une seule vallée tout en long : cela permet de mettre en place des navettes facilement. Leurs horaires doivent être coordonnés avec les horaires des randonnées : Estibus.
Les Transports en Communs (TC), c'est bien, mais cela coûte cher : il faut aussi développer d'autres pistes : VTTAE : à la fois comme une diversification touristique et un pari : se débarrasser de la deuxième voiture des ménages (pas encore gagné…) => mise en place d'itinéraires en dehors de la route, pour qu'ils soient plus adaptés.

- ⇨ Sur le territoire, on se déplace, mais pas seulement en bus. Il s'agit aussi de développer les solidarités.

Points Stop : donner un cadre rassurant à l'auto-stop pour favoriser la pratique. Appui sur une association de Midi-Pyrénées qui a déjà mis cela en place (60 à 70% de femmes, qui n'auraient pas osé faire ou prendre un autostoppeur autrement…). Inscriptions en mairie ou sur internet : fourniture d'un autocollant et d'un plan des points stop. Modane a été associée à cette démarche, car elle a la gare avec des commerces et des services. Réception d'une brochure pour

utiliser le réseau. Aujourd'hui, les gens font très peu de stop. C'est un moyen de déplacement sur de très courtes distances. Tous les types de publics se déplacent.

Conditions de réussite : il faut que le réseau soit très visible (une très forte animation est nécessaire) + mise en avant de l'importance de la convivialité (pour les touristes, on va au-delà de la consommation d'un service, on va à la rencontre des habitants du territoire). Tarif théorique : 0.50 à 1 € pour 8 kilomètres. Les conducteurs ont ensuite le choix d'accepter d'être payés ou pas. Les personnes peuvent aller sous les panneaux sans être inscrits au réseau. Il faut développer encore l'accessibilité touristique : peut-être mettre des points stop sur les parkings de randonnée.
Ce sont des offres parmi un BOUQUET DE SOLUTIONS DE TRANSPORT. On fait du stop quand le bus passe dans trop longtemps, on prend le VTTAE le jour de beau temps…

Pays du Mont Blanc : Facilibus, TAD Transport à la Demande

On avait une grande demande de Transports en commun. Plusieurs études ont confirmé la nécessité d'un TAD, pour rabattre les populations des coteaux et des hameaux sur le grand axe de fond de vallée.
Service destiné à la population locale. 45 000 habitants. 1 200 voyages/mois : il y avait vraiment un besoin. Véhicules 9 places avec 1 place handicapé systématiquement.
Une large communication a été faite sur le lancement (radios régionales, affiches 4x3, stand sur les marchés pour les inscriptions..) : cela a permis de tout de suite lancer les demandes. Maintenant : réflexions sur la pérennisation et identification des points d'arrêt. Aujourd'hui, 20 € pour l'adhésion à l'année, et ensuite tous les transports sont gratuits à l'intérieur d'une même zone. 377 points d'arrêt. Horaires d'ouverture très larges pour accrocher les usagers. Essaye de regrouper les courses, mais en moyenne, 1.4 personnes par véhicule. (Quasiment un service de taxi, qui ont été associés à la démarche dès le départ, mais pas de réaction particulière ensuite). Des clauses de non concurrence avec les lignes TC du département ont aussi été posées.

Quelles ont été les articulations entre les acteurs, les interconnexions ?

Haut Chablais : Balad'Aulps Bus dans les 3 vallées du Haut Chablais

Principe : liaison par le bas entre les stations : il n'y avait pas de liaison par route => navette qui fait le lien entre toutes les stations et qui les relie aussi aux hébergements et aux villages + connexion avec les TC communaux.
Principale innovation : information en temps réel aux usagers. Il faut être aussi performants qu'un transport en ville, car nos touristes sont des urbains : il faut sécuriser le TC pour savoir à quelle heure on arrive => déclinaison en 2 systèmes : des bornes d'information sur les arrêts principaux ; des QRcodes sur les points secondaires + rajout d'un service SMS, car la plupart des smartphones ne sont pas connectés encore. Le service SMS est un succès : 300 demandes en 2 mois.
SMS : 0 € pour la collectivité, et 5 cents pour l'usager. Information concernant l'horaire de passage du bus arrivant, et des prochains : on peut demander les horaires en amont pour prévoir l'heure à laquelle il faut se rendre à l'arrêt de bus.

On voulait répondre à un besoin touristique : on a répondu à un besoin des habitants, et notamment des saisonniers, qui n'utilisent plus leur voiture pour aller travailler en station (tous les parkings sont payants).
Pratique : la chaîne de mise en œuvre est complexe : il ne faut pas de zone blanche (sans couverture internet), il faut que ce soit un opérateur unique qui couvre le réseau. Il faut aussi que le transporteur joue le jeu (il a été associé au départ et a tout de suite été d'accord. Plus de difficultés avec les chauffeurs qui ont la sensation d'être contrôlés).
Beaucoup d'applications qui n'étaient pas imaginées au départ, notamment pour la réponse aux réclamations des usages : il est possible de vérifier l'heure exacte du passage du bus, ainsi que son temps d'arrêt. Cela redimensionne la relation transporteur/usagers.

Val d'Aoste

Utilisation future du GPS inclue dans les smartphones : les points touristiques les plus proches, mais aussi les arrêts de bus et les moyens de transport disponibles à proximité.

Haut Chablais

On veut travailler à la mise en place d'une plateforme d'informations commune (en lien avec le CG74) sur les transports en commun du département. On travaille aussi avec les TC communaux, pour avoir un réseau complètement connecté. Le point clé c'est l'interopérabilité, afin d'élargir le réseau à long terme.
Point clé : l'argent étant public, il faut que l'ensemble des données soit public.

Ce système a aussi été permis grâce au contrat station durable : 80% de subvention sur le projet (140 000 € d'investissement, qui aujourd'hui, coûte 10 à 15 000 € de fonctionnement).

Pays des Ecrins : navette de Dormillouse

Expérimentation sur une seule semaine : fermeture de la vallée de la Freyssinière à la voiture (200 habitants permanents, 15 000 véhicules en été !) => l'aménagement d'un parking aurait été trop coûteux : proposition d'une navette.
Innovation : plus les personnes laissaient leur voiture en amont, moins ils payaient cher le transport (2 € au premier parking, 5 € au parking le plus proche).
Bilan très positif, d'autant que le projet s'est monté en 3 semaines : 43% des personnes souhaitent que le dispositif soit poursuivi en l'état. 33% qu'il soit poursuivi avec des modifications. Seules 25% des personnes étaient mécontentes.
Très bonne acceptation de la population locale (beaucoup de nuisances). La concertation a été menée trop rapidement pour être satisfaisante, mais il est facile de mieux faire.
C'est donc un bus en site propre, la route étant fermée. Les parkings étaient gratuits. Cela a soulevé une question socio-psychologique : les gens sont plus enclins à payer 5€ de parking pour garer la voiture que 2 € de navette.
On cherche aujourd'hui des partenaires financiers pour renouveler l'expérience, c'est une action qui coûte 6 000 €/semaine (une navette tous les ¼ d'heure, 3 véhicules de 19 places et 1 de 30 places. 44 000 visiteurs /été).

Queyras : Schéma de desserte des navettes touristiques

Jusqu'à l'année dernière, un SIVU (adhésion volontaire des communes) avait la compétence transport : un tarif par village, connexion difficile avec les TC communaux… En 2013, la comcom a repris la compétence transport. Etude PNR Queyras sur les mobilités douces : nécessité d'une harmonisation entre les tarifs, et des horaires.

Le CG05 desservait déjà plusieurs destinations : il n'a pas fallu créer de doublons : importance d'une concertation.
Problème : le CG05 avait déjà une tarification (3€ pour un transport depuis la gare/ tarif préférentiel des communes à 1€) : la Comcom a complété le tarif CG05 pour qu'il soit invisible pour les usagers (2€/trajet). 1€ est un tarif unique, quelle que soit la distance. Fréquentation : 4 000 personnes /été et 12 000/hiver. Ce n'est pas encore assez, mais les horaires et les habitudes sont complexes à faire changer et adapter…

Pour la saison d'hiver, encore plus complexe : les transports au sein des stations sont gratuits ! => Harmonisation intercommunale et infracommunale nécessaire. Le service est aussi beaucoup plus cher (plus de fréquences, plus de services…). Il va falloir que les communes participent au financement du service. A inclure dans les forfaits de ski ?
Les transporteurs se sont répartis les vallées et imposent leurs prix : encore plus difficile de faire descendre les prix.
A l'inverse, une innovation attractive : le Queyras propose un package « séjour », où est inclus l'offre 1€ pour la navette : beaucoup plus attractif que les TC privés. Attention, les navettes ne fonctionnent qu'en saison. En intersaison, on passe en TAD : utilisation des navettes exclusivement par les touristes.

Pays des Ecrins : au contraire, chez nous, cette navette (avec l'idée que les parkings sont payants en station) sont l'occasion d'une vraie mixité entre touristes et habitants/travailleurs : créée de la convivialité (les temps de transport sont plus longs).

Haut Chablais

On s'adosse à la DSP du CG74, grâce à un avenant, pour un tarif préférentiel : le CG accepte une perte de recette sur ce petit morceau de territoire (« alvéole tarifaire »), pour que le prix du transport soit à 1.50 €. (Attire plus de monde, et c'est une volonté politique).
Attention à la notion de gratuité, qui n'a pas vraiment d'effet levier, et qui au contraire dévalorise l'image du service. Cela devient un dû.
Pays des Ecrins : on est passé de 0€ à 1€ : impact relativement faible, puisqu'on est passé de 72 000 à 70 000 clients.

Arlysère : schéma général de transport

Opérateurs : les communes, les comcom, les remontées mécaniques. Le syndicat est chef d'orchestre, mais pas opérateur.
Pour le transport estival, on a réfléchi sur un chapelet de 17 actions à mettre en place sur 3 ans, portées par 5 maîtres d'ouvrage différents. On est passé d'une situation concurrentielle pour certains territoires à un travail en commun obligatoire. 17 actions : navette intersite ; navette spéciale VTT, VAE, applications information en temps réel, évènement autour du thème de la mobilité, communication et promotion de l'offre…

Travail partagé aussi parce qu'on est entrés sous l'angle de la diversification : le transport en commun est un moyen de valoriser les différents sites touristiques. Le syndicat travaille sur une montée en cohérence de l'offre, mais n'a que peu de leviers. L'argument porteur général reste la valorisation du territoire et la diversification.
Nous avons aussi eu la difficulté, pour les acteurs du haut, de mobiliser ceux du bas : problématique du dernier kilomètre : une fois arrivés en gare d'Albertville, comment on monte les touristes dans les stations ?

Problème aussi du portage des projets (ce n'est pas le syndicat d'Arlysère) et de la multiplicité des opérateurs.
On a développé des réseaux de transport pour les habitants et d'autres pour les touristes : comment coordonner les deux ? De plus, les besoins sont différents en fonction des territoires.

Pays du Mont Blanc

On a beaucoup d'opérateurs sur le territoire avec 10 communes, 1 communauté de communes et 11 régies de recettes. Le transporteur est prêt à jouer le jeu avec un système de mandat. Les élus veulent garder une visibilité sur le service.

Val d'Aoste

Choix entre régie ou délégation de service public ?
40 €/habitant au niveau régional avec la centrale de réservation en temps réel. Avec les transporteurs privés il vont payer la moitié mais attention ce n'est pas le même service. Ils vont passer la compétence à Grand Paradis pour 39€/habitant.

Haute Maurienne : **offre globale de transports**

Question de la lisibilité de l'offre. Il y a beaucoup d'offres (station, Conseil général, collectivités).
Il sera nécessaire de travailler ensemble sur l'offre pour booster les navettes. Plus de discussion sur les points d'arrêt que sur le coût, besoin d'un dialogue. Nous avons des difficultés communes avec les autres espaces valléens : service gratuits ou payants ? Délégation service public ou régie ? Qui sera le pilote ? Il est importance d'avoir des volontés et des capacités à travailler ensemble. S'il n'y avait pas eu les aides publiques, les élus n'auraient pas franchi le pas. Nous devons faire des progrès sur la centrale de réservation, mais aussi sur les dépliants papiers et travailler avec l'office de tourisme sur le site internet.

Indiggo : Etude Valence TGV à destination du Vercors
Etude régionale, menée avec le Parc du Vercors conscient des enjeux économiques et précurseur sur cette action innovante, mais qui isolée manque d'impact.
La région lance une étude avec trois objectifs : Approche d'expertise ; Accompagnement sur la mise en place d'actions au niveau local ; Permettre le transfert d'expérience par une multiplication des initiatives.
Parcs naturels régionaux, 2 parcs nationaux, réalisation d'un diagnostic par parc avec leurs spécificités leurs problématiques et la mise en évidence des cibles puis déclinaison des enjeux et des actions. Mutualisation du travail des parcs sur certaines actions.

Paroles des Elus

Ecrins : Difficulté de gestion, service un peu moins couteux. Peur de concurrence nécessitée de travailler ensemble.

Haute Maurienne : Problème de l'hiver et de la gratuité forte augmentation de la fréquentation. Faut-il la gratuité ou pas ? Doit-on faire participer les remontés mécaniques au financement ? Faire payer un service alors qu'avant il était gratuit c'est difficile.

Nicolas Evrard : Chamonix taxe intercommunale, dont une partie est consacrée aux transports. Plan de déplacement urbain communautaire avec une autorité organisatrice des transports de 1er niveau mixant transport urbain, ligne ferroviaire. Mixité de mobilité entre bus urbain et cars scolaires. Fort soutien de la région sur les lignes TER avec un objectif de trame train transfrontalier. Vallée éco-touristique exemplaire augmentation de plus de 30% la fréquentation des transports.

Sophie Nuffat : Communication intercommunale sur le guide des transports été / hiver. Difficulté au niveau des coûts, comment faire quand les subventions ne seront plus là, influence sur les conditions de pérennisation de l'action. Nous sommes pleins d'idées mais parfois freinés par le Conseil général. Difficulté à travailler avec la SNCF pour faire correspondre les arrivés de train et les horaires des navettes.

Table ronde, Témoignages des participants	Témoignages, modalités pratiques	Difficultés, points de vigilance	Facteurs de réussite, conditions de qualité
Sophie Nuffat, vice-présidente de la communauté de communes du Haut Chablais en charge des transports	Originalité de la Comcom du Haut Chablais : elle a aussi en charge la mobilité verticale (ascenseurs, escalators, coursives) sur la station d'Avoriaz	La compétence transport « ne fait pas rêver « les élus.	Les transports forment une problématique transversale (tourisme, social, santé, environnement, aménagement…)
AlpInfoNet (Alexandre Mignotte)	Mobilité : intention et réalisation d'un franchissement de l'espace géographique impliquant un changement social (intention : permet de prendre en compte la préparation du déplacement, la connaissance des différents moyens, l'adéquation entre l'offre et la demande...).	Contexte : dans les Alpes, de nombreuses communes sont encore enclavées (pas de train, pas de transport en commun, route en cul-de-sac).	Ressources à entretenir, voire renforcer : services (offres existantes, et offres à créer), humaines (le personnel étiqueté transport, mais aussi les autres : hébergeurs, OT…), territoriales (gouvernance, organisation, compétences associées aux bonnes structures...), techniques (outils, infrastructures...), clientèle (le client doit devenir AMBASSADEUR des solutions de mobilité), économiques. Mobilité : accessibilité, multi-modalité, interopérabilité85% des personnes vont en montagne en voiture, c'est donc 85% de clients potentiels

Table Ronde			
Témoignage	**L'action menée**	**Difficultés, points de vigilance**	**Facteurs de réussite, conditions de qualité**
CDT 05 : le billet unique Paris - Montgenèvre	Le CG05 a négocié en direct avec la SNCF. Le client achète, sur le site internet de la SNCF, un billet unique qui lui permet d'accéder à Montgenèvre depuis Paris (train puis bus).	Mise en place en décembre 2013; trop tard pour que les OT puissent se l'approprier pour l'hiver 13 - 14. Donc mauvais démarrage. Mais on attend l'hiver suivant pour tirer des conclusions.	Exigences de la SNCF : exigence d'une navette à chaque arrivée de train.
	Il a fallu créer une gare virtuelle Montgenèvre (grâce à un logiciel). Coût : 20 000 euros		Permet de régler la question du dernier kilomètre : maintenant, la navette qui avait toujours existé attend systématiquement l'arrivée du train.

1. Quelles actions sont mises en place pour permettre un séjour sans voiture ?			
Témoignage	**L'action menée**	**Difficultés, points de vigilance**	**Facteurs de réussite, conditions de qualité**
Val d'Aoste : VTT à Assistance Electrique (VTTAE) et Transport A la Demande (TAD)	VTTAE sont en libre-service. 8 endroits dans 5 communes. 66 vélos.	Il faut développer les multimodalités : de bons services de base qui amènent les clients à destination, puis une offre de déplacement sur le territoire, en fonction des réalités et des besoins.	Le déplacement ne doit pas être seulement un trajet, mais déjà une expérience, une découverte du territoire
		Adaptation de cette offre aux conditions de montagne, surtout en ce qui concerne la couverture réseau (qui sert à débloquer les vélos des bornes d'attache). Vigilance : pb des zones blanches et de la multiplicité possible des opérateurs de réseau	Double solution : les abris sont équipés en WIFI pour la gestion des vélos + WIFI en libre accès pour les usagers.
		Maintenance complexe : chaque commune (éloignée des autres) a son propre système de maintenance.	
	TAD : pour faciliter les retours au point de départ des randonneurs entre les vallées (configuration particulière des vallées du Grand Paradis).	Evaluation et recherche de responsabilisation des acteurs du territoire : en faire un service marchand ?	

Témoignage	L'action menée	Difficultés, points de vigilance	Facteurs de réussite, conditions de qualité
Haute Maurienne Vanoise : territoire écomobile	Les navettes hivernales étaient déjà existantes : Estibus pour l'été	Les horaires de l'Estibus doivent être coordonnés avec les horaires de randonnée.	Géographie du territoire : la Haute Maurienne a une seule vallée en longueur, facilite l'efficacité de la solution navette.
VTTAE	Les transports en commun coûtent cher : il faut développer d'autres offres : VTTAE		VTTAE : à la fois diversification touristique et mobilité (pari : se débarasser de la 2ème voiture des habitants… pas encore réussi)
			Mise en place d'itinéraires hors route : rendre les déplacements agréables
Point stop	Donner un cadre rassurant à l'autostop. Appui sur RézoPouce (Midi Pyrénées). Inscription en mairie ou sur internet : autocollant sur les voitures et brochure d'utilisation du réseau.	Association de Modane (gare) : dépasser les frontières purement administratives pour gagner en cohérence.	Créer une convivialité dans les déplacements très courtes distances. Mise en avant de cette convivialité dans la promotion du projet : permet la mixité des utilisateurs (habitants, touristes…).
	Tarif : 0,50 à 1 euro pour 8 km. Le conducteur accepte ou pas d'être payé.		Importance de la visibilité du réseau (une forte animation est nécessaire).
	Les personnes peuvent aller sous les panneaux point stop sans être inscrites.	Amélioration : répondre à des besoins touristiques : mettre des points stop sur les parkings de départ de randonnées ?	Ce sont des offres qui permettent d'enrichir un BOUQUET DE SOLUTIONS de transport (on fait du stop quand le bus passe dans trop de temps, on prend le VTTAE un jour de beau temps…)

Témoignage	L'action menée	Difficultés, points de vigilance	Facteurs de réussite, conditions de qualité
Pays du Mont-Blanc : Facilibus, transport à la demande (TAD)	Une grande demande de transport en commun, depuis les hameaux sur les coteaux (non desservis par les lignes classiques en fond de vallée).	aujourd'hui : réflexion sur la pérénnisation : coûte cher (20 euros/an pour l'adhésion, et ensuite, tous les trajets gratuits dans 1 même zone). En moyenne, 1,4 personne par véhicule	Grande communication au moment du lancement : journaux et radios régionaux, affiches 4x3, stand sur les marchés pour les inscriptions… Cela a permis un succès dès les premiers moments.
	Service destiné à la population habitante : 45 000 hab, 1 200 voyages/mois : un grand succès. 377 points d'arrêt.	Quasiment un service de taxi. Attention à la concurrence avec les autres réeaux de transport en commun	Prix très attractif. Horaires très larges pour accrocher les usagers.
			Association des taxis dès le début de l'opération : aucun problème. Clauses de non concurrence avec les lignes du département ont aussi été fixées.

3. Quelles sont les articulations entre les acteurs, les interconnexions ?			
Témoignage	**L'action menée**	**Difficultés, points de vigilance**	**Facteurs de réussite, conditions de qualité**
Haut Chablais : Balad'Aulps Bus / Système d'Aide à l'Exploitation et à l'Information des Voyageurs (SAEVI)	Principe : liaison par le bas entre les stations (pallier l'absence de navette), entre les villages et les hébergements + connexion avec les TC communaux.	La chaîne de mise en œuvre est complexe : il ne fait pas de zone blanche sur le parcours. Il faut un opérateur unique sur le territoire.	Il faut être aussi performant qu'un service de transport en ville, car nos usagers sont des urbains : SECURISER les transports (horaires exacts, lieux d'arrêt…).
	Principale innovation : information en temps réel des usagers (soit présence d'une borne aux arrêts les plus importants, soit par QRCode ou SMS).	Il faut que le transporteur joue le jeu (ainsi que les chauffeurs : activation de leur balise, notamment, respect des règles de fonctionnement…).	Beaucoup d'applications sont apparues qui n'étaient pas prévues au départ : justification des passages lors des réclamations des usagers, modulation des horaires en fonction des fréquentations, satisfaction des populations locales, convivialité du service...
	Au départ, répondre à un besoin touristique, finalement, utilisation aussi par les habitants (notamment les saisonniers, car les parkings sont payants en station)		

Témoignage	L'action menée	Difficultés, points de vigilance	Facteurs de réussite, conditions de qualité
Pays des Ecrins : navette expérimentale de Dormillhouse	Expérimentation d'une navette en site propre : fermeture de la vallée de Dormilhouse aux voitures (200 habitants, 1500 véhicules en été!)	Parkings gratuits, mais explications difficiles auprès des touristes : ils préfèrent payer 5 euros de parking que 2 euros de navette…	Bonne acceptation des populations locales (trop de nuisances), même si la concertation pourrait être améliorée.
	Principale innovation : plus la voiture était garée loin, moins la navette était chère (de 2 à 5 euros, en fonction de la proximité du parking).	Recherche de partenaires financiers pour renouveler l'expérience, qui coûte tout de même 6 000 euros/semaine (une navette tous les 1/4 d'heure, 3 véhicules de 19 places + 1 de 30 places).	
	Bilan très positif (seules 25% des personnes sont insatisfaites). 44 000 visiteurs/été		
	Expérimentation d'une navette en site propre : fermeture de la vallée de Dormilhouse aux voitures (200 habitants, 1500 véhicules en été!)	Parkings gratuits, mais explications difficiles auprès des touristes : ils préfèrent payer 5 euros de parking que 2 euros de navette…	Bonne acceptation des populations locales (trop de nuisances), même si la concertation pourrait être améliorée.

Témoignage	L'action menée	Difficultés, points de vigilance	Facteurs de réussite, conditions de qualité
Queyras : structuration du schéma de desserte des navettes touristiques inter-villages	D'après une étude menée par le PNR sur les mobilités douces : nécessité d'une harmonisation entre les horaires et les tarifs	Le CG05 desservait déjà beaucoup de destinations, il s'agissait de ne pas créer de doublons.	Innovation attractive : les trajets à 1 euro sont un argument commercial dans le package séjour en Queyras.
	Hors saison, les navettes sont abandonnées, et on passe en TAD pour les habitants : utilisation exclusive des navettes par les touristes car pas d'habitudes créées chez les locaux.	Difficultés dans l'harmonisation des tarifs, différents entre les transports du CG (3 euros depuis la gare), et les transports communaux (1 euro). La comcom a pris en charge la différence pour qu'elle soit invisible pour l'usager : coût important (2 euros par trajet...).	
		La saison d'hiver est encore plus complexe : les navettes communales sont gratuites.	
		Les transporteurs se sont partagés les vallées et entendus sur les tarifs : il est difficile pour la Comcom de négocier…	
	D'après une étude menée par le PNR sur les mobilités douces : nécessité d'une harmonisation entre les horaires et les tarifs	Le CG05 desservait déjà beaucoup de destinations, il s'agissait de ne pas créer de doublons.	Innovation attractive : les trajets à 1 euro sont un argument commercial dans le package séjour en Queyras.

Témoignage	L'action menée	Difficultés, points de vigilance	Facteurs de réussite, conditions de qualité
Haut Chablais		Attention, la gratuité n'a pas forcément d'effet levier. Elle peut, de plus, dévaloriser l'image du service (qui devient un dû pour les populations).	La négocation avec les opérateurs est adossée à la DSP du CG74, qui accepte donc une perte de recettes sur ce territoire ("alvéole tarifaire").
Beaufortain Val d'Arly : structuration du territoire et organisation des mobilités : développement d'une offre globale de mobilité douce	Définition d'un schéma général de transport (plusieurs opérateurs : communes, comcom, remontées mécaniques). Le Syndicat est chef d'orchestre.	Le syndicat travaille sur une montée en cohérence de l'offre, mais a peu de leviers : problème de la mutliplicité des porteurs et des opérateurs.	On est passé un système concurrentiel à un travail en commun obligatoire, grâce à l'entrée par la notion de diversification : les transports sont un moyen de valoriser les différents sites touristiques
	Transport estival : 17 actions sur 3 ans, portées par 5 maîtres d'ouvrage.	Difficulté pour les acteurs du haut de mobiliser ceux du bas sur la question du dernier kilomètre. Quel lien/mutualisation possible entre la gare d'Albertville et les stations ?	
		Difficultés de coordonner à la fois l'offre transport population locale et l'offre transport touristique, d'autant que les besoins sont différents.	

Pays du Mont-Blanc : Facilibus	11 régies de recette (pour 5 000 euros par saison)	Gestion très complexe des recettes pour un si petit budget. Il a été question d'une délégation de mandat au transporteur, mais les élus veulent conserver une visibilité directe du service.	De très nombreux points d'entrée de cette action sur le territoire : on peut s'inscrire dans toutes les mairies et à la comcom.
Val d'Aoste			Le choix de l'organisation du service (régie, DSP, opérateurs, compétences…) est essentiel.

4. Quelle lisibilité de l'offre ?			
Témoignage	**L'action menée**	**Difficultés, points de vigilance**	**Facteurs de réussite, conditions de qualité**
Haute Maurienne Vanoise	Accompagnement par un bureau d'étude : on propose maintenant une offre transversale été.	La centrale de mobilité est encore à travailler.	Le programme Espace Valléen a permis aux élus d'avoir de l'ambition (grâce au co-financement).
	Hiver, on essaye d'améliorer notre concertation avec les stations, mais pas encore abouti à quelque chose de concret.	Même problématique que le Queyras : tarifs différents, et organisation de chaque type de transport est différente aussi.	Importance d'identifier le pilote/le garant de la cohérence de l'offre de transport du territoire.
Indigo (présentation de l'action Vercors)	Une navette a été mise en place entre Valence TGV et Vercors.		
	Etude de la région Rhône Alpes : les parcs, notamment, ont identifié la problématique mobilité et sont souvent précurseurs dans les solutions proposées, qui restent pourtant isolées et ayant un faible impact. Diagnostic/parc (spécificités, logiques et cibles différentes).		
Paroles d'Elus		Difficultés de financement avec la fin des subventions des programmes. Passer de l'expérimentation à la pérennisation d'une action.	
		Difficultés de la cohérence des autorités organisatrices, avec parfois une concurrence malvenue entre les territoires et le CG	

ANNEXE 2

ATELIER 1 - GOUVERNANCE, LES BONS OUTILS AUX BONNES ECHELLES ET LES ARTICULATIONS ENTRE ACTEURS

Les questions de l'atelier

- Quelles sont les bonnes échelles en matière de transport -selon les entrées ?
- Quelles articulations développer entre les acteurs?
  - Quelles informations partager ? quelles sont les conditions de leurs diffusion et mise à disposition ?
  - Quelles compétences sont en jeu ?
  - Quelles sont les conditions pour la mise en place de politiques de transport et d'actions sur les mobilités ?
- Pour pérenniser l'action sur les territoires : comment financer à long terme l'interopérabilité ? Comment ensemble imaginer des formes de financements combinés ?

ATELIER 1 - GOUVERNANCE, LES BONS OUTILS AUX BONNES ECHELLES ET LES ARTICULATIONS ENTRE ACTEURS

Les constats - questions

Va-t-on vers un élargissement d'échelles-absorption ? de plus en plus d'actions sont en effet portées à une échelle plus grande. Ou développe t-on des pratiques de subsidiarité aux échelles les plus proches du territoire ? La logique de subsidiarité a tout son sens dans la logique client.

Complexité de relations entre acteurs, en raison d'intérêts, d'objectifs et de contraintes propres
avec les CG : les territoires essayent de faire circuler à l'intérieur, le CG veut faire circuler d'un territoire à l'autre
-> se battre pour un cadencement suffisant ;
-> pour un accompagnement sur l'ingéniérie pour les territoires
Difficultés de trouver un accord avec les remontées mécaniques : étalement des horaires pour arriver aux 35h, non correspondance des horaires pour les transports en commun que les M veulent réserver au personnel.

Le Financement est une question clé : la modification du modèle économique en jeu
Constats – financements actuels CC avec/sans CG

Question récurrente de déjouer les ententes entre transporteurs

Le fonctionnement en DSP ou en Régie
CC pays des écrins- Une Régie de transport avec 5 véhicules ; de 110 à 70€ - doublement de services de transport avec même budget –résoud le problème d'entente de transporteurs (y cc au niveau départemental)

ATELIER 1 - GOUVERNANCE, LES BONS OUTILS AUX BONNES ECHELLES ET LES ARTICULATIONS ENTRE ACTEURS

Les conditions de qualité – les propositions

En premier lieu, partir de l'usager, décisif, mettre le client au centre.
Identifier l'usager cible pour définir l'offre, il peut y avoir des arbitrages à faire

Gouvernance - Nécessité de structurer le dialogue, proposition de mettre en place une instance sans pouvoir décisionnel (à l'image du comité de bassin)

3. Mettre autour de la table, à l'échelle du bassin de déplacements, les AOT pour mettre en commun les biens et ressources- ne pas attribuer de pouvoir décisionnel en propre, mais échanger informations, définir orientations, sensibiliser. Se donner la capacité de créer, par exemple, une SEM collective de transporteurs et d'hébergeurs ; enjeu de sensibiliser les opérateurs, les partenaires

- **Monter des agences de la mobilité cf agences de bassin**
  Pour travailler sur les outils et argumentaires

Pistes de Financements

- Organisation tarifaire en fonction de la géographie des services développés
  Ex HT chablais – travail par alvéole – tarification unique par zone – négociation avec le CG = une solution pour augmenter l'offre
- Imaginer d'autres financements complémentaires
  - les commerces travers les PASS ;
  - dispositif (commune Werfenweng) -hébergeurs dans le système PASS-diffusé dans Perles alpines –implication des acteurs économiques demande un modèle économique implacable.. (portes du soleil, cotisation 10€ lit)
- Intégration du transport dans un autre service
- à travailler - la fiscalité locale – TPU – les 2% des CA des RM
- Modèle germanique – liaison par le bas ; permet de conserver les commerces par les liaisons transports

ATELIER 2. *A/* COMMENT REUSSIR LA COMMUNICATION SUR LES MOBILITES DURABLES EN AMONT DU SEJOUR – COMME CRITERE DE CHOIX D'UNE DESTINATION OU D'UN SEJOUR ?	
Les conditions de qualité	**Les points de vigilance**
• Connaitre l'offre existante sur son territoire, la communication et les supports de diffusion qui sont mis en place • Etre sur les réseaux numériques, faire une page web transport: en préparation du séjour • Coupler l'offre touristique avec l'offre de transport (réseau) • Intégrer la mission de « diffusion et communication sur l'offre de transport » dans la convention avec l'OT	• Prévoir une évaluation du projet et reconsidérer ce qui a été mise en place • Bien communiquer en amont avec les OT • Sensibiliser les socioprofessionnels et les OT sur les transports • Adapter les horaires aux temps d'activité (aller/retour) • Mettre en adéquation l'offre et la demande
Priorités sur lesquelles travailler à l'échelle « Espace valléen »	**Priorités à l'échelle Massif des Alpes**
• Valoriser les modes alternatifs à la voiture – doit apparaitre en premier sur les sites internet et la communication papier	• Travailler sur une page HTLM commune sur les transports (comment venir, comment se déplacer une fois sur place avec les différents modes de transport) • Normaliser l'information sur les transports pour plus de lisibilité (cadre de communication commun) • Charte graphique visuelle commune

ATELIER 2. B. COMMENT REUSSIR LA COMMUNICATION SUR LES MOBILITES DURABLES SUR PLACE ?	
Les conditions de qualité	**Les points de vigilance**
• Décloisonner les informations et la communication transport • Créer des nouvelles habitudes de transport pour les touristes • Connaitre les activités présentes à chaque point d'arrêt (PACA mobilité) • Vidéos dans le bus sur les activités présentes sur la ligne • Développer l'audio-guidage dans les transports • Travailler sur les points d'arrêts avec le visuel du réseau et des activités (carte interactive, pictogrammes, implantation de bornes d'information…) • Mixer le contenu des transports et des activités • Rassurer l'usager par la matérialisation du point d'arrêt • Organiser l'environnement du transport • Le transport est au cœur du processus il sert de fil conducteur (implantation antenne OT)	• Travail de sensibilisation et d'information intermédiaire avec la clientèle • Proposer des formations: qualité d'accueil • Limiter la multiplicité des informations pour ne pas noyer les interlocuteurs • Prévoir un budget de communication adapté • Ne pas dissocier les budgets transport et tourisme (à condition d'avoir les deux compétences) • S'engager dans une offre pérenne (au-delà de l'expérimentation)
Priorités sur lesquelles travailler à l'échelle « Espace valléen »	**Priorités à l'échelle Massif des Alpes**
• Travailler sur de l'évènementiel type « Semaine européenne de la mobilité dans un objectif de continuité	• Réfléchir sur les possibilités du développement de la voiture électrique, créer une culture partagée d'expérience. • Développer un argumentaire commun pour communiquer sur les transports (élus, socio-pro, etc.)

ATELIER 2. C. QUELS MESSAGES ET MOYENS POUR CONVAINCRE DE CHANGER DE MODE DE COMPORTEMENTS ?	
Les conditions de qualité	**Les points de vigilance**
• Mettre en avant les avantages: • Associer une offre de prestation avec l'offre de transport (package) • Jouer sur l'attractivité prix • Libérer l'esprit de l'usager, lui simplifier la tache • Rassurer l'usager • Sécurité, économie, facilité de stationnement… •	• Pas les mêmes bassins de vie, des solutions différentes en fonction de la géographie • Rassurer les élus, les socioprofessionnels, les usagers, les OT et les convaincre de changer des modes de transport
Priorités sur lesquelles travailler à l'échelle « Espace valléen »	**Priorités à l'échelle Massif des Alpes**
• Travailler sur de l'évènementiel type « Semaine européenne de la mobilité » dans un objectif de continuité	• Réfléchir sur les possibilités du développement de la voiture électrique, créer une culture partagée d'expérience. • Développer un argumentaire commun pour communiquer sur les transports (élus, socio-pro, etc.)

ATELIER 2. C. QUELS MESSAGES ET MOYENS POUR CONVAINCRE DE CHANGER DE MODE DE COMPORTEMENTS ?	
Les conditions de qualité	**Les points de vigilance**
• Mettre en avant les avantages: • Associer une offre de prestation avec l'offre de transport (package) • Jouer sur l'attractivité prix • Libérer l'esprit de l'usager, lui simplifier la tache • Rassurer l'usager • Sécurité, économie, facilité de stationnement…	• Pas les mêmes bassins de vie, des solutions différentes en fonction de la géographie • Rassurer les élus, les socioprofessionnels, les usagers, les OT et les convaincre de changer des modes de transport
Priorités sur lesquelles travailler à l'échelle « Espace valléen »	**Priorités à l'échelle Massif des Alpes**
• Travailler sur de l'évènementiel type « Semaine européenne de la mobilité » dans un objectif de continuité	• Réfléchir sur les possibilités du développement de la voiture électrique, créer une culture partagée d'expérience. • Développer un argumentaire commun pour communiquer sur les transports (élus, socio-pro, etc.)

ATELIER 3. DEVELOPPEMENT DES ECOMOBILITES EN TERRITOIRE TOURISTIQUE DE MONTAGNE : QUELLES FINALITES ?

Cet atelier s'est attaché à identifier les enjeux auxquels répondent les actions en faveur de l'écomobilité en territoire touristique de montagne… enjeux économiques ? enjeux sociaux ? enjeux environnementaux ? et à identifier quelle part occupe la motivation économique dans la décision de mettre en place des actions en faveur de l'écomobilité.

Les participants à l'atelier ont, pour répondre, examiné différentes formes d'éco-mobilité et pondéré les enjeux (+ / ++) .

Forme d'écomobilité	Enjeu économique	Enjeu social	Enjeu environnemental	Remarques
Navette inter-stations	+ Image	++ Permet au plus grand nombre de circuler, notamment aux jeunes et aux saisonniers, crée du lien social	++ Permet aux vacanciers et à la population locale de ne pas utiliser leurs véhicules personnels	Les comportements des vacanciers vis-à-vis des navettes inter-stations varient légèrement selon hiver /été.
Transport à la demande	+ Permet aussi aux collectivités des économies budgétaires à des périodes plus creuses	++ Crée du lien social	+ Evite de faire circuler certaines navettes à vide en périodes creuses	
Navette Hippomobile intra-stations	++ Image	+ Crée du lien social si c'est une grande calèche	++ Limitation de l'émission de GES si elle remplace une navette automobile classique	
Vélo à Assistance Electrique *(en tant que moyen de déplacement)*	+ Un mode de déplacement peu onéreux	+	++ A nuancer malgré tout en raison des batteries (quel recyclage ?)	Le VAE est un moyen de se déplacer et un produit touristique à part entière. Les territoires de montagne l'ont surtout abordé pour l'instant sous l'angle « produit touristique ».
Autostop organisé et covoiturage	-+	++ Lien social, rencontres, solidarités.	++ Moins de voitures en circulation Limitation de l'émission des GES Engagement	Les populations locales des territoires de montagne sont pour l'instant peu sensibles à ces modes de déplacements
Transport domicile – lieu de vacances	++ Image ; Accès facile ; Service supplémentaire	-+ Il y a forcément des ruptures de charge : « ce n'est pas « pratique » ; Pas de valeur ajoutée	+ Favorise l'utilisation des transports en commun et diminue le nombre de véhicules en circulation	Organisation du transport entre le domicile et le lieu de séjour

La synthèse des réflexions et échanges montre que la réponse aux enjeux sociaux et environnementaux prédomine. Certes, les territoires mettant en place des actions en faveur de l'écomobilité bénéficient d'une image « écomobile » susceptible de les rendre plus attractifs ; mais il ne semble pas que ce soit la première motivation.
Il en ressort le caractère vertueux et structurant de l'écomobilité : des stratégies qui permettent de créer du lien social, de limiter l'émission de GES et contribuer à la préservation de l'environnement tout en générant des retombées économiques directes et indirectes.

1. La mobilité, les mobilités…quelle(s) définition(s) ?

« l'intention, puis la réalisation d'un franchissement de l'espace géographique impliquant un changement social » *(V. Kaufmann, EPFL)*

MOBILE LIVES FORUM VIES MOBILES
Préparer la transition mobilitaire
http://fr.forumviesmobiles.org/

- Autant de formes et de temporalités de la mobilité que d'individus mobiles
- Autant de définitions de la mobilité que de disciplines pour s'y intéresser (sociologie, géographie, économie, …)
- Autant de définitions que de « besoins » de mobilité

→ *Approche majoritaire par les besoins (surtout en montagne)*

2. Pourquoi intervenir sur les mobilités ?

- **Un enjeu environnemental et climatique évident**
  - Ressources naturelles et énergétiques
  - Pollutions, santé publique, qualité de l'air
  - Paysages

Un diagnostic partagé à toutes les échelles
Une motivation clé des initiatives en montagne

2. Pourquoi intervenir sur les mobilités ?

- **Un enjeu social fondamental**

La notion de mobilité peut-être envisagée comme un *bien intermédiaire* qu'utilisent les personnes pour accéder à des ressources nécessaires à la satisfaction de leurs besoins et à la réalisation de leurs projets : le logement, l'emploi, et aussi les services publics et marchands, voire l'ensemble des équipements urbains. Parce que ces ressources sont inégalement réparties sur des territoires quotidiens souvent très étendus, les différences de potentiel de mobilité peuvent créer et / ou exacerber des facteurs d'inégalités sociales.

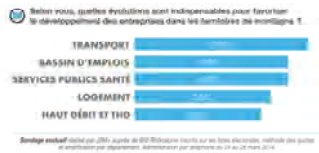
cités territoires gouvernance
http://www.citego.info/

Rompre la dépendance à la voiture
Désenclaver !

2. Pourquoi intervenir sur les mobilités ?

- **Un enjeu économique décisif**

Un constat alarmant en termes d'attractivité et de compétitivité



2. Pourquoi intervenir sur les mobilités ?

➔ **Un enjeu économique décisif**

ALP INFO NET
Sustainable Mobility Information Network for the Alpine Space

Eco mobilité

paca Mobilité

access 2 mountain

Alpine pearls

Toujours plus d'initiatives pour (re)créer de la richesse territoriale

2. Pourquoi intervenir sur les mobilités ?

➔ **Des enjeux qui révèlent autant de <u>ressources</u> clés de l'écomobilité**

• **à pérenniser, consolider, renforcer, développer…**

services	offres existantes (si pertinentes), modernisation, entretien
territoriales	dynamiques existantes et rôle de chaque territoire dans celles-ci
techniques	infrastructures et outils de la mobilité
humaines	personnels de la mobilité
« client »	panel d'usagers adeptes de l'écomobilité
économiques	budgets existants

2. Pourquoi intervenir sur les mobilités ?

➔ **Des enjeux qui révèlent autant de <u>ressources</u> clés de l'écomobilité**

• **à créer !**

services	Nouvelles offres !
territoriales	Nouvelle(s) gouvernance(s), clarification-réorg. compétences, resp.
techniques	+ d'infra et d'outils, plus cohérents, durables et interconnectés
humaines	+ de personnels, plus compétents et efficaces
« client »	Dépasser la masse critique, client « ambassadeur » de l'écomob.
économiques	Nouveaux modèles éco, nouvelles recettes, nouveaux emplois

3. Quels objectifs pour société écomobile ?

➔ **3 objectifs stratégiques transversaux**

- **Accessibilité *(lieux, territoires et services)***
- **Multimodalité**
- **Interopérabilité**

➔ **Des objectifs techniques spécifiques** (liste subjective non exhaustive)

- **Sécurité, qualité, confort, efficacité, performance, durabilité, équité d'accès, confiance, simplicité, modularité, souplesse…**

ALP INFO NET

3. Quels objectifs pour une société écomobile ?

➔ **Des objectifs mobilisant plusieurs leviers**

- Information *(donnée et système)*
- Communication *(diffuser, transmettre, convaincre)*
- Formation
- Innovation
- Évaluation
- Capitalisation
- Mutualisation
- Différenciation => notoriété, image, identité !

ALP INFO NET

Un défi incontournable…

« Le premier enjeu concret pour chacun est : accéder ! Accéder physiquement aux massifs et aux hautes vallées certes, comme l'avaient compris nos ancêtres. Mais désormais surtout accéder aux services, aux savoirs et informations, aux connaissances et aux compétences, aux marchés aux réseaux d'appui aux projets. Accéder à toute la richesse que la société met d'elle-même en circulation en particulier en circulation immatérielle (…) Entre villes et montagnes, tout restera en fin de compte affaire de mobilité et d'accessibilité. Nous voulons promouvoir entre elles une offre de mobilité plus durable, décarbonée, multimodale. »

Martin Vanier

2040

Optimisme de rigueur !

Près de 85% DES DÉPLACEMENTS LIÉS AUX VACANCES SE FONT EN VÉHICULES PARTICULIERS

Problème…?

Solution !

ALP INFO NET

Mobilités, de quoi parle t'on ?

Alexandre MIGNOTTE
Chef de projet AlpInfoNet
Régions Rhône-Alpes et Provence-Alpes-Côte-d'Azur

Rhône-Alpes

Région Provence-Alpes-Côte d'Azur