

À la frontière, les entreprises suisses et françaises incitent leurs salariés à covoiturer

13/06/2018



Il y a quelques années, Suisses et Français ont monté un projet de covoiturage dans l'Arc jurassien. Entre 2011 et 2016, le nombre de trajets en covoiturage y a été multiplié par deux. Dans les 135 entreprises aujourd'hui dans le dispositif, un quart des collaborateurs covoiturent régulièrement. Retour d'expérience sur une démarche simple mais efficace.

L'Arc jurassien, zone frontalière s'étendant côté français du sud du Territoire de Belfort au Pays du Haut-Jura, se caractérise par un fort trafic routier, principalement dû aux travailleurs français qui se rendent quotidiennement dans des entreprises en Suisse. Aux heures de pointe, certains axes sont très embouteillés. L'offre de transport en commun est très limitée. Suisses et Français ont alors décidé de développer la pratique du covoiturage.

Le dispositif tient sur deux jambes : d'un côté la mise en relation, et de l'autre la sensibilisation dans les entreprises. Aujourd'hui, le réseau en compte 135. Un quart de leurs 35 000 collaborateurs covoiturent régulièrement. Le nombre de trajets en covoiturage a été multiplié par deux entre 2011 et 2016 dans la région, d'après les chiffres annoncés.

Création des équipages

Les partenaires ont opté non pas pour une application mobile mais pour une plateforme téléphonique. *"On voulait quelque chose d'humanisé. La centrale met en relation les personnes intéressées mais les accompagnent aussi"*, raconte Benoît Morel, coordinateur du projet. Les personnes intéressées sollicitent individuellement cette centrale, qui permet de mettre sur pied des équipages, parfois de quatre ou cinq personnes.

Une fois le contact établi, les voyageurs gèrent comme ils le souhaitent leurs rapports. *"Ils sont libres, on met juste en relation, certains n'appelleront ensuite plus jamais la centrale"*, explique le Suisse. Des aires de covoiturage ont été identifiées de part et d'autre de la frontière jurassienne.

Des entreprises libres

Dans chaque société, un répondant mobilité – du service des ressources humaines la plupart du temps – sert de point d'entrée pour réaliser des actions de sensibilisation auprès des salariés. Ces animations permettent d'informer les salariés quant aux économies d'argent et de temps offertes par le covoiturage ou encore les réductions d'émissions de CO2 qu'il induit. Lors de ces campagnes, il est aussi possible de s'inscrire auprès de la centrale, qui leur trouvera un équipage.

Un logiciel permettant de calculer et de visualiser facilement le potentiel de covoiturage par entreprise ou par collaborateur est aussi mis à disposition. Les entreprises partenaires sont bien sûr libres de leur politique de mobilité. Mais *"La plupart des entreprises adhérentes montent une politique interne pour développer le covoiturage"*, remarque Benoît Morel. Certaines mettent en place des *"incitatifs"*, en réservant des places de parking aux covoitureurs par exemple.

► **Lire aussi** : Quand les plans de mobilité deviennent un passage obligé

De moins en moins de freins

"Être entreprise adhérente ne coûte rien, hormis un peu de temps pour transmettre les informations qu'on lui communique à ses collaborateurs", résume Benoît Morel. Au début certaines entreprises, petites notamment, ne voyaient pas trop l'intérêt du

dispositif, mais "*il est aujourd'hui plus facile de les solliciter*", explique le coordinateur du projet, qui précise que les principales entreprises suisses de la zone sont adhérentes.

Pour le moment, les organisateurs ont surtout sollicité les entreprises de plus de 100 salariés et situées en Suisse. Mais l'an dernier, ils ont commencé à élargir leur réseau aux plus petites entreprises et au côté français. Au début, le projet s'adressait en priorité aux travailleurs frontaliers. Son public cible est depuis 2016 élargi à tous les travailleurs de l'Arc jurassien. Depuis peu, les partenaires tentent aussi d'influencer les déplacements de loisir.

Le soutien financier du programme européen Intereg prend fin en 2018. Alors, les responsables cherchent actuellement une solution pour pérenniser le projet. Cela passera peut-être par des options payantes des logiciels mis à disposition des entreprises. Les besoins financiers se résument au poste de coordinateur et aux prestations de sensibilisation en entreprises réalisées par deux sous-traitants. Convaincre un salarié de covoiturer coûte en moyenne 350 euros. Une petite somme, s'il on compare avec le prix de construction d'une place de parking, fait remarquer Benoît Morel.

Chiffres clés du dispositif :

Les économies annuelles par covoitureur

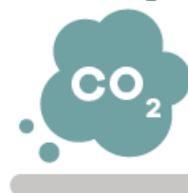
6'500
km



2'300€
(pour un covoitureur régulier)



1.1 tonne
de CO₂



Les chiffres clés

Coût d'acquisition : **350€** pour convaincre un salarié de covoiturer



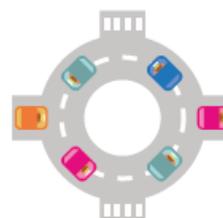
Maintenance : **20€**/an par covoitureur pour entretenir la pratique et animer le dispositif



Environ **3'000€** pour une place de parking



De **300'000€** à **1'000'000€** pour un rond-point



✍️ Pauline Chambost

Source URL:

<http://environnement.actuel-hse.fr/content/la-frontiere-les-entreprises-suissees-et-francaises-incident-leurs-salaries-covoiturer>