Université de Lausanne, Université de Genève, IDHEAP
DESS "Développement urbain durable, gestion des ressources et gouvernance"

Travail de diplôme

Acceptabilité des plans de mobilité d'entreprise dans l'agglomération neuchâteloise

Sous la direction du Professeur Giuseppe Pini

Virginie Kauffmann
Rebatte 16
2068 Hauterive
virginie-k@romandie.com
078 703 52 53

Août 2006

Plan du travail

Liste des illustrations, tableaux et graphiques **4**

Avant-propos **5**

Remerciements **5**

Introduction **6**
Partie théorique 7

1. Perspectives politiques **8**

2. Objectifs et questions de recherche **9**

3. Hypothèses **9**

4. Problématique **10**

4.1 Le développement durable en toile de fonds **10**

4.2 La pendularité **11**

4.3 Théories du choix modal **12**

4.4 Gouvernance **12**

4.5 Gérer la mobilité ? **13**

5. Plan de mobilité (PM): rappel des connaissances de base **15**

5.1 Contexte **15**

5.2 Définition et contenu **15**

5.3 Procédure de mise en place **17**

5.4 Limites des PM: public-cible, effets escomptés et recentrage **19**

6. Cadre de la recherche: l'agglomération neuchâteloise **20**

6.1 Population et activité économique **20**

6.2 Déplacements pendulaires dans l'agglomération **21**

6.2.1 Lieux de résidence des actifs de l'agglomération 21

6.2.2 Lieux de travail des habitants de l'agglomération 22

6.2.3 Solde pendulaire de l'agglomération 23

6.2.4 Répartition modale 24

RECHERCHE PRATIQUE **25**

7. Recueil des données **26**

7.1 Sélection des entreprises **26**

7.2 Méthodes de recueil de l'information **26**

8. Présentation des résultats de l'enquête **28**

8.1 Profil des entreprises interrogées **28**

8.1.1 Taille, localisation et secteur d'activité 28

8.1.2 Accessibilité 28

8.1.3 Répartition modale des employés 29

8.1.4 Conditions de stationnement 29

8.1.5 Culture d'entreprise 31

8.2 Engagement des entreprises dans la gestion de la mobilité 32
8.2.1 Connaissance des plans de mobilité d'entreprise 32
8.2.2 Evaluation des mesures de gestion de la mobilité 32
8.2.3 Eléments déclencheurs de la mise en œuvre de ces mesures 43
8.2.4 Frein à la mise en œuvre des mesures 44

8.3 Niveau d'acceptabilité 45
8.3.1 Mesure du niveau d'acceptabilité 45
8.3.2 Indicateur du degré d'activité de l'entreprise 45
8.3.3 Indicateur du degré d'ouverture de l'entreprise 47
8.3.4 Indicateur du niveau de rejet de l'entreprise 48
8.3.5 Commentaires et synthèse 51

8.4 Facteurs d'influence du niveau d'acceptabilité 52
8.4.1 Analyse factorielle: méthode 52
8.4.2 Résultats 54
8.4.3 Conclusions 58

8.5 Limites du questionnaire et de l'analyse 58
9. Rôle des pouvoirs publics 60
9.1 Attentes des entreprises à l'égard des pouvoirs publics 60
9.2 Politique des transports dans le canton de Neuchâtel 62
9.2.1 Stratégie générale de la Ville de Neuchâtel en matière de gestion de la mobilité 62
9.2.2 Stratégie générale au niveau du Canton en matière de gestion de la mobilité 62
9.2.3 Mesures projetées par la Ville et le Canton concernant les PM 63
9.2.4 Politiques annexes menées par la Ville et le Canton 64
9.3 Adéquation des politiques menées par les PP au degré d'acceptabilité des PM par les entreprises 68
9.3.1 Inciter les entreprises 68
9.3.2 Contraindre les entreprises 71
9.3.3 De l'importance de modifier les conditions-cadres: pistes pour la politique des transports de demain 72
9.3.4 Synthèse 74
CONCLUSIONS 76
10. Vérification des hypothèses 77
11. Pistes de recherche 79
12. Conclusion 80
13. Eléments de bibliographie 81
Annexes

Liste des illustrations, tableaux et graphiques

Illustration 1: Emissions de PM10 (2000) sur le littoral neuchâtelois
Illustration 2: Hiérarchie urbaine du canton de Neuchâtel
Illustration 3: Destination principale des pendulaires (2000)
Illustration 4: AFCM, Axe F1
Illustration 5: AFCM, Axe F2

Tableau 1: Exemples de mesures composant un PM
Tableau 2: Etapes de la mise en place d'un PM
Tableau 3: Sources de motivation internes
Tableau 4: Sources de motivation externes
Tableau 5: Importance relative des secteurs d'activité des entreprises de l'agglomération
Tableau 6: Lieu de résidence des actifs de l'agglomération
Tableau 7: Lieu de travail des habitants de l'agglomération
Tableau 8: Evolution du nombre de pendulaires entre 1990 et 2000
Tableau 9: Catégorie de transport pour le trajet vers le lieu de travail, 1990-2000
Tableau 10: Perception du stationnement comme problème en fonction de la localisation et de la taille de l'entreprise
Tableau 11: Difficultés de stationnement et mesures "taxation des places" / "restriction du nombre de places"
Tableau 12: Connaissance du coût du stationnement et degré d'activité
Tableau 13: Elément déclencheur et degré d'activité
Tableau 14: Degré d'ouverture et problème posé par le stationnement
Tableau 15: Degré de rejet et durée moyenne du trajet jusqu'à un arrêt de transports publics
Tableau 16: Degré de rejet et répartition modale en %
Tableau 17: Obstacles et degré de rejet
Tableau 18: Discrétisation de la variable "distance à une autoroute" (variable continue), obtention de 5 classes (variable discrète)
Tableau 19: Résultats de l'AFCM / croisements des groupes de variables deux à deux
Tableau 20: Confrontation de la deuxième hypothèse aux résultats obtenus

Graphique 1: Répartition modale dans les déplacements pendulaires (en %)
Graphique 2: Acceptabilité et rejet des mesures de gestion de la mobilité
Graphique 3: Degré d'activité des entreprises de l'agglomération de Neuchâtel dans le domaine de la gestion de la mobilité
Graphique 4: Degré d'ouverture des face aux mesures de gestion de la mobilité
Graphique 5: Degré de rejet des mesures de gestion de la mobilité par les entreprises
Graphique 6: Dispersion des observations selon les axes F1 et F2
Graphique 7: Attentes des entreprises à l'égard des pouvoirs publics

Avant-propos

Remerciements

Ce travail de diplôme n'aurait pas été possible sans la participation de nombreux travailleurs de l'ombre:

- le corps professoral, les assistants et le personnel administratif des Instituts de Géographie à l'Université de Lausanne et de l'Observatoire de la mobilité de l'Université de Genève
- les responsables administratifs et politiques de la Ville et du Canton de Neuchâtel, ceux de la Ville de Genève et du Canton de Vaud
- les spécialistes des plans de mobilité des bureaux privés
- les entrepreneurs de l'agglomération de Neuchâtel
- mon employeur
- mes proches...

… Que ces personnes soient ici remerciées pour leur disponibilité, leur aide précieuse et leur soutien inconditionnel.

Nota Bene

Le genre masculin est utilisé dans ce travail de recherche dans le seul but d'alléger le texte et sans aucune intention de discrimination. Il va de soi que les termes utilisés se rapportent systématiquement aux genres masculin et féminin.

D'autres distinctions n'ont pas été faites dans le texte pour les mêmes raisons:

- le terme "employés" fait également référence aux ouvriers travaillant dans l'entreprise
- les mots "entreprises" et "établissements" sont utilisés indifféremment dans la partie "recherche pratique" (bien que l'enquête ait porté sur les établissements).

Introduction

Les scénarios d'évolution de la mobilité s'accordent tous sur une explosion des déplacements dans les décennies à venir, prolongeant les tendances à l'œuvre depuis le siècle dernier. Le nombre croissant de déplacements pour des motifs professionnels, par exemple, montre que le recours à la voiture individuelle comme mode de transport se renforce.

Le réseau de transports en Suisse est constitué d'un réseau dense d'infrastructures, routières et ferroviaires. Celui-ci ne suffit cependant pas à absorber la demande croissante en mobilité. Les acteurs, soumis à des contraintes multiples – sociologiques, politiques et financières, ont commencé depuis quelques années déjà à se tourner vers des alternatives à la construction de nouvelles infrastructures: des solutions sont envisagées relatives à une meilleure exploitation des infrastructures existantes, orientées désormais aussi sur la demande en mobilité.

En particulier, la gestion de la mobilité par les plans d'entreprise a fait l'objet de nombreux projets en Suisse comme en Europe. Les résultats obtenus jusqu'à présent prouvent qu'un potentiel non négligeable de transfert modal en faveur de modes de transports plus durables existe, mais que des conditions très précises doivent être réunies pour y parvenir.

Les entreprises ont désormais un nouveau rôle de gestionnaire de la mobilité à jouer, aux côtés des acteurs traditionnels de la politique des transports (décideurs politiques, organes administratifs, entreprises de transport et acteurs privés). Endosser ce nouveau rôle ne correspond pas forcément aux objectifs des entreprises, davantage orientées vers leurs intérêts privés que vers le bien-être commun. Comment alors inciter ce type d'acteurs à endosser cette nouvelle responsabilité et à développer le recours à des outils de gestion de la mobilité? En fin de compte, quel est le degré d'acceptabilité des plans de mobilité par les entreprises? Ne faut-il pas laisser aux pouvoirs publics la responsabilité de gérer la mobilité ?

Ce travail est construit de la manière suivante:

Le premier chapitre propose de replacer les plans de mobilité dans une perspective politique plus large. Les objectifs et les hypothèses de la recherche sont précisés aux chapitres 2 et 3.

Au point 4, la problématique du travail fournit quelques éléments théoriques sur les thèmes du développement durable, des déplacements pendulaires et du choix modal et discute également la forme et le contenu des politiques publiques mises en œuvre dans le domaine de la mobilité.

Un rappel des connaissances de base sur les plans de mobilité d'entreprise est proposé au chapitre 5. La première partie du travail se termine sur des précisions données à propos du cadre spatial de la recherche.

La deuxième partie correspond à la recherche pratique du travail. Le chapitre 7 présente la méthode utilisée pour la sélection des entreprises et la récolte des données.

Le cœur de l'étude se trouve au point 8, où sont présentés les résultats de l'enquête: après avoir précisé le profil des entreprises y ayant participé, leur engagement dans la gestion de la mobilité est évalué. Le détail de leur réaction à propos des différentes mesures de gestion de la mobilité sera donné. Des indicateurs d'action, d'ouverture et de rejet sont proposés pour approcher l'acceptabilité des plans de mobilité par les entreprises. Une tentative de définir un profil d'entreprise à haut degré d'acceptabilité est présentée, avec les raisons de son échec.

Le chapitre 9 constitue une sorte de réponse au point de vue des entreprises sur la gestion de la mobilité, puisqu'il s'arrête sur le rôle des pouvoirs publics dans ce domaine.

Enfin, la partie conclusive offre l'espace nécessaire pour la vérification des hypothèses, la mise en évidence de pistes de recherche éventuelles et une synthèse finale de ce travail.

Partie théorique

Cette première partie propose de définir les objectifs et hypothèses de la recherche. La problématique permettra d'en fixer le cadre théorique: les grandes lignes du développement durable seront retracées et mises en lien avec la question de la mobilité. Les déplacements pendulaires et la problématique du choix modal seront brièvement abordés. Des considérations seront également faites sur la forme et le contenu des politiques publiques menées dans le domaine de la mobilité.

Un rappel des connaissances de base à propos des plans de mobilité d'entreprise sera effectué. Enfin, des précisions seront données sur le terrain choisi pour cette étude.

1. Perspectives politiques

La mobilité a toujours été l'objet de politiques publiques importantes, guidées au départ par la nécessité de développer les infrastructures de transport :

On a assisté au cours des dernières décennies à une explosion des déplacements, un constat préoccupant du fait qu'il est couplé à un usage toujours plus grand de la voiture individuelle. Le développement de l'usage de l'automobile est à mettre en rapport avec la croissance du niveau de bien-être, des avancées technologiques toujours plus "séduisantes" et une culture dominante de plus en plus tournée vers l'individualisme. L'organisation du territoire joue aussi un rôle prépondérant, caractérisée aujourd'hui par un urbanisme diffus et une spécialisation fonctionnelle engendrant des déplacements toujours plus fréquents. La prédominance de l'automobile est aussi à considérer comme conséquence directe des politiques d'investissement massives pratiquées dans le domaine routier depuis les années 1960[1], ainsi que par les avantages financiers et fiscaux dont bénéficie le mode de transport individuel (affectation des recettes routières réservée, déductions fiscales). En comparaison, les transports publics n'ont été encouragés par des politiques publiques que depuis les années 1990[2].

Plus récemment,les politiques publiques se sont ré-orientées vers d'autres objectifs:

Sous l'influence d'un contexte budgétaire toujours plus serré, des réflexions nouvelles ont percé dans le milieu de la politique des transports, remettant en cause une action strictement orientée sur l'infrastructure: jusqu'à quel point ces infrastructures doivent-elles être en mesure d'absorber la hausse constante de la demande? Cela est-il soutenable du point de vue économique ou environnemental ? Handy (in CEMT, 2004, p. 62) répond par la négative et exemplifie: "*consommation de l'espace liée aux nouvelles infrastructures (routes, places de stationnement et parking d'échanges, etc.), augmentation de la pollution atmosphérique et détérioration de la qualité de vie (bruit, stress)* (…). *La création de nouvelles capacités réduit le coût des déplacements en diminuant les temps de parcours (…): en termes économiques, comme le prix des déplacements diminue, la consommation de ceux-ci augmente"*. En croyant résorber un problème, on ne ferait au contraire que le renforcer davantage.

Outre les politiques "traditionnelles" d'amélioration dans l'exploitation de ces infrastructures, un courant de la politique des transports s'attache depuis deux décennies à maximiser l'usage des infrastructures existantes, agir non seulement sur l'offre, mais désormais aussi sur la demande. Il essaye d'apporter une réponse aux questions suivantes: comment diminuer la dépendance à l'égard de l'automobile, comment développer le recours aux autres modes de transports que sont la marche, le vélos et les transports publics ? Une démarche féconde mais qui reste minoritaire, vraisemblablement freinée par la crainte de s'attaquer à la liberté individuelle, par le caractère non immédiat des effets de ce genre de politique ou par les doutes quant à son efficacité. La CEMT (2003, p. 275) relève: *"Il semble que l'on soit dans une phase d'attente et d'exploration en matière de choix politiques après une longue période d'actions claires".*

En mettant de côté tout le caractère polémique du débat sur les choix à prendre dans la politique des transports, ce travail de diplôme se donne pour but d'examiner l'acceptabilité d'une des formes de ces politiques de gestion de la demande[3], les plans de mobilité d'entreprise.

[1] Grâce à l'adoption de l'arrêté fédéral définissant le réseau des routes nationales.
[2] Grâce à l'adoption du fonds pour le financement des transports publics (fonds FTP).
[3] Autres mesures de gestion de la demande en déplacement: taxe CO_2, péages urbains, télématique, mise en place de centrales de mobilité, etc.

2. Objectifs et questions de recherche

L'objectif de cette recherche est de dresser un bilan sur l'acceptabilité des plans de mobilité dans l'agglomération neuchâteloise. Ce bilan comprend deux facettes:

- L'étude propose d'une part d'examiner l'attitude des entreprises à l'égard de la gestion de la mobilité:

  Quelles sont les mesures de gestion de la mobilité spontanément mises en place? Quel degré d'acceptabilité ces entreprises expriment-elles par rapport à d'autres mesures? Quelles sont les principales résistances exprimées? Existe-t-il un profil d'entreprise plus susceptible de mettre en place un plan de mobilité? Comment se sentent-elles impliquées dans la politique de gestion des déplacements pendulaires? Qu'attendent-elles des pouvoirs publics?

- D'autre part, cette recherche souhaite faire le jour sur les conditions-cadres politiques et législatives à l'œuvre dans l'agglomération et pouvant jouer un rôle dans la mise en place des plans de mobilité:

  Les conditions-cadres incitent-elles à la mise en place de PM ou, au contraire, leur sont-elles défavorables? Quelles sont les politiques développées par les pouvoirs publics pour gérer les déplacements pendulaires, en matière d'information, de stationnement, de fiscalité par exemple? S'agit-il d'une politique incitative ou volontariste? Les autorités conçoivent-elles le processus de gestion de la mobilité de manière participative? Comment faire pour développer davantage l'engagement des entreprises privées dans cette problématique? Comment élargir le cercle des entreprises intéressées par la gestion de la mobilité au-delà des grandes entreprises déjà touchées par les études d'impact sur l'environnement?

3. Hypothèses

Cette recherche s'articule autour de 3 hypothèses principales:

1. Le niveau d'acceptabilité général des plans de mobilité par les entreprises localisées dans l'agglomération de Neuchâtel est faible. Il est un peu plus élevé lors de situations spécifiques (problèmes de stationnement, manque d'espace lié au désir d'extension, déménagement en vue).

2. Des résistances existent qui sont liées à:
   - un manque de sentiment de responsabilité en matière de gestion de la mobilité
   - l'absence de problèmes à régler (ou le déni de ceux-ci)
   - des facteurs d'ordre économique.

3. Seules des mesures contraignantes mises en place par les pouvoirs publics sont susceptibles de développer l'engagement des entreprises dans la gestion des déplacements pendulaires.

4. Problématique

4.1 Le développement durable en toile de fonds

Par souci de concision, nous ne souhaitons pas nous arrêter longuement sur la notion de développement durable, pourtant sous-jacente à ce travail de recherche. Depuis sa définition officielle par la Commission Brundtland[4] en 1987, le développement durable a en effet donné lieu à une littérature foisonnante sur laquelle nous ne nous arrêterons pas. Au risque de réduire de manière téméraire l'ampleur et la complexité de ce champ d'étude, nous n'en relèveront que 3 éléments-clés:

- Le développement durable correspond à un nouveau champ de valeurs permettant de reconsidérer la croissance sur la base de quatre principes fondamentaux: "renforcement du potentiel endogène", "développement social équitable", "équité territoriale" et " préservation des écosystèmes". Cette approche est souvent associée à 3 dimensions: écologique, économique et sociale.
- Il renvoie à une démarche intégrative, tant au niveau spatial (articuler le local au global), que temporel (prendre en compte les générations suivantes) et disciplinaire (décloisonnement des savoirs et des compétences).
- Il apparaît comme principe d'action, permettant de réguler le changement.

(Voir par exemple Cuhna et Ruegg, 2003).

Cette étude propose de s'arrêter sur le développement durable appliqué au domaine des transports et de l'aménagement territorial.

L'ARE et le DETEC, dans leur ouvrage "Rapport 2005 sur le développement territorial", donnent une définition du développement durable par son contraire: un développement "non durable" se caractérise notamment par un étalement urbain, une forte consommation de la ressource "sol", un éloignement des lieux d'habitat et de travail, une pression sur les paysages non construits, une utilisation accrue de la voiture, une augmentation de la consommation d'énergie, etc. (ARE, DETEC, 2005, p. 66).

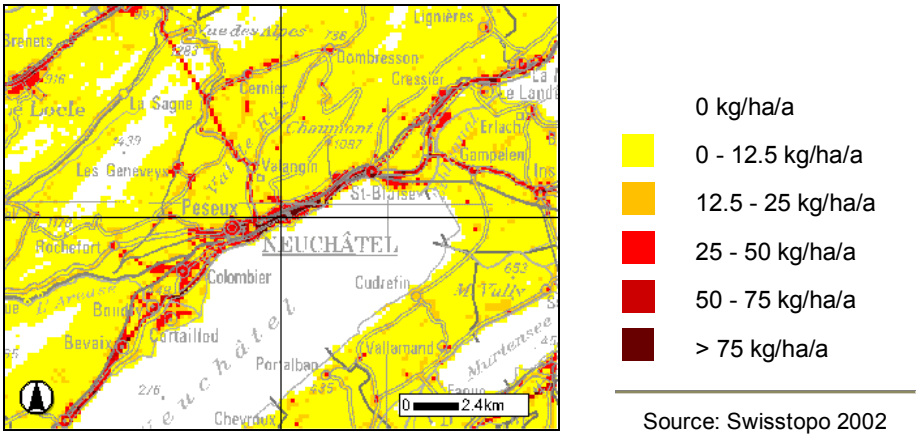
Faut-il encore s'arrêter sur les conséquences préoccupantes des transports sur l'environnement et sur l'homme? D. Banister (in CEMT, 2004, p. 131) relève 10 problèmes majeurs liés au trafic: la congestion, l'aggravation de la pollution de l'air (illustration 1), le bruit, la sécurité routière, la dégradation des paysages urbains, l'occupation de l'espace par la circulation, le réchauffement climatique dû à la consommation des combustibles fossiles, la décentralisation des villes due à la motorisation, la pression urbanistique sur les espaces périphériques et la mondialisation, renforcée par la facilité des échanges.

Actuellement, la réalisation de la mobilité est loin d'être durable:

- Les coûts externes des transports – s'élevant à 5 milliards de francs par an ! – continuent d'être supportés par la collectivité, loin du principe de pollueur-payeur. 93% de ces coûts sont dus aux transports routiers. Les coûts externes dans le domaine de la santé s'élèvent à eux seuls à 1,6 milliards de francs, dont 1,5 sont imputables aux transports routiers (ARE, 2005).
- Les ressources consommées par la mobilité ne sont pas renouvelables, à l'image de l'épuisement des réserves pétrolières ou de la consommation du sol par les infrastructures de transport.
- Loin de ne concerner que les sphères sociales et environnementales, l'impact négatif de la mobilité a également des répercussion négatives sur l'économie: les problèmes de congestion – en freinant les déplacements des pendulaires et des marchandises – peuvent générer un ralentissement de l'activité économique.

[4] Commission mondiale pour l'environnement et le développement

Illustration 1: Emissions de PM10 (2000) sur le littoral neuchâtelois



Source: Swisstopo 2002

Limite d'immission fixée par l'OPAir:
Moyenne annuelle = 20 µg/m3

Les scénarios d'évolution du trafic montrent que la mobilité pourrait croître de 33% d'ici à 2030 en l'absence de mesures correctrices (ARE DETEC, 2005), renforçant encore les tendances ci-dessus.

Selon la CEMT (2002), la durabilité de la politique des transports en Europe renvoie aux principes de maximisation du recours aux transports publics, de maîtrise de l'utilisation de véhicules individuels dans les zones urbaines et de réduction de l'étalement urbain.

4.2 La pendularité

La présente étude se concentre uniquement sur les déplacements de type pendulaire. Par rapport à l'ensemble des déplacements effectués quotidiennement en Suisse, les déplacements pendulaires ne forment "que" le 24 % des distances parcourues et le 19% des durées déplacement. D'autres sources de mobilité – en particulier la mobilité de loisirs, avec 44% des distances parcourues et 49% des durées de déplacement – ont un impact considérable sur le territoire, mais demandent une gestion d'un autre type. Les déplacements pendulaires sont en effet liés à des caractéristiques qui leur sont spécifiques…

- Ils dépendent étroitement de la localisation des lieux d'habitat et de travail et reflètent de manière directe la fracture toujours plus grande entre ces espaces;
- ils se concentrent à certains moments précis de la journée et sur certaines portions du territoire (zones urbaines), posant des problèmes en matière de volume d'équipement nécessaire;
- ils créent des nuisances (pollution sonores et atmosphériques, congestion) qui sont subies par une majorité de la population suisse[5] et qui portent atteinte au bon fonctionnement de l'économie nationale;
- ils sont de plus en plus structurants de l'ensemble des déplacements: le déplacement pendulaire est un "*pivot autour duquel s'organisent les autres activités par enchaînement*" (Schuler et Kaufmann, 2005, p. 45).

[5] … étant donné que 75% de la population suisse vivent aujourd'hui dans une agglomération.

4.3 Théories du choix modal

Développer une étude sur les plans de mobilité revient à approcher la question générale du choix modal: les flux pendulaires générés par une entreprise résultent en effet d'un cumul de choix individuels, sur lesquels des actions vont être développées (ou non) pour tenter de les orienter et les contenir.

Différents modèles explicatifs ont été développés pour tenter de répondre à cette question au niveau de l'individu (inspiré de Kaufmann, 2000).

Grossièrement, deux mouvements de pensée caractérisent les théories du choix modal:

- les modèles basés sur la rationalité de l'usager des transports, qui va peser les différentes alternatives et choisir celle qui lui offre le plus d'avantages (en terme de coût, de rapidité ou de confort par exemple);
- les modèles mettant l'accent sur les éléments subjectifs du choix modal. Les systèmes de valeurs et de représentation, les croyances, les attitudes, les biais de perception sont considérés comme des facteurs centraux. Interviennent ici aussi les aspects liés à la force des habitudes et au mode de vie mené;

A ces modèles développant un mode de pensée parfois trop restrictif, Kaufmann rétorque la nécessité de développer une approche pluridisciplinaire, combinant les facteurs explicatifs de type économique, psychologique et sociologique.

Des facteurs "*situationnels,*" comme les caractéristiques intrinsèques du système de transport, sa gestion, la localisation des activités sur le territoire et leur accroche au système de transport (Kaufmann, 2000, p. 216) jouent aussi un rôle important dans le choix modal.

En synthèse, Kaufmann (2000, p. 177) nous propose un système explicatif mixte, signalant que le coût du déplacement (rationalité économique), les conditions de stationnement (facteur situationnel), la perception de la vitesse de déplacement ainsi que le sentiment de dépendance (éléments plus subjectifs) jouent un rôle prépondérant dans le choix modal individuel.

4.4 Gouvernance

La "nécessité d'action", évoquée plus haut à propos des déplacements pendulaires, se réfère bien sûr immédiatement au rôle des pouvoirs publics dans la gestion de ces déplacements.

Avec la question des plans de mobilité, on pose d'emblée l'hypothèse que les acteurs privés – les entreprises en particulier – doivent également s'engager dans ce processus d'action. L'interaction entre ces acteurs, le type de partenariat recherché et mis en place doit être examiné. La problématique de cette recherche fait donc aussi un (très) petit détour par les questionnements sur la gouvernance, étant postulé aujourd'hui que de nouvelles formes de collaboration entre acteurs doivent être recherchées pour améliorer la gestion du territoire[6].

[6] Voir la politique des agglomérations mise en place par la Confédération (2001), et des auteurs comme B. Jouve et C. Lefèvre, P. Le Galès, J.-P. Lerèsche ou M. Bassand.

La concurrence fiscale entre autorités communales, le cloisonnement des diverses instances institutionnelles, la fragmentation des services administratifs, l'absence d'implication des citoyens ou des acteurs privés sont autant d'obstacles à la mise en place d'une politique réellement durable. Pour Bassand (2004, p. 98), "*les problèmes ne sont gérables que dans un contexte institutionnel d'un nouveau type*", palliant ce manque de coordination et de communication.

La CEMT (2002) élargit la question en intégrant les acteurs privés dans cette nouvelle forme de gouvernance : elle affirme qu' *"il est de plus en plus largement admis que l'action des pouvoirs publics ne suffit pas pour mettre en œuvre une politique de transports durable; en effet, celle-ci exige aussi des changements de comportement: c'est pourquoi l'implication des acteurs eux-mêmes est essentielle"* (p. 30). A l'implication du secteur privé, elle attribue des vertus "*d'apaisement du climat politique dans la mesure où les responsabilités sont partagées*" (2003, p. 39).

Miser sur de nouvelles formes de collaboration revient à reconnaître que les intérêts et enjeux divergent d'un acteur à l'autre, et qu'il faut se rencontrer pour trouver une définition commune de ce qui pose problème et de la manière de régler ce problème.

A noter encore que la gestion de la mobilité et des transports est souvent considérée comme un des domaines ayant le plus fort potentiel de structuration des relations entre acteurs et de déclenchement de nouvelles formes de gouvernance. Qu'il s'agisse de l'agglomération de Neuchâtel, de celle de Fribourg ou de Berne, toutes ont débuté leur réflexion autour de la nécessité de développer de nouvelles formes de collaboration pour mieux gérer le système de transport. Nous verrons plus loin qu'à Neuchâtel par exemple, le projet "TRANSRUN" a véritablement lancé la collaboration entre le haut et le bas du Canton.

4.5 Gérer la mobilité ?

Au même titre que la recherche de la durabilité pose la question de la forme de gouvernance, le contenu des politiques de gestion des grands problèmes urbains doit aussi être examiné. Conséquence logique de la fragmentation administrative et institutionnelle, la gestion de ces problèmes a jusqu'à présent été menée de manière sectorielle, sans réelle intégration des politiques menées.

Ce n'est que récemment – avec la mise en place de la politique sur les agglomérations de la Confédération (2001) – que s'est développée une approche plus systémique de la gestion des grands problèmes urbains. Ainsi, la Confédération essaye de promouvoir – au moyen des "projets d'agglomération" – une intégration des politiques en matière de transports, d'aménagement du territoire et de protection de l'environnement.

Un aménagement du territoire trop faible, défini par l'ouverture de trop nombreuses zones à bâtir, par la dispersion de la fonction d'habitat et des activités économiques sur l'ensemble du territoire, ne saura contenir l'étalement urbain et la croissance conséquente de la mobilité, accélérant la dégradation des ressources naturelles.

A l'inverse, une orientation claire de l'urbanisation le long des grands axes de transports publics permettra de contenir ces tendances. Pour la CEMT (2004), il s'agit de développer des formes d'urbanisation compactes, denses et multifonctionnelles, afin de réduire la mobilité forcée et les atteintes à l'environnement. Ces idées stratégiques sont de vieilles inventions, évoquées depuis plusieurs décennies déjà, qui se sont principalement heurtées au manque d'instruments permettant de les mettre en œuvre[7] et à l'autonomie toute-puissante des communes.

[7] Des instruments "novateurs" sont examinés aujourd'hui, tels que des systèmes de transferts de droit de construction, la politique d'aménagement "ABC" ou des politiques foncières plus actives.

La politique d'aménagement du territoire doit être menée de pair avec une politique des transports courageuse, développant l'offre en transports publics et les infrastructures destinées à la mobilité douce tout en fixant des limites à la circulation individuelle motorisée. Là encore, les résistances sont puissantes, empreintes des valeurs de performance et de liberté associées à la voiture.

Les politiques foncière et de logement (accès à la propriété) jouent aussi un rôle important dans la gestion des déplacements.

5. Plan de mobilité (PM): rappel des connaissances de base

5.1 Contexte

Les plans de mobilité ont fait l'objet de plusieurs études très détaillées qui en recensent les différentes caractéristiques (voir par exemple Manoni, Geiger, Rochat, Amara, Güller, etc). Définition, contenu, conditions de mise en œuvre, facteurs de réussite et de blocage ont déjà suffisamment été abordés pour ne pas devoir en refaire ici toute la genèse. Nous estimons cependant qu'un petit rappel des connaissances de base se justifie comme cadrage théorique pour la présente étude.

Les PM ont vu le jour aux USA à la fin des années 1980 et ont été "importés" en Europe dans les années 1990, où les Pays-Bas et la Belgique sont les pays précurseurs et les plus expérimentés en matière de gestion de la mobilité[8]. La Suisse – malgré sa politique fédérale des transports souvent citée en exemple – n'offre pas de cadre légal à la mise en place des PM, ce qui n'a pas empêché certaines entreprises d'y recourir spontanément, depuis les années 1980 déjà (par exemple: ABB, Novartis, Procter & Gamble et Rolex). Seul un programme a été lancé au niveau suisse (SuisseEnergie pour les communes), qui poursuit le but de promouvoir les énergies renouvelables et fait une petite place à l'encouragement des PM dans les entreprises.

Des réflexions plus avancées sont menées au niveau cantonal : en Suisse Romande, le canton de Genève semble avoir une longueur d'avance sur ses compères, puisqu'il a rendu – en 2001 – le PM obligatoire pour toute entreprise souhaitant réaliser un parc de stationnement de plus de 300 places. Nous présenterons plus loin d'autres formes d'intervention en rapport avec les PM mises en place en Suisse romande.

5.2 Définition et contenu

Le plan de mobilité d'entreprise est une des mesures possibles de gestion de la mobilité. Geiger (2002) la définit comme un mode d'intervention "*axé sur la demande d'une prestation de transport*" (p. 7) – par opposition aux interventions touchant l'offre de transport (infrastructures et prestations mises à disposition de l'usager). Il établit en outre une distinction entre la gestion de la mobilité – qui vise à gérer *a posteriori* une mobilité existante, par exemple via un péage urbain – et la planification de la mobilité – dont l'objectif est de modifier la demande de mobilité "à la source" (par des mesures d'aménagement du territoire par exemple).

Le plan de mobilité d'entreprise correspond à un ensemble de mesures mises en place par l'entreprise "*dans l'objectif d'influencer le comportement de mobilité des individus dans le sens d'une plus grande compatibilité avec un développement durable*" (Güller, 2000, p. 1). L'objet du PM peut être de nature différente: déplacements pendulaires des employés, déplacements strictement professionnels ou transport de marchandises. Toutefois, l'objet de cette recherche sera limité à la gestion des déplacements pendulaires domicile-travail.

[8] En Belgique, le PM est obligatoire pour les entreprises de plus de 200 employés depuis 1999 (Ordonnance du 25 mars 1999 relative à l'évaluation et l'amélioration de la qualité de l'air ambiant - article 10 et 20).

Les mesures pouvant être mises en place dans un PM sont de forme et de nature très diverses, incitative (réduction sur les prix des abonnements de TP) ou coercitive (taxation du stationnement) et doivent à tout prix être perçues comme paquet cohérent (tableau 1). Il n'y a pas de recette miracle applicable uniformément à toutes les entreprises: la localisation, l'accessibilité, l'organisation du travail ou la culture d'entreprise sont certaines des particularités jouant un rôle prépondérant dans la pertinence des mesures à mettre en place.

Tableau 1: Exemples de mesures composant un PM

Classe	**Description**
Information (offres existantes)	- Transports publics (réseau, cadence et horaires) - Mobilité douce (vélo / marche) - Mobilité combinée - Co-voiturage - Mobility car-sharing
Sensibilisation et formation	- Promotion des alternatives à la voiture - Sensibilisation aux impacts de la motorisation - Cours "Eco-drive" (conduite économe en carburants)
Conseil	- Conseil personnalisé aux employés désireux de repenser ou améliorer leurs déplacements pendulaires
Promotion	- Jackpot mobilité (récompense par tirage au sort des employés utilisant des modes de transports "doux") - Forfaits combinés activités – transports
Stationnement automobile	- Restriction du stationnement automobile (diminution du nombre de places) - Taxation du stationnement automobile
Transports publics	- Subvention à l'achat d'un abonnement TP - Mise en place d'un nouvel arrêt - Ouverture d'une nouvelle ligne - Adaptation des horaires
Mobilité douce	- Mise à disposition de vélos - Location de vélos électriques - Mise à disposition de places de stationnement pour cycles abritées et sûres - Mise à dispositon de casiers, vestiaires et douches - Mise en place d'un petit atelier de réparation - Offre d'alternatives pour les retours d'urgence (prise en charge des frais de taxis ou de transports publics)
Co-voiturage /auto-partage[9]	- Mise en place d'une plate-forme d'échange ("bourse" aux trajets) - Réduction de prix sur les prestations Mobility car-sharing[10] - Mise en place d'une navette d'entreprise
Mobilité combinée	- Passeports de mobilité (abonnement de transport multimodal)
Organisation du travail	- Promotion du télétravail - Modification des horaires - Développement de services sur place (crèche, centre sportif, restauration, commerces)

[9] Les employés habitant une même zone se regroupent dans les véhicules pour effectuer leurs déplacements pendulaires.
[10] Agence de location de véhicules

5.3 Procédure de mise en place

Pour Manoni (2003), le PM constitue un processus dynamique, dont les étapes de mise en place sont détaillées dans le tableau 2.

Tableau 2: Etapes de la mise en place d'un PM

Etapes	**Description**
1. Préparation du projet	Objectifs Calendrier Budgets Responsabilité Outils
2. Analyse de l'entreprise	Accessibilité Profil des employés (lieu de résidence, habitudes de déplacement) Particularités de l'organisation du travail
3. Enquête au sein du personnel	Raisons du choix modal Disposition au changement
4. Sélection des mesures (TP, mobilité douce ou combinée, organisation du travail, etc.)	Coût-bénéfice/effet Partenaires Difficulté d'exécution Acceptabilité
5. Mise en œuvre des mesures	Plan d'action Campagne de marketing Financement
6. Suivi et évaluation	

La mise en place d'un PM implique une multitude d'acteurs: membres de la direction et employés, bureau d'étude privé, autorités locales voire cantonales, entreprise de transports publics, etc. Pour qu'un PM ait des chances supérieures de réussite, le processus de mise en œuvre doit être réalisé sur la base du principe "win-win": les avantages du recours au PM doivent être mis en évidence pour tous[11]:

- pour les entreprises: possibilité de réduire les coûts liés à la mobilité (en particulier frais de stationnement), de diminuer la pression sur l'espace (volonté d'aggrandissement), de développer une image plus positive, d'améliorer la qualité du travail des employés, etc.
- pour les employés: diminuer les coûts du déplacement, réduire le stress induit par la conduite automobile, diminuer les risques de retard, retrouver la forme, re-dynamiser les relations avec les collègues, etc.
- pour la collectivité publique: réduire les nuisances dues au trafic (pollution atmosphérique et sonore, bétonnage du paysage), améliorer la qualité de vie générale, etc.
- pour les transports publics: gagner une nouvelle clientèle.

Les études menées sur les PM ont souvent abordé la question du "déclencheur" de ce processus, afin de mettre en évidence les leviers d'action possibles de la part des pouvoirs publics. Manoni (2003) et Geiger (2002) se rejoignent en affirmant que la motivation de l'entreprise joue un rôle de déclencheur prépondérant et constitue un facteur de réussite bien plus puissant que ne peuvent l'être les impulsions extérieures (tableaux 3 et 4).

[11] Inspiré de Amara (2005).

Tableau 3: Sources de motivation internes

Catégorie	**Description**
Gestion de l'espace	- Besoin d'espace supplémentaire pour le développement de l'entreprise: extension qui se fait sur les espaces improductifs comme ceux destinés au stationnement - Manque de places de parc - Volonté de réduire le parking sauvage
Promotion de l'entreprise	- Recherche d'une amélioration de l'image - Volonté de se donner une valeur d'exemple - Mise en place d'une démarche ISO
Contexte social	- Volonté d'offrir des prestations aux employés - Volonté de renforcer la culture d'entreprise
Changement des conditions	- Déménagement de l'entreprise - Accroissement massif des effectifs
Raisons économiques	- Volonté de réduire les frais de parking et de déplacements - Volonté de réduire l'absentéisme au travail (stress, maladies, accidents) - Volonté de faciliter le recrutement de personnel

Tableau 4: Sources de motivation externes

Catégorie	**Description**
Contrainte	- Restriction du nombre de places de stationnement (souvent via la demande d'autorisation de construire) - PM rendu obligatoire
Encouragement passif	- Les pouvoirs publics mettent en place un PM et, à travers leur propre expérience, tentent de convaincre les entreprises
Incitation active	- Système fiscal encourageant l'engagement des entreprises dans la gestion de la mobilité, et sanctionnant l'usage de la voiture individuelle pour les déplacements pendulaires - Soutien financier de la part des pouvoirs publics (projets-pilotes par exemple)

(Les deux tableaux sont inspirés de Manoni, 2003)

Geiger (2002) montre par son enquête auprès d'experts que d'autres facteurs sont décisifs pour le succès du PM:

- La communication revêt un rôle fondamental.

  Amara (2005), qui a centré sa recherche sur cet élément, explique qu'une bonne communication, associée à un processus participatif, permet d'augmenter l'acceptabilité du PM par les employés, de s'assurer que l'information est bien passée, de mieux gérer les conflits éventuels, de développer des solutions communes ou de dépasser les résistances liées aux valeurs, représentations ou opinions. Pour Amara, il s'agit d'éviter un "*mode de communication uniquement informatif et unidirectionnel des décideurs vers les acteurs*" (p. 27).

- La question des responsabilité est également importante: le soutien actif de la direction est indispensable et l'organe (la personne) responsable du PM doit être clairement identifié / identifiable.

- Les objectifs doivent être explicités, en lien avec les mesures prises pour les atteindre.

Enfin, Geiger montre encore que les effets d'un PM dépendent principalement de 3 éléments:

- la complémentarité des mesures prises
- l'acceptation par les employés des mesures prises (par ex. : absence de sentiment de discrimination, identification à la nouvelle image de l'entreprise)
- la mise en place d'un processus de suivi et d'évaluation, permettant de réorienter la stratégie en fonction des résultats obtenus.

5.4 Limites des PM: public-cible, effets escomptés et recentrage

1. Dans les faits, les PM ont été mis en place essentiellement dans des entreprises de grande taille (par exemple: Rolex, Novartis ou ABB en Suisse; Nokia (D), Nestlé (F), British Petroleum BP (GB) en Europe). Peu d'expériences ont été menées par des entreprises de taille petite et moyenne. Le volume restreint de ressources financières et en personnel, l'impact limité sur l'environnement des déplacements générés par l'entreprise, la faible ampleur des problèmes de mobilité rencontrés, ainsi que la difficulté de trouver des mesures adéquates écartent souvent rapidement ces entreprises de la pertinence de recourir au PM. Les bureaux d'études privés, à l'affût d'entreprises candidates au PM, signalent que dans le cas des PME, une intervention souple est en effet possible sans mise en place d'un plan d'action lourd.

Pour une économie majoritairement bâtie sur les PME comme en Suisse[12], le potentiel offert par une intervention élargie à ces acteurs-là mériterait néanmoins d'être mieux examiné. Manoni (2003) propose ainsi que le regroupement des entreprises et la mise en place d'un PM par zone pourraient pallier le handicap de la petite taille. Les études font cependant encore défaut sur cette question.

2. Les effets attendus du PM en terme de report modal sont en outre assez variables: si certaines expériences ont montré que le report modal de la voiture individuelle vers d'autres modes de transport plus durables pouvait parfois atteindre 20% (ST Microelectronics à Grenoble), une diminution de 5-10% de l'utilisation de la voiture individuelle semble constituer la moyenne (Geiger, 2002). Etant donné que l'effet au niveau de l'entreprise reste modeste, une généralisation de la démarche à un grand nombre d'entreprises est indispensable pour obtenir des effets significatifs en terme de report modal.

3. Les plans de mobilité d'entreprise ne sont qu'un des instruments possibles de gestion de la mobilité, et leur potentiel est en soi limité. Amara (2005) relève à juste titre que le PM *"n'agit pas à la racine du problème"* (p. 110), il constitue une réponse possible à une mobilité dont la forme et l'évolution sont particulièrement déterminées par des facteurs comme la morphologie urbaine ou l'organisation spatiale des activités anthropiques, sur lesquels le PM n'a aucune prise. Il ne faut donc pas perdre de vue qu'ils doivent à tout prix s'inscrire dans une politique globale cohérente, touchant des politiques aussi différentes que l'aménagement du territoire, la politique pratiquée en matière de logement ou la gestion de l'offre en transports.

Cette synthèse montre que les plans de mobilité constituent un champ d'étude déjà bien défriché du point de vue théorique. La recherche menée ici ne prétend pas y apporter des éléments révolutionnaires, mais s'arrêter un peu plus en détail sur l'acceptabilité de cet instrument par les entreprises localisées dans un espace défini. Nous confronterons une partie de ces éléments théoriques à des cas concrets. Une tentative sera en outre faite de définir le profil-type "idéal" de l'entreprise susceptible de mettre en place un PM.

[12] Les PME représentent le 99,7% des entreprises et le 66,8% des emplois en Suisse (OFS, Recensement fédéral des entreprises, 2001).

6. Cadre de la recherche: l'agglomération neuchâteloise

Le terrain choisi pour cette étude correspond à l'agglomération neuchâteloise, dont la définition statistique[13] regroupe les 17 communes suivantes:

- Neuchâtel (ville-centre)
- Auvernier, Corcelles-Cormondrèche, Hauterive, Marin-Epagnier, Peseux, Saint-Blaise (1ère couronne)
- Bevaix, Boudry, Cortaillod, Rochefort, Colombier, Bôle, Savagnier, Fenin-Vilars-Saule, Thielle-Wavre, Cornaux (2ème couronne).

6.1 Population et activité économique

L'agglomération neuchâteloise compte 77'832 habitants en 2000, regroupant le 46% de la population du canton de Neuchâtel. Entre 1990 et 2000, sa population a cru de 2,9%. Des différences d'évolution apparaissent au niveau des communes composant l'agglomération, illustrant bien le mouvement continu de suburbanisation et de périurbanisation observé dans l'ensemble des agglomérations suisses depuis les années 1960 environ[14]:

- La population résidant dans la commune-centre a régressé de 2%, une évolution négative que l'on retrouve chez les communes de Marin-Epagnier (-6,6%) et de Cornaux (-4,7%).
- Toutes les autres communes ont connu un taux de croissance moyen de 14%, avec un taux minimum à Boudry (2,9%) et maximum à Fenin-Vilars-Saule (47,1%). Le taux de croissance dans la deuxième couronne de l'agglomération est nettement supérieur à celui de la première couronne (respectivement 14,5% et 7,7%).

Le secteur secondaire regroupe 43,4% de l'emploi total dans le canton de Neuchâtel en 1998, mais est sous-représenté dans l'agglomération neuchâteloise (par ex.: 22,7% des emplois à Auvernier ou 25% des emplois à Neuchâtel et Peseux)[15]. (Tableau 5)

L'agglomération de Neuchâtel se caractérise par une domination nette du secteur tertiaire sur l'économie: il représente par exemple 74,5% des emplois à Peseux, 73,4% à Neuchâtel, et 63,7% à Colombier[16].

Tableau 5: Importance relative des secteurs d'activité des entreprises de l'agglomération neuchâteloise

Secteur I	4% (année 1996)
Secteur II	43.4% (année 1998)
Secteur III	52.6% (année 1998)

Source: Recensement fédéral des entreprises 1996 et 1998

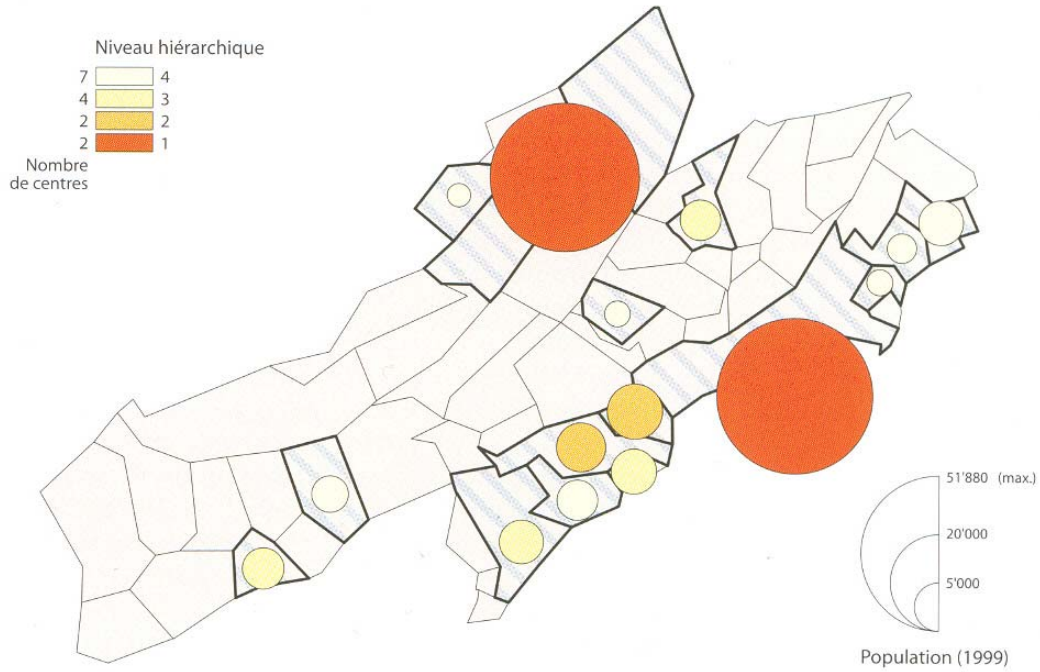
Le nombre de places de travail a diminué dans la commune-centre, où la tertiairisation n'a pas réussi à compenser les pertes d'emplois dues à la désindustrialisation générale du canton. A l'inverse, certaines communes du Littoral renforcent leur attractivité en terme d'emplois, comme Marin-Epagnier, Boudry, Colombier ou Cortaillod[17].

[13] Source: OFS, Liste des agglomérations et des communes les composant, sur la base du dernier recensement fédéral de la population de 2000
[14] Source: OFS, Recensement de la population 2000
[15] Source: Da Cuhna et al. (2006)
[16] Source: Ibidem
[17] Source: Ibid.

Au final, les niveaux de centralité urbaine examinés à l'échelle du canton classent les communes de l'agglomération neuchâteloise en fonction de leur taille démographique et leur potentiel économique comme suit (illustration 2):

- La commune-centre et sa 1ère couronne forment un des deux centres de premier niveau du canton de Neuchâtel (avec la Chaux-de-Fonds): elles regroupent en effet un tiers de la population cantonale et plus de la moitié des emplois du secteur tertiaire;
- Boudry, Colombier et Bôle sont considérées comme centres de niveau 2: elles comptent plus de 5000 habitants et 700 emplois dans le tertiaire;
- Cortaillod apparaît au 3ème niveau, avec 430 emplois tertiaires et près de 4400 habitants;
- Bevaix et Cornaux se distinguent au 4ème niveau, avec un secteur tertiaire relativement faible (moins de 300 emplois) mais une industrie plus développée;
- Enfin, le poids économique et démographique des autres communes de l'agglomération (Fenin-Vilars-Saules, Rochefort, Savagnier et Thielle-Wavre) est trop faible pour qu'elles puissent être considérées comme "centres urbains".

Illustration 2: Hiérarchie urbaine du canton de Neuchâtel



Source: Atlas du Canton de Neuchâtel, Da Cuhna et al., 2006

6.2 Déplacements pendulaires dans l'agglomération

6.2.1 Lieux de résidence des actifs de l'agglomération[18]

Depuis 1990, le nombre total des actifs occupés dans l'agglomération a augmenté, montrant une attractivité accrue de l'agglomération en terme d'emplois (tableau 6). L'aire d'attractivité de la commune de Neuchâtel s'étend actuellement à 43 communes.

[18] Source: OFS, Neuchâtel 2003 - Recensements fédéraux de la population.

Ce faisant, le nombre d'actifs de l'agglomération y habitant également a baissé (-7,5%), alors que le nombre d'actifs habitant une commune extérieure à l'agglomération a augmenté en même proportion (+7,5%). Schuler et Kaufmann (2005) relèvent qu'en Suisse, le nombre de kilomètres parcourus quotiennement a augmenté de 2,5 km en moyenne entre 1994 et 2000, une tendance qui s'expliquerait par la dispersion des emplois et logements au profit des couronnes d'agglomération et par la précarisation du travail (les actifs sont prêts à effectuer de plus longs trajets pour trouver un poste).

En 2000, sur les 42'933 personnes actives travaillant dans l'agglomération neuchâteloise, 73,7% sont domiciliées dans l'agglomération et 26,3% viennent de l'extérieur de l'agglomération.

La proportion de pendulaires par rapport aux actifs occupés dans l'agglomération a augmenté durant la même période.

Tableau 6: Lieu de résidence des actifs de l'agglomération

	1990	**2000**
Actifs occupés dans l'agglomération	42'256 (100%)	42'933 (100%)
- habitant dans l'agglomération	34'325 (81.2%)	31'622 (73.7%)
- habitant hors de l'agglomération	7'931 (18.8%)	11'311 (26.3%)
- pendulaires (en % du nombre total d'actifs)	38'392 (90.8%)	39'860 (92.8%)

6.2.2 Lieux de travail des habitants de l'agglomération[19]

Le nombre de personnes actives domiciliées dans l'agglomération a augmenté entre 1990 et 2000, confirmant le mouvement d'urbanisation. De plus en plus de personnes actives y résidant travaillent à l'extérieur (tableau 7).

La proportion de pendulaires en regard des personnes actives a également suivi une évolution positive.

Tableau 7: Lieu de travail des habitants de l'agglomération

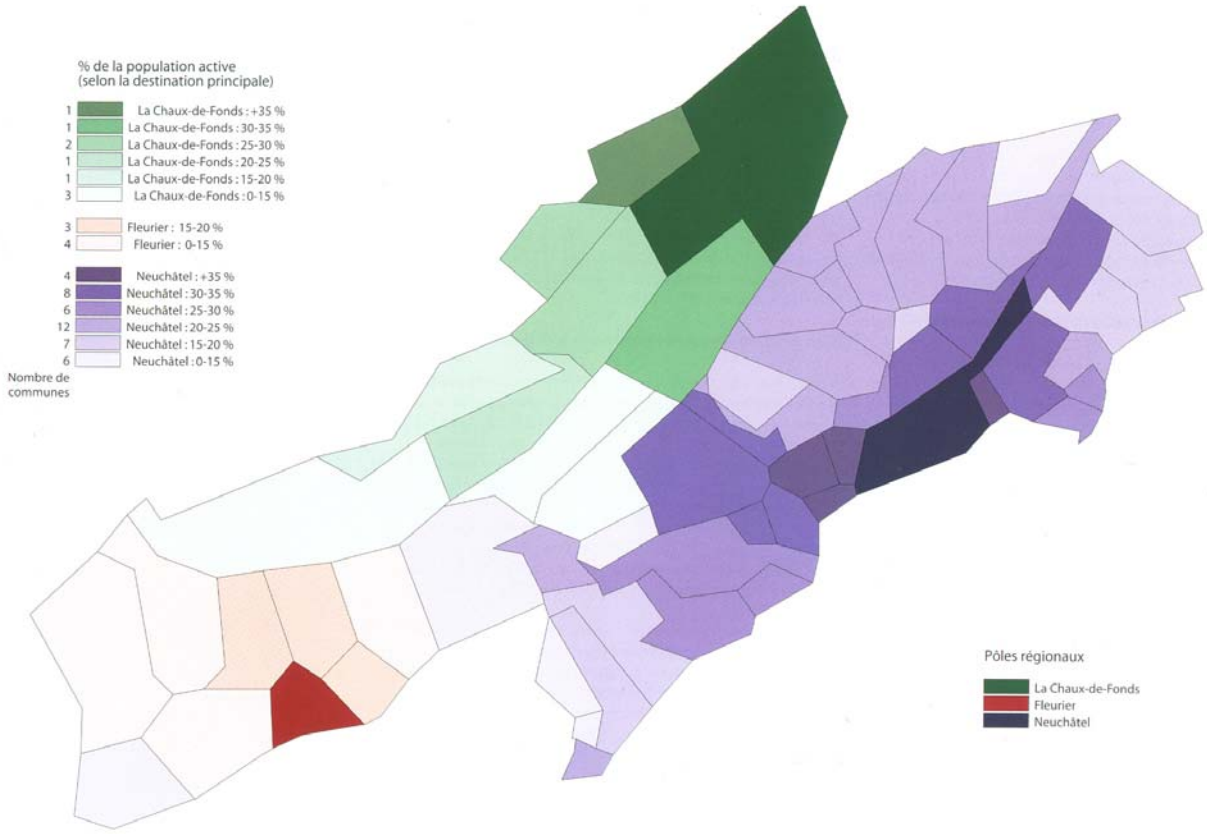
	1990	**2000**
Actifs domiciliés dans l'agglomération	38'867 (100%)	39'008 (100%)
- travaillant dans l'agglomération	34'325 (88.3%)	31'622 (81.1%)
- travaillant hors de l'agglomération	4'542 (11.7%)	7'386 (18.9%)
- pendulaires (en % du nombre d'actifs résidant)	35'003 (90.1%)	35'935 (92.1%)

[19] Source (sauf indication contraire): OFS, Neuchâtel 2003 - Recensements fédéraux de la population.

Dans le détail, certaines communes de l'agglomération se distinguent avec une proportion de pendulaires particulièrement élevée par rapport à la population active: Hauterive avec un taux de 80,1%, Bôle avec 76%, Corcelles-Cormondrèche avec 75,4%[20].

Les flux d'échange les plus intenses se déroulent entre la commune de Neuchâtel et les communes de Hauterive, Corcelles-Cormondrèche, Peseux, Auvernier, Saint-Blaise et Fenin-Vilars-Saule[21].

Illustration 3: Destination principale des pendulaires (2000)



Source: Atlas du Canton de Neuchâtel, Da Cuhna et al., 2006

6.2.3 Solde pendulaire de l'agglomération[22]

Le tableau 8 ci-après montre que le nombre absolu de pendulaires dans l'agglomération de Neuchâtel a augmenté entre 1990 et 2000. Le détail de l'évolution dénote que le nombre de pendulaires internes à l'agglomération a fortement diminué (-10,5%), et que les mouvements entre l'agglomération et son environnement se sont renforcés.

Le solde pendulaire est globalement positif.

[20] Source: Da Cuhna et al. (2006)
[21] Source: Ibid.
[22] Source: OFS, Neuchâtel 2003 - Recensements fédéraux de la population

Tableau 8: Evolution du nombre de pendulaires entre 1990 et 2000

	1990	**2000**
Pendulaires	42'934 (100%)	47'246 (100%)
- internes à l'agglomération	30'461(70.9%)	28'549 (60.4%)
- sortant de l'agglomération	4'542 (10.6%)	7'386 (15.6%)
- entrant dans l'agglomération	7'931 (18.5%)	11'311 (24.0%)

6.2.4 Répartition modale[23]

En 2000, l'absence de déplacements pendulaires entre le lieu d'habitat et le lieu de travail ne concerne qu'une infime minorité des actifs de l'agglomération (7,2%). La répartition modale pour les déplacements pendulaires montre une nette prédominance des transports individuels motorisés, supérieure à la moyenne suisse (établie à 58% selon Schuler et Kaufmann, 2005), une tendance qui s'est clairement renforcée dans cette même période dans l'agglomération neuchâteloise (+7,2%) (tableau 9).

Les transports publics, au même titre que la mobilité douce, ont perdu des points dans le modal split. Seule la part du train a légèrement augmenté, des tendances que l'on retrouve au niveau suisse.

Tableau 9: Catégorie de transport pour le trajet vers le lieu de travail, 1990-2000

	1990	**2000**
Mobilité douce (à pied, à vélo)	11.8%	10.5%
Transports individuels motorisés	57.1%	64.4%
Transports publics	31.1%	25.1%
- dont train	6.1%	6.9%

Dans le détail, la part de la voiture dans les moyens de transport utilisés par la population active est plus forte dans les communes ayant une forte vocation résidentielle comme Rochefort (73,4%), Fenin-Vilars-Saule (73,2%) et Savanier (72,5%). Pour comparaison, ce pourcentage n'est "que" de 43.5% dans la commune de Neuchâtel. L'utilisation des transports publics est évidemment plus marquée dans la commune de Neuchâtel (32,7%), où la desserte est la plus dense. Les communes de la 1ère couronne ont déjà une répartition modale en faveur des transports publics nettement plus faible: Hauterive (24,1%), Peseux (22,6%), Saint-Blaise (20,5%) ou Corcelles-Cormondrèche (20,5%)[24].

[23] Source: OFS, Neuchâtel 2003 - Recensements fédéraux de la population, sauf autre indication
[24] Source: Da Cuhna et al. (2006)

Recherche pratique

Cette partie de la recherche se propose d'examiner l'acceptabilité des plans de mobilité par les entreprises localisées dans l'agglomération neuchâteloise.

La méthode choisie pour y parvenir – une enquête par questionnaire, doublée d'entretiens – sera d'abord présentée. Un rapide profil des entreprises ayant participé à cette étude sera ensuite esquissé, avant de s'arrêter plus longuement sur l'engagement des entreprises dans la gestion de la mobilité.

Deux angles d'approche ont été adoptés: l'un se focalise sur les mesures de gestion de la mobilité, l'autre sur les entreprises. Pour ce dernier, des indicateurs – d'action, d'ouverture et de rejet – permettront d'évaluer leur niveau d'acceptabilité des PM.

Le chapitre suivant propose de mettre en évidence, à l'aide d'instruments statistiques, un profil-type d'entreprise ayant un haut niveau d'acceptabilité.

Enfin, les questions du rôle des pouvoirs publics et du type de politique mise en œuvre seront examinées dans le dernier chapitre.

7. Recueil des données

7.1 Sélection des entreprises

Cette étude a pour objectif d'évaluer le degré d'acceptabilité des plans de mobilité par les entreprises localisées dans l'agglomération neuchâteloise et de mettre en évidence un profil-type d'entreprise à haut niveau d'acceptabilité, ceci sur la base d'une enquête par questionnaire.

Des critères ont été définis, permettant de trier les entreprises de l'agglomération et de cibler la recherche sur les individus les plus pertinents:

- localisation dans l'agglomération neuchâteloise
- taille supérieure à 10 employés/ouvriers
- activité dans les secteurs secondaire et tertiaire[25]
- administrations publiques exclues
- établissements plutôt qu'entreprises[26].

Les informations nécessaires à la réalisation de cette recherche ont été mises à disposition par l'Office fédéral de la Statistique, toute autre tentative de contourner le problème de confidentialité de certaines données (taille de l'entreprise) s'étant soldée par un échec[27].

Selon les informations de l'OFS, 701 entreprises correspondent au profil défini ci-dessus: 599 sont de petite taille (85,5%), 87 sont de taille moyenne (12,4%) et 15 sont de grande taille (2,1%). Les coordonnées de 400 unités ont été livrées pour les besoins de cette étude. Le nombre d'unités échantillonnées par classes de grandeur est représentatif de l'univers de référence (entreprises de petite taille = 342 unités, entreprises de taille moyenne = 50 unités, entreprises de grande taille = 8 unités).

7.2 Méthodes de recueil de l'information

La récolte des données a été principalement effectuée au moyen d'un questionnaire, envoyé aux 400 adresses fournies par l'OFS.

Le choix du questionnaire comme méthode a été guidé par l'objectif de dégager des tendances représentant au mieux les entreprises sélectionnées et de faciliter la mise en évidence d'un profil-type, en ayant pleine conscience de ses limites:

[25] Le secteur primaire – agriculture, sylviculture, pêche et pisciculture, industries extractives – ne représente que 4% des emplois dans le canton de Neuchâtel (Source : OFS, Recensement fédéral des entreprises 2001). En outre, ses spécificités – caractère familial de l'entreprise, petite taille, habitat souvent sur le lieu de travail, horaires particuliers – n'en font pas un bon candidat au PM.

[26] Une entreprise peut être composée de plusieurs établissements, localisés à des endroits et soumis à des conditions d'accès différents, ce qui est susceptible de jouer un rôle important dans la mise en place d'un PM.

[27] Une première tentative de sélection des entreprises a été effectuée au moyen des SIG, selon la méthodologie suivante:
1/ cartographie des établissements selon leur taille et mise en évidence de leurs coordonnées spatiales
2/ recoupement de ces informations avec les données mises à disposition par le registre du commerce du canton de Neuchâtel (nom et adresse de l'entreprise).
Cependant, en raison de la précision seulement hectométrique de la localisation et la forte densité d'entreprises sur certains points, la procédure s'est révélée trop fastidieuse pour aboutir à un résultat: le risque était trop grand de sélectionner par erreur – dans la liste du registre du commerce – des entreprises de taille micro, non retenues pour cette étude.

1/ L'enquête par questionnaire est inévitablement liée à un taux de réponse faible, nécessitant éventuellement de recontacter les individus pour obtenir un minimum de 10% de réponses.

2/ Il est difficile, à travers des questions formalisées et posées à distance, d'appréhender une donnée aussi sensible et subjective que l'acceptabilité des PM. L'objectif de recherche se doit donc d'être nuancé: les données obtenues permettront de se faire une idée des grandes tendances à l'œuvre dans le thème étudié, sans prétendre à une représentation parfaite de la réalité.

Le contenu du questionnaire, présenté en annexe, a été élaboré de manière à obtenir différents types de données:

- caractéristiques de l'entreprise (groupes de questions 1 à 5), dans le but de définir un profil-type d'entreprise susceptible de mettre en place un plan de mobilité
- connaissance et intérêt de base pour les plans de mobilité (question 6)
- acceptabilité des mesures de gestion de la mobilité (niveau de réalisation, d'ouverture et de rejet), facteurs déclencheurs et obstacles perçus (groupe de questions 7)
- attentes par rapport aux pouvoirs publics (question 8).

Une deuxième partie de la recherche consistait en une série d'entretiens, menés dans le but d'affiner les tendances mises en évidence par le questionnaire.

L'enquête par entretien s'est révélée plus adaptée pour percevoir l'acceptabilité des PM. Cependant, cette méthode présente aussi des limites relevant des biais liés à l'intersubjectivité des acteurs en présence: le questionneur peut suggérer la réponse à l'interviewé ou le conforter dans un type d'attitude ne correspondant pas à la réalité; inversement, l'interviewé peut donner des réponses visant à émettre une image personnelle positive, mais distante de l'opinion réelle.

A noter enfin que des entretiens ont également été menés avec des spécialistes privés et responsables d'administration publique en charge des PM. Ceci s'est révélé utile pour la définition du thème de recherche et pour établir un rapide bilan de la situation à l'échelle de l'agglomération (connaissance des PM, politiques développées, types d'actions entreprises, lacunes, etc.).

8. Présentation des résultats de l'enquête

L'enquête a été menée entre le 29 mais et le 17 juillet 2006. Le taux de réponse au questionnaire a été de 26% environ (105 questionnaires valides). Parmi les entrepreneurs ayant répondu, 11 ont accepté de mener un entretien d'approfondissement.

Une trentaine d'entrepreneurs supplémentaires ont en outre retourné le questionnaire en signalant leur impossibilité de le remplir par manque de temps. Beaucoup ont manifesté leur intérêt et leur reconnaissance pour cette étude.

8.1 Profil des entreprises interrogées

8.1.1 Taille, localisation et secteur d'activité

Les entreprises de petite taille représentent 82% des questionnaires reçus, celles de taille moyenne représentent 13%, contre 5% pour les entreprises de grande taille. Les petites entreprises sont très légèrement sous-représentées par rapport à l'univers de référence, au contraire des entreprises de taille moyenne et grande, légèrement sur-représentées[28]. (Annexe 1)

La localisation des établissements ayant rempli le questionnaire est variée: la commune-centre est représentée par 53% des réponses, la 1ère couronne de l'agglomération par 24% et la 2ème couronne par 23%. Cinq communes, appartenant toutes à la deuxième couronne, ne sont pas représentées. (Annexe 2)

Le secteur secondaire représente 33% des questionnaires, tandis que le secteur tertiaire regroupe 66% des résultats. (Annexe 3)

8.1.2 Accessibilité

L'accessibilité des établissements en fonction de leur localisation montre que:

- Dans l'ensemble de l'agglomération, l'accessibilité routière est excellente, puisque la distance à une entrée/sortie d'autoroute est de 2 km en moyenne pour tous les établissements.
- Les établissements localisés dans la ville-centre disposent d'un arrêt de bus / trolleybus à une durée de trajet à pied moindre que dans le reste de l'agglomération. Dans l'ensemble cependant, l'éloignement est faible (durée du trajet inférieure à 6 minutes en moyenne).
- La desserte par tram concerne surtout les établissements localisés dans la ville-centre. Ailleurs, la distance à parcourir jusqu'à l'arrêt de tram le plus proche est double voire quadruple.
- Tous les établissements de l'agglomération sont situés en moyenne à moins de 15 minutes à pied d'une gare. La distance à parcourir dans la ville-centre est plus faible qu'en périphérie.

[28] La représentativité des résultats n'a malheureusement pu être testée pour les autres caractéristiques des entreprises, faute de données exactes concernant l'univers de référence. Les données statistiques disponibles prennent en effet toujours les micro-entreprises en compte, dont le nombre extrêmement élevé – quasiment 7500 dans le canton de Neuchâtel - modifie évidemment les statistiques.

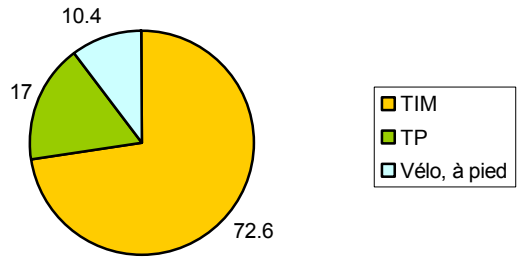
- Globalement, la desserte en transports publics paraît moins bonne dans la première et la deuxième couronne que dans la ville-centre, avec des durées de trajet entre l'entreprise et l'arrêt pouvant varier du simple au double. Une impression confirmée par l'indice synthétique résumant l'accessibilité en transports publics (annexe 4a).
- Les accès cyclistes et piétons sont nettement meilleurs dans la ville-centre que dans le reste de l'agglomération.

(Annexe 4)

8.1.3 Répartition modale des employés

La répartition modale pour les déplacements des employés travaillant dans les entreprises interrogées confirme les tendances énoncées au point 6.2.4 et montre une claire prédominance de la voiture individuelle dans les déplacements pendulaires: 72,6% des employés se rendent au travail en voiture, contre 16,9% en transports publics et 10,4% en vélo ou à pied:

Graphique 1:
Répartition modale dans les déplacements pendulaires (en %)



- 22 établissements ont une répartition modale favorable aux transports publics et à la mobilité douce ou présentant un équilibre entre la voiture et les autres modes de transports: tous sont localisés sans surprise dans la ville-centre.
- Les établissements dont la répartition modale en faveur de la voiture s'élève à 60-80% y sont également localisés en majorité (20/36).
- Enfin, les 46 établissements qui présentent un modal split très orienté sur la voiture (80-100% des déplacements des employés) se répartissent équitablement sur l'ensemble de l'agglomération (17 dans la ville-centre, 18 dans la 1ère couronne, 11 dans la 2ème couronne). (Annexe 5)

Selon une étude menée par l'ARE ET L'OFS en 2004, le choix de la voiture pour effectuer les déplacements pendulaires est causé dans 71% des cas par la disponibilité d'une place de stationnement sur le lieu de travail[29]. Une conclusion confirmée dans l'étude de Kaufmann menée sur les agglomérations de Grenoble, Berne, Genève et Lausanne (2000) qui affirme que "*la disposition d'un stationnement assuré à son lieu de travail entraîne neuf fois sur dix l'usage de l'automobile pour aller travailler*" (p. 186).

8.1.4 Conditions de stationnement

41% des établissements interrogés considèrent que le stationnement est un problème. Les 3 raisons les plus fréquemment évoquées sont le manque de places de parc (33% des réponses), les prix élevés pour se parquer et les coûts supplémentaires pour l'employeur (17% des réponses), ainsi que l'absence de places de stationnement longue durée à proximité de l'entreprise (17%). (Annexe 6)

[29] Autres facteurs explicatifs: disponibilité d'une voiture (58%), activité professionnelle indépendante (51%), revenu mensuel supérieur à 14'000 francs (48%).

Ces problèmes sont rencontrés avant tout par les entreprises localisées dans la ville-centre (59% des entreprises qui y sont localisées) et par les entreprises de grande taille (80% des entreprises de grande taille). (Tableau 10)

Tableau 10: Perception du stationnement comme problème en fonction de la localisation et de la taille de l'entreprise

	Localisation[30]		
	Ville-centre	*1ère couronne*	*2ème couronne*
Le stationnement est un problème pour 43 établissements de l'agglomération	33 (59%)	6 (24%)	3 (14%)
	Taille de l'établissement		
(41% des établissements interrogés)	*Grande taille*	*Taille moyenne*	*Petite taille*
	4 (80%)	7 (50%)	32 (37%)

30% des établissements interrogés disent ne pas avoir de possibilités de stationnement longue durée à proximité, une majorité d'entre eux se situant dans la commune-centre[31]. La plupart des établissements disposent cependant de places privées (88% des cas étudiés). (Annexe 7)

Concernant l'existence de places de stationnement pour les deux-roues, 61% des entreprises interrogées n'en ont aucune. L'absence de ce type de places de parc est très marqué dans la commune-centre (elle concerne 70% des entreprises de l'échantillon qui y sont localisées). Des résultats surprenants étant donné qu'ils contreviennent au Règlement d'exécution de la Loi sur les Constructions, dont l'article 35 oblige à régler les places de stationnement pour ces véhicules, à raison d'une place pour 4 employés.

Les conditions de stationnement correspondent aux caractéristiques traditionnelles de pression sur l'espace en milieu urbain: la pression est forte au centre et s'amenuise à mesure qu'on s'en éloigne:

- Les possibilités de stationnement longue durée sont plus fréquentes au fur et à mesure qu'on s'éloigne de la ville-centre: 57% des entreprises localisées au centre disent en disposer, contre 72% des entreprises de la 1ère couronne et 95% des entreprises de la 2ème couronne.
- Dans la première et la deuxième couronne, très peu d'entreprises n'offrent pas de places de stationnement privées à leurs employés (respectivement 5 et 4%).
  A noter que le pourcentage d'entreprises qui disposent de places privées est très élevé, qu'on se trouve au centre ou en périphérie (87% en moyenne).
- La mise à disposition de places de stationnement pour les 2-roues ne concerne que 25% des entreprises localisées dans la commune-centre, alors que 64% des entreprises de la première couronne en ont. Le pourcentage relativement faible d'entreprises concernées dans la deuxième couronne (32%) peut s'expliquer par une accessibilité cycliste moindre.

Seules 39 personnes interrogées sont en mesure de donner le coût du stationnement pour leur entreprise. 14 autres affirment que le stationnement ne leur coûte rien, une hypothèse – confirmée au cours de quelques entretiens – étant que les places sont situées sur domaine privé. 13 notent clairement qu'ils n'en savent rien. Les 39 autres réponses sont ambiguës[32].

[30] La localisation d'un des établissements n'est pas connue.
[31] Ces chiffres reflètent bien la situation du stationnement dans la ville-centre, où seuls 31% des places de stationnement sont publiques (contre 69% de places privées).
[32] La formulation de la question pouvait prêter à confusion: "Pouvez-vous estimer le coût de la gestion du stationnement automobile pour l'entreprise?". Une réponse telle que " – " peut être interprétée de 2 manières: "Je ne sais pas" ou "0 franc".

8.1.5 Culture d'entreprise

A côté de ces informations de type factuel, les personnes interrogées étaient également appelées à ce prononcer sur quelques affirmations, dans le but de dévoiler une partie (infime!) de l'idéologie prévalant dans l'entreprise. Les entretiens ont montré que la casquette de "chef d'entreprise" ne se distingue pas toujours clairement de celle de "simple citoyen". Les réponses données au chapitre 5 du questionnaire semblent davantage correspondre à une prise de position personnelle qu'à une réelle culture d'entreprise[33].

Deux tendances principales se dessinent à travers les réponses données et permettent de donner une idée de comment la gestion de la mobilité est perçue par les entrepreneurs (Annexe 9):

- La santé et le confort sortent en tête des éléments perçus comme importants dans la gestion de la mobilité (67% des réponses), suivi de l'élément "coût" (50% des réponses) puis de l'élément "protection de l'environnement" (43% des réponses).
- La perception du partage des responsabilités montre clairement que le rôle de l'entreprise comme acteur de la gestion de la mobilité pendulaire n'est pas encore admis:
  - 58% des établissements interrogés se disent pas du tout d'accord avec l'affirmation "la mobilité pendulaire est une question concernant l'entreprise génératrice des déplacements"
  - 52% affirment que la gestion de la mobilité concerne les pouvoirs publics avant tout.
  - 79% des établissements se montrent d'accord avec l'affirmation selon laquelle "la mobilité pendulaire est une affaire relevant avant tout de la sphère privée", confirmant qu'en matière de mobilité, la liberté individuelle est considérée comme intouchable.
  - Seuls 11% des établissements considèrent que la gestion de la mobilité pendulaire est une affaire impliquant autant les pouvoirs publics que l'individu et l'entreprise. (Annexe 10)

L'analyse des réponses selon la taille de l'entreprise ne révèle pas de tendances très nettes. Un seul élément intéressant ressort: aucun des 5 établissements de grande taille ne se déclare d'accord avec l'affirmation "la mobilité pendulaire est une question concernant avant tout l'entreprise génératrice des déplacements". On aurait pu croire qu'en raison de leur impact important sur leur environnement, ces entreprises se sentent davantage responsables de gérer la mobilité pendulaire.

[33] Ce biais est vraisemblablement dû au grand nombre d'entreprises interrogées de taille petite et moyenne, pour lesquelles la culture d'entreprise est fortement dépendante des personnes et personnalités en jeu (au contraire des entreprises de plus grande taille, où la culture d'entreprise se détache davantage des personnes impliquées dans l'entreprise).

8.2 Engagement des entreprises dans la gestion de la mobilité

8.2.1 Connaissance des plans de mobilité d'entreprise

L'enquête effectuée auprès des entreprises de l'agglomération neuchâteloise révèle que les PM y sont encore très peu connus.

- Une large majorité de ces entreprises (83%) ne connaissent pas d'expériences de plan de mobilité réalisées par leurs pairs.
- Seules 3% ont connaissance de documents présentant les PM. Les entretiens ont en outre démontré qu'il y a encore une grande confusion sur ce qu'est un PM (à l'exemple de cet entrepreneur qui associe le PM de manière réductrice au système Mobility-Carsharing, ou cet autre qui l'assimile au système de ramassage scolaire Pédibus).
- La participation à un atelier d'information et d'échange d'expériences sur les PM – à l'image du forum organisé par la ville de Vevey en 2004 ou de l' "apéro mobilité" à Morges en 2005 – ne concerne que 3% des entreprises.
- Aucune entreprise n'a suivi de formation s'y rapportant (par exemple, celle dispensée par le SANU / Formation pour le développement durable, à Bienne)
- Parmi les 20 entreprises ayant répondu par l'affirmative à l'un des quatre points ci-dessus, 3 se déclarent plutôt convaincues, 4 y sont indifférentes et 9 se montrent sceptiques (4 sans réponse).

8.2.2 Evaluation des mesures de gestion de la mobilité[34]

Les établissements ayant reçu le questionnaire étaient appelés à se prononcer au sujet de différentes mesures pouvant composer un plan de mobilité. Quatre réponses leur étaient proposées: deux d'entre elles montraient une certaine ouverture d'esprit par rapport à cette mesure ("la mesure est projetée ou déjà réalisée" et "la réalisation de cette mesure est à étudier), tandis que les deux autres correspondaient à une position plus négative de l'entrepreneur à l'égard de la mesure ("cette mesure ne présente aucun intérêt" et "cette mesure est impossible à réaliser"). Pour simplifier l'analyse et la lecture, seules 2 catégories ont été retenues dans ce chapitre 8.2 ("expression positive à l'égard de la mesure", "expression négative à l'égard de la mesure").

A la fin de chaque paragraphe concernant une mesure donnée, son potentiel sera donné – exprimé par le pourcentage d'entrepreneurs affirmant vouloir en étudier la réalisation – et s'accompagnera de quelques pistes possibles pour le développer. Il va de soi que ce potentiel ne correspond pas à une réalité exacte mais donne une indication sur l'intérêt des entrepreneurs interrogés à l'égard de cette mesure.

Les résultats obtenus sont très nets: toutes les mesures recueillent des avis défavorables, à l'exception de cinq mesures pour lesquelles les résultats sont plus nuancés. Les résultats détaillés pour chacune sont présentés ci-dessous, avec quelques tentatives d'explication, la plupart tirées des entretiens menés. (Annexe 11)

[34] **N.B: Les croisements de données effectués aux points 8.2 et 8.3 ne signifient pas qu'il existe un lien statistique entre les variables considérées. Un examen statistique sera effectué au point 8.4.**

Mesure 1: Information

Descriptif: information sur les possibilités de stationnement offertes par l'entreprise et situées dans les environs directs, information sur les possibilités d'accès à l'entreprise (transports privés / publics, vélo / marche)

Ces mesures sont réalisées respectivement par 56% et 59% des entreprises contactées et constituent les mesures qui recueillent le plus d'avis positifs au total (66 et 68% des suffrages).

Le croisement de ces données avec la taille de l'entreprise ne révèle pas de grande différence entre les types d'entreprises: 60% des grandes entreprises se montrent favorables à l'information des employés sur les possibilités de stationnement et 80% à propos des possibilités d'accessibilité. Ces mesures recueillent des avis favorables auprès de 64% des entreprises de taille moyenne, et autant pour les entreprises de petite taille.

Le résultat le plus intéressant du croisement des résultats avec la localisation concerne les entreprises de la deuxième couronne, montrant que celles-ci sont un peu moins favorables à ces mesures[35] que les entreprises localisées dans la première couronne[36] et au centre[37]. Les problèmes de mobilité et stationnement y sont vraisemblablement moins préoccupants, rendant superflue une information spécifique à ce sujet.

Les résultats apportés par les entretiens nuancent cependant ce tableau globalement positif: **l'information sur les conditions de stationnement et d'accessibilité est donnée, dans la grande majorité des cas, lors de l'entretien d'embauche (ou d'accueil) des nouveaux collaborateurs, sans faire l'objet de mesures spécifiques par la suite** (telles que diffusion répétée de l'information via brochures, feuille d'information, courriel, séances du personnel ou journées de formation).

Par ailleurs, 19% des entrepreneurs interrogés estiment que cette mesure ne présente aucun intérêt. Les éléments qui semblent jouer un rôle dans ce cas sont:

- la taille de l'entreprise: il n'y a pas besoin de canal "officiel" et spécifique pour diffuser l'information, laquelle se diffuse plutôt de manière informelle ("*à la pause-café*");
- le caractère évident de ces informations, lié d'une part à la visibilité des infrastructures existantes (beaucoup d'espace disponible autour de l'entreprise, parking très visible ou proximité d'un arrêt de transports publics) et, d'autre part, à la simplicité des potentialités offertes (les alternatives possibles n'étant pas nombreuses).

Potentiel de la mesure: 7,5%

Quelques entreprises signalent que **les périodes de "crise" – stationnement indiscipliné des employés, manifestations extraordinaires (expo.02), changement des conditions (mise en zones bleues du stationnement longue durée à proximité) – constituent des moments où la diffusion de l'information est importante et peut faire l'objet d'une action particulière**.

D'une manière générale, l'information est déjà bien diffusée, mais n'est utilisée qu'à des fins… informatives! **Une information ciblée et répétée, sortie de son contexte traditionnel, peut être utilisée comme moyen d'inciter l'employé à réfléchir à son comportement de mobilité**.

Un entrepreneur a signalé lors d'un entretien une utilisation toute particulière de l'information: rappeler aux employés les possibilités qui leurs sont offertes – "Vos places de stationnement vous sont mises gratuitement à disposition" ou "l'entreprise vous propose une subvention à l'achat d'un abonnement de transports publics" – permet parfois de **désamorcer les tensions internes** entre employeur et employé. Une manière de montrer que l'entreprise s'engage pour le bien-être de ses collaborateurs…

[35] 55% pour la mesure I et 50% pour la mesure II
[36] 72% pour la mesure I et 56% pour la mesure II
[37] 63% pour la mesure I et 75% pour la mesure II

Mesure 2: Sensibilisation

Descriptif: information et sensibilisation des employés sur les conséquences de l'utilisation de la voiture, des transports publics, de la mobilité douce (vélo et marche) sur l'homme et l'environnement

Cette mesure présente un bilan presque équilibré, avec 47% d'avis favorables contre 53% d'avis défavorables. Cette mesure a en outre un certain potentiel, puisque 40% des entrepreneurs répondent que la réalisation de cette mesure est à étudier.

Les réponses ne présentent pas de différence selon la localisation des entreprises. Par contre, l'intérêt de cette mesure décroît avec la taille de l'entreprise: 80% des entreprises de grande taille se montrent ouvertes à cette mesure, contre 50% des entreprises de taille moyenne et 42% des entreprises de petite taille.

Hormis le facteur taille, d'autres éléments ont été mentionnés pour expliquer la retenue à l'égard de cette mesure:

- Les établissements dont l'activité professionnelle est fortement dépendante de l'utilisation de la voiture (soins à domicile ou assurances par exemple) n'ont aucun intérêt à inciter leurs employés à reconsidérer leur mode de déplacement.
- L'efficacité de la mesure est mise en doute: la conscience des problèmes liés à la mobilité est déjà bien répandue, mais ne suffit pas à induire un changement de comportement pour autant.

Potentiel de la mesure: 40%

Un élément intéressant ressorti des entretiens est la **collaboration des entreprises à des campagnes de prévention ponctuelles lancées par le BPU ou la SUVA (encouragement au port du casque à vélo par exemple). La mise à disposition de matériel de campagne "clé en main" présente un attrait pour l'entreprise, qui peut éviter de dépenser des ressources (en temps et en argent) pour développer ce genre d'action**. Ces partenariats ponctuels pourraient être davantage encouragés (par exemple avec PRO VELO Suisse et son action "A vélo au boulot" ou avec l'ATE et ses campagnes "sécurité routière").

Mesure 3: Subvention abonnement TP

Descriptif: subvention à l'achat d'un abonnement de transports publics (demi-tarif, abonnement général, Onde-Verte, abonnement de parcours)

Cette mesure ne soulève que 37% d'avis favorables: les grandes entreprises se montrent les plus enthousiastes (3 entreprises sur 5)[38], de même que les entreprises localisées dans la ville-centre (46%)[39].

Les obstacles à cette mesure fréquemment cités lors des entretiens sont principalement de deux types: d'ordre financier ("Qui paye la subvention?") et relatif à l'offre en transports publics insuffisante ou inadaptée aux horaires de travail.

Potentiel de la mesure: 16%

Cette mesure – souvent décriée en raison de son coût – pourrait **accroître son acceptabilité pour autant qu'elle soit intégrée dans un paquet dont le bilan budgétaire pour l'entreprise serait nul** (par exemple: taxation des places de parc, affectation des recettes ainsi dégagées pour financer la subvention à l'achat d'un abonnement de transports publics).

[38] Contre 36% des entreprises de taille moyenne et 34% des entreprises de petite taille.
[39] Contre 20% des entreprises localisées dans la première couronne et 23% des entreprises de la deuxième couronne.

Mesure 4: Taxation places de stationnement

Descriptif: taxation (location) des places de stationnement automobiles mises à disposition des employés

"En général, les mesures d'attraction, telles que les améliorations de transports publics, n'entraînent pas à elles seules la réduction de la congestion recherchée (…). Un mécanisme d'accompagnement pour mettre un frein à l'usage de l'automobile est généralement indispensable pour induire les modifications souhaitées de la répartition modale" (CEMT, 2002, p. 38). Dans cet ordre d'idée, deux mesures ont été soumises au jugement des entrepreneurs, touchant directement à l'usage de la voiture: la taxation des places de stationnement pour les voitures et la limitation du nombre de places de stationnement. Toutes deux ont récolté des avis fortement négatifs.

L'idée de taxer les places de stationnement mises à disposition des employés est rejetée par 75% des entreprises.

Les grandes entreprises sont les plus enclines à mettre en place cette mesure (60% d'entre elles le font déjà), au contraire des PME que ne sont que respectivement 23% et 14% à y être favorables (ou à l'avoir déjà réalisée).

Un léger effet de localisation a également été relevé, les entreprises localisées dans la ville-centre (30%) et la première couronne (28%) étant disposées plus favorablement face à cette mesure que celles situées dans la deuxième couronne (5%).

Cette attitude de rejet trouve plusieurs justifications possibles:

- Il va de soi que si l'entreprise ne poursuit pas l'objectif de limiter le recours à la voiture individuelle pour les déplacements pendulaires – et c'est probablement le cas d'une grande majorité des entreprises ayant participé à cette enquête – mettre en place une politique de stationnement restrictive n'a aucun sens.
- Les entreprises disposant de places sur domaine privé n'ont pas de rubrique "frais de stationnement" dans leur budget et ne voient pas l'intérêt économique de taxer les employés.
- Pour les entreprises localisées dans des endroits où la pression sur l'espace n'est pas forte (et où les possibilités annexes de stationner sont donc nombreuses), taxer les places de stationnement entraînerait simplement un transfert des véhicules vers d'autres endroits, eux gratuits. Ceci permet de montrer que **la gestion du stationnement sur le domaine public joue un rôle important dans une logique de complémentarité des mesures prises par les entreprises en matière de stationnement**.
- Le fait d'offrir une place de parc à ses collaborateurs correspond souvent au désir de leur proposer des conditions de travail avantageuses, de leur garantir une certaine satisfaction au travail, voire même de "*fidéliser les talents*".

  L'offre d'avantages pour les collaborateurs prend d'ailleurs tout son sens dans un contexte où la mobilité professionnelle s'accroît, et la concurrence entre entreprises se renforce.

  Avec l'entrée en vigueur, à partir de 2007, du "nouveau certificat de salaire" , les employeurs seront obligés de déclarer tous les avantages offerts à leurs collaborateurs (défraiement pour le trajet domicile – lieu de travail, abonnement général ou carte de trajet offert, paiement des frais de repas par l'employeur, réduction sur un abonnement de fitness, etc.). Ces avantages seront dorénavant considérés comme revenu et seront taxés. Les entrepreneurs se trouvent donc dans la situation où ils doivent estimer s'il vaut mieux – pour eux comme pour leurs employés – continuer d'offrir ces places ou commencer à les taxer. Une situation charnière intéressante pour aborder en douceur la question du report modal.

- Pour certaines activités professionnelles intrinsèquement liées à l'usage de la voiture, proposer une place de parc aux collaborateurs ne correspond pas à un avantage offert, mais à une nécessité. C'est le cas d'un service d'ambulance où les employés doivent être mobilisables rapidement 24h/24h en cas d'urgence, ou d'activités où la possession d'un véhicule est une condition d'engagement (prestations de services informatiques aux entreprises, assurances, soins à domicile).
- La perception du stationnement comme problème influence aussi probablement la disposition à l'égard de cette mesure: 33% des entreprises affirmant que le stationnement est un problème expriment une opinion favorable à l'égard de cette mesure (contre 19% des entreprises n'ayant pas de problème de stationnement). Plus flagrant encore, les premières sont trois fois plus nombreuses que les secondes à taxer les places de stationnement de leurs employés (tableau 11).
- Il est possible que si l'employeur a des coûts de stationnement à sa charge, il les répercutera tout ou partie sur ses employés : 52% des entreprises qui sont favorables à cette mesure ont en effet des coûts de stationnement à leur charge (et 16% n'ont pas de frais). Inversement, les entreprises défavorables à cette mesure sont 55% à ignorer le coût du stationnement. (Annexe 8).

Tableau 11: Difficultés de stationnement et mesures "taxation des places" / "restriction du nombre de places" (nombre de réponses)

	"Taxer les places de stationnement"			
Le stationnement pose-t-il problème ?	Mesure réalisée ou projeté	Réalisation à étudier	Mesure sans intérêt	Mesure impossible à réaliser
Oui	23	10	33	33
Non	8	11	54	26

	"Restreindre le nombre de places de stationnement"			
Oui	13	10	26	51
Non	0	7	68	25

Mesure 5: Restriction du stationnement automobile

Descriptif: réduction du nombre de places de stationnement automobile mises à disposition des employés

Cette mesure soulève encore plus de réactions négatives que la mesure précédente, avec 86% d'entreprises n'y voyant aucun intérêt ou la jugeant impossible à réaliser.

Les entreprises sont relativement unanimes par rapport à cette mesure, quelle que soit leur taille ou leur localisation.

Sans surprise, les entreprises ne rencontrant pas de problèmes de stationnement sont très nettement défavorables à cette mesure, 68% d'entre elles la jugeant "sans intérêt"… Quand tout va bien, la volonté d'agir est faible et l'intérêt d'un report modal n'est pas perçu.

La logique voudrait que les entreprises qui rencontrent des problèmes de stationnement soient plutôt défavorables à l'égard de cette mesure, laquelle renforcerait encore davantage ces problèmes. Les résultats montrent cependant le contraire, exprimant peut-être une confusion entre "restriction volontaire du nombre de places de parc, décidée par l'employeur", et "restriction du nombre de places de parc imposée par des conditions externes" (forte densité de bâti par exemple).

46% des entreprises qui sont favorables à cette mesure ont des coûts de stationnement à leur charge (31% n'ont pas de frais). 53% des entreprises qui s'expriment négativement sur cette mesure ignorent le montant de ces coûts (annexe 8).

Les explications possibles données à ces réactions de rejet sont diverses:

- Restreindre le nombre de places est vraisemblablement considéré comme générateur de conflits. Le rejet de cette mesure correspond en partie aux craintes de l'employeur par rapport aux réactions négatives de ses employés pouvant s'ensuivre (mécontentement et stress). La mise à disposition de places de stationnement est d'ailleurs souvent perçu comme avantage offert aux employés et comme facteur d'attractivité de l'entreprise.
- **En outre, mener une politique restrictive implique de proposer quelque chose en échange, ce qui n'est pas toujours évident pour l'entreprise** (dont le fonctionnement est parfois régi par des contraintes lourdes[40], ou qui manque de connaissance des alternatives existantes).
- Tous les employés ne sont pas des candidats potentiels au transfert modal et dépendent réellement de leur voiture pour se rendre au travail. **Restreindre le nombre de place impliquerait d'examiner les besoins de chacun, et d'attribuer nominalement les places sur la base de critères stricts** (ce qui est loin d'être la règle pour de nombreuses entreprises).
- Des obstacles d'ordre administratif ont également été cités: dans certains cas, le nombre de place de parc fait partie d'un contrat global de location et ne semble pas négociable (est déterminé en fonction de la surface de travail). Une possibilité serait de sous-louer le surplus de places, mais le supplément de tâches administratives engendré peut y constituer un frein.
- Comme pour la mesure précédente, une harmonisation avec la politique pratiquée sur l'espace public est nécessaire (en limiter également l'accès), sans quoi l'effet sera nul.

Potentiel des mesures "places de stationnement": respectivement 11 et 8%

Une **gestion du stationnement sur domaine public** semble indissociable des mesures prises au niveau privé.

Les mesures restrictives font peur si elles sont présentées "sans enveloppe". **Un équilibre doit être préservé dans le degré de satisfaction des collaborateurs, ce qui implique de leur offrir une alternative en contrepartie des privations qui leur sont imposées.**

D'une manière générale, il convient de **rétablir la conscience que parquer a un coût (pour l'entreprise ou pour la collectivité), et qu'en profiter gratuitement est un privilège.**

Mesure 6: Co-voiturage

Descriptif: incitation au co-voiturage, mise en place de plate-forme d'échange de trajets entre employés.

Avec près de 41% de voix qui lui sont favorables, cette mesure nous réconforte un peu dans l'idée qu'il existe, pour les entreprises, des moyens d'influencer le choix modal de leurs employés pour leurs déplacements pendulaires.

[40] Horaires de travail de nuit, rendant impossible le recours aux transports publics par exemple.

Les PME semblent mieux disposées à l'égard de cette mesure que les entreprises de grande taille[41]. Il est possible que le co-voiturage soit mieux accepté dans les entreprises de taille modeste où tous les employés se connaissent. Dans ce cas, une organisation spontanée entre employés est fréquente[42]. Une responsable d'une grande entreprise relève en effet que le facteur humain constitue une difficulté majeure par rapport à cette mesure: *"Il est impossible d'imposer une mesure de ce genre: la décision doit venir des gens, en fonction des affinités interpersonnelles"*.

D'une manière générale, les principaux obstacles mentionnés sont l'incompatibilité des horaires et les lieux d'habitation disparates (ainsi que le fait que le co-voiturage se met en place souvent spontanément). De ce point de vue, les grandes entreprises devraient donc être de meilleures candidates au co-voiturage, la probabilité que plusieurs employés résident au même endroit étant supérieure.

Potentiel de la mesure: 17%

Un chef d'entreprise met en évidence le fait qu'à l'heure des nouvelles technologies de l'information et de communication, **l'incitation au co-voiturage pourrait se faire via la création d'une plate-forme d'échange, à l'échelle du canton ou du littoral, dans le but d'en développer le potentiel pour toutes les entreprises, y compris les plus petites**.

Mesure 7: Stationnement favorisé pour les co-voitureurs

Descriptif: des places de stationnement bien situées (à proximité de l'entrée de l'entreprise, dans un parking couvert, etc.) sont réservées pour les véhicules utilisés pour le co-voiturage.

Les résultats obtenus pour cette mesure sont vraisemblablement en partie induits par les réponses négatives à la question précédente: les entreprises n'éprouvant pas de sympathie à l'égard de l'incitation au co-voiturage n'ont – en principe[43] – pas répondu plus favorablement à cette seconde question. Ce n'est donc pas surprenant de trouver un résultat de 74% de voix négatives à la mesure "stationnement favorisé pour les co-voitureurs".

Par rapport à la mesure précédente, 16 entreprises supplémentaires s'expriment négativement à propos de cette mesure. L'explication la plus fréquemment donnée dans les entretiens est que les places de parc ne sont pas attribuées spécifiquement (*"le premier arrivé, le premier servi"*), ou qu'**il n'y a pas de processus de sélection des personnes ayant le droit de bénéficier des places de l'entreprise.**

Potentiel de la mesure: 17%

Les entrepreneurs dont les places de stationnement sont limitées par rapport aux besoins des employés devraient être encouragés à **définir des critères d'attribution des places de parc, afin de mettre en lumière les besoins réels de leurs employés**.

[41] 39% des petites entreprises et 43% des entreprises de taille moyenne semblent ouvertes à cette mesure, contre seulement 20% des grandes entreprises.

[42] C'est d'ailleurs un facteur de biais dans les réponses, beaucoup d'entreprises ayant répondu à cette question par l'affirmative parce qu'elles avaient connaissance d'un co-voiturage organisé spontanément entre leurs employés. Mais ceci ne correspond pas à une politique pro-active de la part de l'entreprise.

[43] 2 exceptions.

Mesure 8: Mobility-Carsharing

Descriptif: réduction des prix sur les prestations offertes par Mobility-Carsharing.

80% des entrepreneurs s'expriment négativement sur cette mesure, la plupart la jugeant sans intérêt.

Les commentaires que ces résultats appellent sont les suivants:

- La pertinence de recourir à Mobility-Carsharing est plus évidente pour les déplacements professionnels que pour les déplacements pendulaires, qui étaient ici le thème de questionnaire.
- Comme dans le cas de la subvention à l'achat d'un abonnement de transports publics, la source du financement de la réduction des prix sur Mobility-Carsharing pose problème. La plupart des entreprises n'ont pas de budget mobilité destiné à financer de telles mesures. En outre, seules les entreprises de grande taille sont potentiellement susceptibles d'obtenir un arrangement financier avec le pourvoyeur des services Mobility, grâce à leur poids économique.
- Un élément rapporté par un des entrepreneurs fait référence aux valeurs socioculturelles associées à la possession d'un véhicule privé, qu'on ne retrouve évidemment pas avec l'utilisation d'un véhicule partagé.

Potentiel de la mesure: 17%

Cette mesure présente un intérêt certain pour toutes les entreprises pratiquant le défraiement kilométrique pour les déplacements pendulaires ou professionnels effectués à l'aide d'un véhicule privé. **Avec la hausse du prix de l'énergie, il est probable que ces défraiements doivent un jour être revus à la hausse… rendant par là le système Mobility-Carsharing concurrentiel**.

Une fois expérimenté dans le cadre professionnel, l'usage à titre privé peut en outre s'en trouver facilité.

Mesure 9: Navette d'entreprise

Descriptif: mise en place d'une navette d'entreprise

La navette d'entreprise est la mesure qui obtient le taux de rejet le plus élevé (93%).

Les arguments donnés sont du même style que pour le co-voiturage et Mobility-Carsharing:

- Les horaires et les provenances des employés sont trop disparates.
- L'obstacle du financement est important, tout comme la taille de l'entreprise.

Potentiel de la mesure: 2%

A l'exemple de Sellita Watch à la Chaux-de-Fonds, des **accords peuvent être trouvés en partenariat avec l'entreprise de transports publics locaux** pour organiser un ramassage particulier des employés d'une entreprise ou travaillant dans une même zone.

Le **rassemblement des entreprises situées dans une même zone dans une organisation qui en défend les intérêts peut les aider à se profiler comme interlocuteur de poids**.

Mesure 10: Vélos

Descriptif: mise à disposition de vélos aux employés

A nouveau peu de succès pour cette mesure, qui ne récolte que 12% d'avis favorables. Les entreprises les plus intéressées ou ayant déjà réalisé cette mesure sont localisées à 83% dans la ville de Neuchâtel, le reste provenant de la première couronne. Aucune grande entreprise ne s'y est par ailleurs montrée favorable.

Différents arguments sous-tendent ces résultats:

- Les arguments relatifs à la météo et à la topographie défavorable de Neuchâtel ont été mis en avant, de même qu'un argument relatif au genre (les femmes seraient moins prêtes à se rendre au travail en vélo…).
- Les horaires (de nuit) et la distance entre le lieu de travail et de résidence sont aussi évoqués.
- Certains entrepreneurs partent du principe que "les gens sont déjà équipés" et que leur mettre des bicyclettes à disposition ne déclencherait aucun nouveau comportement.
- La réponse est-elle dictée par le constat que le pourcentage d'employés venant à vélo est faible, et qu'a priori le potentiel de report vers ce mode de transport est trop marginal pour tenter quelque chose ?

Mesure 11: Places de stationnement pour cycles

Descriptif: mise à disposition de places de stationnement abritées et sécurisées pour les cycles.

La mesure "mise à disposition de places de stationnement pour les cycles" obtient des résultats équilibrés, très légèrement positifs (51% de réponses positives contre 49% de réponses négatives). Cette mesure recueille le soutien de 60% des grandes entreprises, 64% des entreprises de taille moyenne et seulement 45% des entreprises de petite taille. Les pourcentages ne varient que peu selon que l'entreprise se trouve au centre ou en périphérie (entre 48% et 55%).

Sur les 38 d'entreprises ayant signalé disposer de places pour les deux-roues (annexe 7), 35 affirment donc que ces places sont abritées et sûres. Un pourcentage très élevé qui fait douter des standards de confort et de sécurité admis…

Illustration 3: Places de stationnement abritées pour vélos

Mesure 12: Autres infrastructures pour les cyclistes

Descriptif: mise en place de vestiaires, casiers et douches pour les employés venant au travail en vélo, afin qu'ils puissent se changer et se rafraîchir au besoin.

Tout comme la mesure précédente, le résultat global obtenu ici est légèrement favorable (51%). Les petites entreprises s'y montrent moins favorables que les autres (petites: 44%, moyennes: 71%, grandes: 60%). La localisation n'est pas liée à des différences de réponse.

Mais une fois de plus, ces résultats sont à prendre avec précaution, étant donné qu'il semble que peu d'entreprises réalisent ces infrastructures dans le but d'encourager les pendulaires à se déplacer à vélos: les entretiens ont dévoilé que d'autres raisons ont souvent guidé leur réalisation (respect des normes d'hygiène par exemple). Même si ces infrastructures profitent aussi aux cyclistes, il serait faux de dire que c'est une politique de gestion de la mobilité qui est à l'origine de la démarche.

Il est apparu aussi que l'espace manque souvent aux entreprises pour développer ce genre de locaux, ou que les frais de transformation seraient trop onéreux.

Mesure 13: Alternatives en cas d'urgence pour les cyclistes

Descriptif: pour les employés venant à vélo, mise en place d'alternatives pour le retour en cas de mauvais temps (remboursement des frais de transports publics) ou d'urgence (participation aux frais de taxi).

Avec seulement 13% de réponses positives, cette proposition rejoint le large groupe des mesures faiblement acceptées. Ce résultat médiocre est à mettre en rapport avec les faibles scores des autres mesures visant la promotion du vélo, et avec le même type de facteurs explicatifs.

Potentiel des mesures liées à la promotion du vélo: 6%, 16%, 15% et 11%

Le potentiel de report modal atteignable grâce à la mobilité douce est probablement sous-estimé. Il est donc **important d'insister sur les avantages de ce mode de transport (économie d'espace et d'énergie, maintien en forme, rapidité dans les heures de pointe où les voitures circulent au pas, etc.), et de composer un paquet de mesures complémentaires**.

Autres mesures

L'idée d'une prime pour les employés faisant un effort a été mentionnée, un peu à l'image du "Jackpot Mobilité" décrit plus haut, sans toutefois être réalisée ni projetée en raison des coûts de réalisation.

Une autre idée évoquée est de "prolonger les autorisations de parcage pour les employés" (macarons permettant un stationnement longue durée dans les zones bleues). Une proposition symptomatique de la position d'un bon nombre d'entrepreneurs, pour lesquels la gestion de la mobilité de leurs employés revient à accroître les possibilités de stationnement.

Synthèse

Une représentation graphique synthétique des résultats obtenus pour chaque mesure est présentée dans le graphique 2[44].

Le premier constat à faire est que seules 4 mesures obtiennent plus de 50% d'avis favorables, alors qu'il y en a 10 qui recueillent plus de 50% d'avis défavorables.

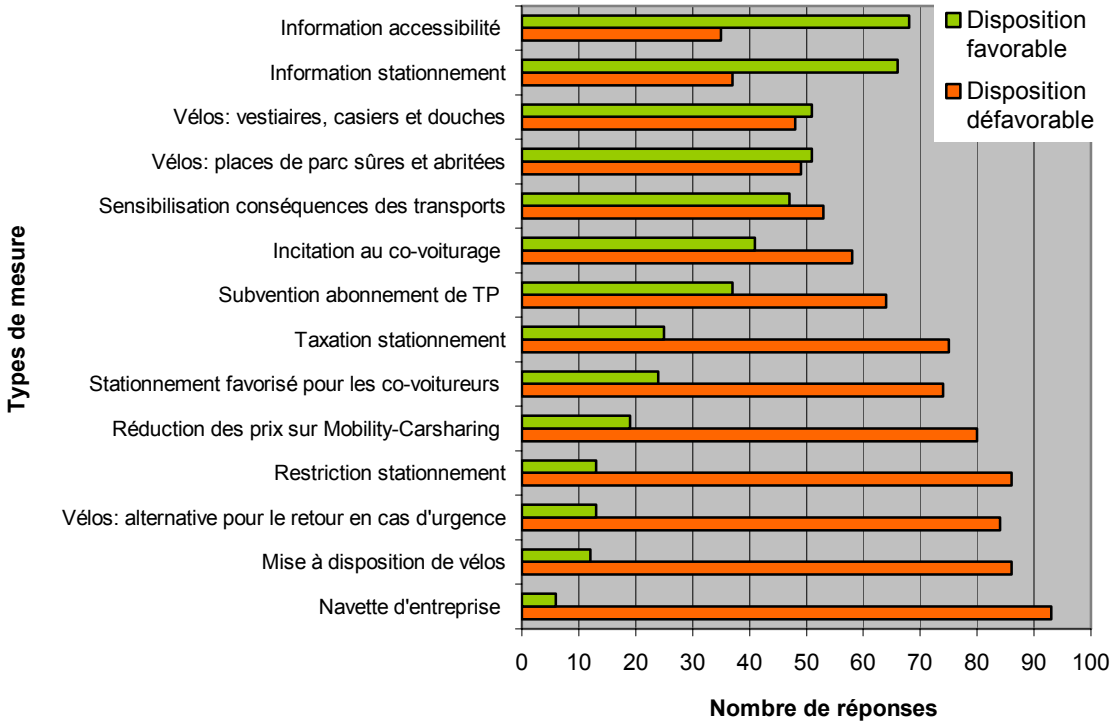
Une des caractéristiques des premières est qu'elles demandent peu d'effort à l'employeur (logique d'information liée à l'entretien d'embauche), ou alors un effort souvent non orienté vers la gestion de la mobilité (vestiaires et casiers). La mise à disposition de places de stationnement pour les vélos fait exception, dans ce sens qu'elle exige davantage de ressources financières et spatiales.

Les mesures rejetées à plus de 50% ne se laissent pas facilement caractériser: elles regroupent en effet

- des mesures de nature incitative (sensibilisation aux conséquences des transports pour l'homme et l'environnement) et restrictive (taxation du stationnement),
- des mesures financièrement lourdes (subvention abonnement TP) et des mesures plus légères (stationnement favorisé pour les co-voitureurs).

Ces mesures exigent cependant un niveau d'investissement de la part de l'employeur supérieur aux premières.

Graphique 2: Acceptabilité et rejet des mesures de gestion de la mobilité



En fin de compte, l'acceptabilité d'une mesure est plus élevée si celle-ci ne requiert pas d'effort particulier de la part de l'employeur: la gestion de la mobilité a davantage de chances d'être acceptée si elle peut s'inscrire le plus discrètement possible dans le cadre des tâches traditionnelles de l'entreprise.

[44] Des représentations détaillées sont présentées à l'annexe 12.

L'engagement en temps et en argent exigé par la mise en place de ces mesures est en effet fortement dissuasif: dans le budget général de l'entreprise, la gestion de la mobilité souffre de la concurrence imposée par les autres tâches prioritaires – et directement productives – de l'entreprise.

La satisfaction des employés, comme facteur important de la gestion d'entreprise, est souvent mentionnée comme frein puissant à toute action trop restrictive. La crainte des conflits et représailles occasionnés influence fortement la perception des employeurs à l'égard des mesures de gestion de la mobilité. Peu perçoivent les bénéfices des modes de transport alternatifs pour le personnel.

8.2.3 Eléments déclencheurs de la mise en œuvre de ces mesures

Dans le questionnaire, les entrepreneurs étaient invités à préciser le motif les ayant poussés à réaliser la (les) mesure(s) de gestion de la mobilité.

Sur 88 entrepreneurs qui ont déclaré avoir réalisé une mesure au moins, seuls 50 ont précisé les motifs les y ayant amené. Ce taux de réponse relativement bas (57%) pourrait s'expliquer par le fait que les mesures se sont souvent mises en place "naturellement" (information sur les possibilités de stationnement par ex.), sans qu'elles s'inscrivent dans une véritable logique d'engagement pro-actif, d'une part, ni dans une optique de gestion de la mobilité, d'autre part. Il n'y a pas d'acte conscient "d'écomobilité".

Le motif le plus fréquemment invoqué pour justifier la réalisation d'une / de plusieurs mesure/s de gestion de la mobilité correspond à la volonté de diminuer le stress et les retards des employés (36% des réponses). La sensibilité aux questions environnementales est mentionnée dans 24% des cas et arrive en deuxième position, suivie de la recherche d'une image plus positive (22%). Les préoccupations liées aux transports n'apparaissent qu'en 4ème et 10ème position. (Annexe 13)

Des groupes d'éléments déclencheurs ont été formés de manière à pouvoir les comparer, au chapitre suivant, avec le degré d'acceptabilité[45]:

- une partie des réponses exprime en effet une situation problématique à résoudre
  … externe à l'entreprise, souvent d'ordre spatial (19 réponses)
    - intégration de l'entreprise dans le quartier (12)
    - problèmes d'accessibilité (3)
    - déménagement de l'entreprise (2)
    - agrandissement de l'entreprise (1)
  … interne à l'entreprise (29 réponses)
    - stress et retards des employés (6)
    - taux d'absentéisme (5)
    - frais de stationnement et de déplacement trop lourds (4)
- d'autres réponses correspondent davantage à une dynamique "constructive" (33 réponses):
    - re-dynamiser les relations professionnelles (11)
    - développer une nouvelle culture d'entreprise (10)
    - sensibilité environnementale (9)
    - démarche ISO 14'001 (8)
    - améliorer l'image de l'entreprise (7)
- enfin, une réponse marquait l'absence de volonté interne et l'intervention d'une contrainte externe à respecter.

[45] Les réponses librement données n'ont pas été retenues dans cette catégorisation.

Au total, l'action a le plus souvent été déclenchée par la nécessité de résoudre un problème que par une dynamique "constructive".

Dans quelques cas, il semble y avoir une distance énorme entre la raison donnée par l'entrepreneur pour justifier la réalisation des mesures de gestion de la mobilité et les mesures effectivement réalisées[46]. L'explication la plus plausible à ce décalage est que la question de type fermé a induit des réponses au contenu trop ambitieux, ayant peu de rapport avec le nombre et la nature des mesures concrètement prises.

8.2.4 Frein à la mise en œuvre des mesures

Les entrepreneurs se sont également prononcés sur les principaux facteurs freinant ou empêchant la réalisation de mesures de gestion de la mobilité. Les résultats les plus clairs sont les suivants:

- 65% d'entre eux ont répondu que la mobilité des employés ne posait aucun problème, tant au niveau du stationnement que de l'accessibilité. Cette réponse est plus fréquente chez les entreprises localisées en périphérie qu'au centre (77% des entreprises de la deuxième couronne, 68% des entreprises de la première couronne et 54% des entreprises de la commune-centre).
- 38% affirment que l'entreprise a d'autres priorités économiques que la gestion de la mobilité de ses employés. Deux éléments apparaissent dans cette réponse: la question des priorités de l'entreprise, plus souvent centrée sur les urgences liées directement à son activité qu'à des questions périphériques comme les déplacements pendulaires, ainsi que le problème du coût de la gestion de la mobilité – que certains replacent dans un rapport coût-gain défavorable. **Le potentiel économique de la gestion de la mobilité n'est pas encore reconnu** (possibilités de diminuer les frais de gestion du stationnement, les frais liés aux retards, aux maladies et aux accidents, réduire le stress et augmenter la productivité des collaborateurs, etc.).
- Pour 27% des entrepreneurs, la gestion de la mobilité pendulaire n'est pas le rôle de l'entreprise. A cette réponse sont liées des réactions portant sur le respect de la liberté individuelle, la volonté de garantir à l'employé une certaine satisfaction quant à ses conditions de travail ou la difficulté de contrer l'attachement à la voiture.

(Annexe 14)

Comme au point précédent, les réponses possibles proposées dans le questionnaire ont probablement faussé un peu la réalité. Bien qu'elles n'apparaissent que comme résultats marginaux (probablement parce qu'elles n'étaient pas suggérées dans les possibilités de réponse), il ne faut pas sous-estimer l'importance des caractéristiques internes et fixes à l'entreprise: nous avons vu plus haut que les horaires de travail, la taille et la provenance disparate des employés étaient régulièrement évoqués comme obstacles à la mise en place de certaines mesures.

[46] Par exemple:

	Mesures prises	Raisons évoquées
Entreprise a	Information sur les possibilités d'accès	Volonté de diminuer le stress des employés
Entreprise b	Mise à disposition de casiers, vestiaires et douches pour les employés venant à vélo	Sensibilité aux questions environnementales

8.3 Niveau d'acceptabilité

Après avoir vu le niveau d'acceptabilité correspondant à chaque mesure, ce chapitre propose d'examiner à présent le niveau d'acceptabilité par entreprise.

8.3.1 Mesure du niveau d'acceptabilité

Le niveau d'acceptabilité de chaque entreprise a été estimé à partir de deux indicateurs:

- un indicateur du degré d'activité de l'entreprise, basé sur le nombre de mesures marquées "réalisées ou projetées"
- un indicateur du degré d'ouverture de l'entreprise, basé sur le nombre de mesures marquées "réalisation à étudier".

En complément, un indicateur de rejet a été mis en évidence, reprenant le nombre de mesures marquées "sans intérêt" ou "impossible à réaliser".

Chaque indicateur a été croisé avec des variables relatives aux caractéristiques internes de l'entreprise (taille et secteur d'activité), aux conditions d'accessibilité et à la répartition modale des déplacements pendulaires des employés, ainsi qu'avec des variables relatives à la problématique du stationnement.

En plus de cette approche par la fréquence des réponses, nous testerons au chapitre suivant les relations statistiques éventuelles liant l'acceptabilité des plans de mobilité d'entreprise et différentes variables explicatives (répartition modale, distance d'un arrêt TP, etc.).

8.3.2 Indicateur du degré d'activité de l'entreprise

En moyenne, les entreprises de l'agglomération de Neuchâtel ont réalisé 2,7 mesures de gestion de la mobilité : 17 entreprises n'en ont réalisé aucune et 1 seule en a réalisé 10.

Trois catégories ont été construites afin de classer ces résultats:

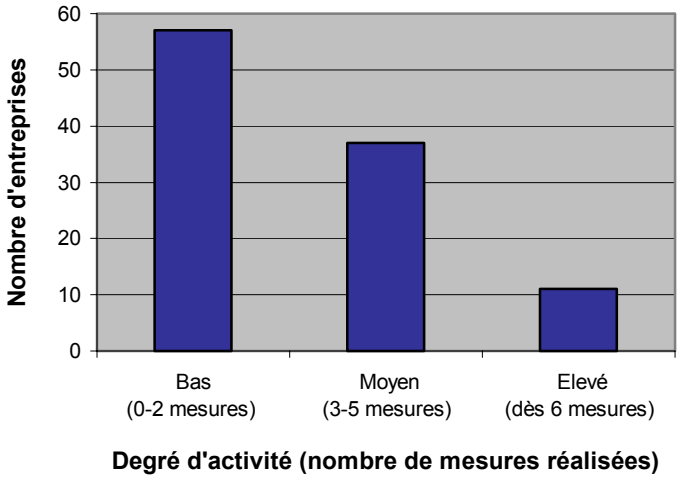
- la catégorie "faible degré d'activité" se caractérise par un nombre de mesures réalisées égal ou inférieur à 2;
- la catégorie "degré d'activité moyen" correspond aux entreprises ayant réalisé entre 3 et 5 mesures.
- la catégorie "degré d'activité élevé" regroupe les entreprises ayant réalisé au moins 6 mesures de gestion de la mobilité.

Les résultats sont les suivants:

- 57 entreprises ont un degré d'activité bas,
- 37 entreprises ont un degré d'activité moyen,
- 11 entreprises ont un degré d'activité élevé (graphique 3).

89% des entreprises ont donc réalisé entre 0 et 5 mesures, sachant que les 5 mesures les plus fréquemment réalisées sont des mesures "faibles", n'ayant pas forcément nécessité un engagement proactif de la part de l'entrepreneur (par exemple: information sur l'accès et le stationnement, logiquement abordées lors de l'entretien d'embauche, ou co-voiturage, mis en place spontanément par les employés).

Graphique 3: Degré d'activité des entreprises de l'agglomération de Neuchâtel dans le domaine de la gestion de la mobilité



Il est donc d'ores et déjà possible d'affirmer que **les entreprises de l'agglomération neuchâteloise sont peu actives dans la gestion de la mobilité pendulaire de leurs employés.**

Des croisements simples de réponses nous montrent par exemple que:

- Le nombre de mesures réalisées augmente avec la taille de l'entreprise, ainsi qu'avec la localisation au centre (annexe 15a et b).
- Les entreprises qui considèrent que le stationnement est un problème ont un nombre moyen de mesures réalisées à peine plus élevé que celles n'étant pas confrontées à un problème de stationnement[47]. Les entreprises au degré d'activité élevé sont aussi celles qui connaissent le mieux le coût du stationnement (72% des entreprises, contre 54% des entreprises à degré d'activité moyen et 43% des entreprises à faible degré d'activité). (Tableau 12)

Tableau 12: Connaissance du coût du stationnement et degré d'activité

Connaissance du coût du stationnement pour l'entreprise ?	**Degré d'activité bas**	**Degré d'activité moyen**	**Degré d'activité élevé**
- Oui, xx francs	31%	43%	45%
- Oui, zéro franc	12%	11%	27%
- Non	14%	8%	18%
- Sans réponse	42%	38%	9%

- Contre toute attente, les entreprises avec le degré d'activité le plus élevé ont une accessibilité TP moyenne moins bonne que les autres (6.04 minutes, contre 5.41 pour le degré d'activité moyen et 5.47 pour le degré d'activité bas) et ne se caractérisent pas par une répartition modale en faveur des TP meilleure que les autres (18% contre 17%).

[47] 2.86 mesures contre 2.65 (Annexe 18)

- Des 11 entreprises très actives, 9 travaillent dans le secteur tertiaire. Les entreprises du secondaire se répartissent surtout dans les catégories d'activité faible (51%) et moyenne (43%).
- Enfin, le croisement entre le degré d'activité de l'entreprise et l'élément déclencheur de l'action montre que le nombre moyen de mesures réalisées est un peu plus élevé dans le groupe "dynamique constructive" (démarche ISO 14'001, sensibilité aux questions environnementales, recherche d'une image plus positive, etc.) que dans le groupe "résolution d'un problème" (tableau 13).

Tableau 13: Elément déclencheur et degré d'activité

Elément déclencheur (cf. catégories au point 7.2.3)	**Degré d'activité** (nbre de mesures réalisées en moyenne)
Problème "externe"	3.8
Problème "interne"	3.6
Dynamique constructive	4.1

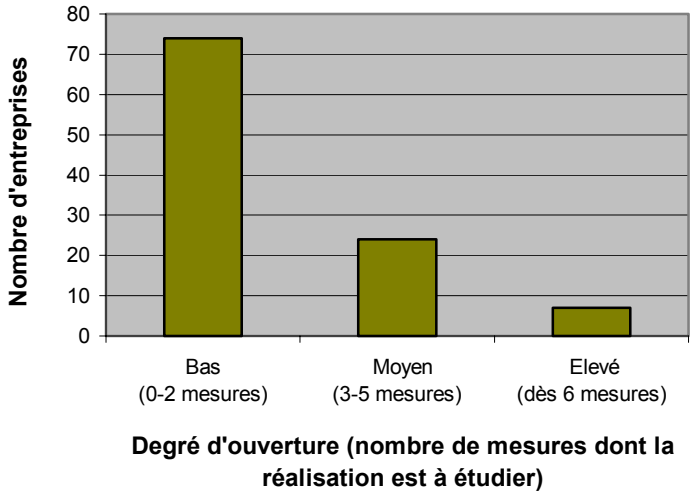
Il est cependant extrêmement délicat d'établir une comparaison de ces moyennes-là avec la moyenne valable pour l'ensemble des entreprises: en effet, seules les entreprises ayant réalisé au moins une mesure étaient invitées à préciser le facteur ayant déclenché l'action, ce qui gonfle naturellement le degré d'activité. En outre, un autre biais découle du fait qu'un grand nombre d'entreprises ayant réalisé au moins une mesure ne se sont pas donné la peine de répondre à cette question: les moyennes ci-dessus ne reflètent donc peut-être que très mal l'ensemble des entreprises interrogées.

8.3.3 Indicateur du degré d'ouverture de l'entreprise

Basés sur le nombre de réponses données de type "réalisation de la mesure à étudier", les résultats pour cet indicateur d'ouverture ont été catégorisés comme suit:

- degré d'ouverture bas (0-2 mesures) : 74 entreprises
- degré d'ouverture moyen (3-5 mesures) : 24 entreprises
- degré d'ouverture élevé (au moins 6 mesures à étudier) : 7 entreprises (graphique 4)

Graphique 4: Degré d'ouverture des entreprises de l'agglomération de Neuchâtel face aux mesures de gestion de la mobilité



Les résultats sont encore plus négatifs que pour l'indicateur précédent: une très large majorité (93%) des entreprises expriment un degré d'ouverture moyen à faible. Les entreprises se montrent ouvertes à l'égard de 1.82 mesures en moyenne. La mesure à l'égard de laquelle les entrepreneurs se montrent les plus ouverts est une fois encore une mesure "faible" (sensibilisation des employés sur les conséquences de l'utilisation de la voiture).

Quelques résultats croisés intéressants sont donnés en vrac:

- La localisation au centre, ainsi qu'une taille petite ou moyenne sont synonymes d'un degré d'ouverture plus élevé (annexe 16a et b).
- Par rapport au stationnement, le même constat que pour l'indicateur d'activité peut être tiré (point 8.3.2): les entreprises qui considèrent le stationnement comme un problème sont plus nombreuses dans la catégorie "degré d'ouverture élevé" que dans les autres catégories (tableau 14) et ont donc une moyenne de degré d'ouverture un peu supérieure (2 contre 1.7). Proportionnellement, les entreprises les plus ouvertes sont également les plus nombreuses à connaître ce que leur coûte le stationnement (71%, contre 38% pour le degré d'ouverture moyen et 53% pour le degré le plus bas).

Tableau 14: Degré d'ouverture et problème posé par le stationnement

Le stationnement pose-t-il problème?	**Degré d'ouverture faible (100%)**	**Degré d'ouverture moyen (100%)**	**Degré d'ouverture élevé (100%)**
Oui	30 (41%)	9 (37%)	4 (57%)
Non	44 (59%)	15 (63%)	3 (43%)

- En ce qui concerne l'accessibilité par transports publics, la catégorie "degré d'ouverture faible" se distingue, avec une durée moyenne du trajet jusqu'à un arrêt de transports publics un peu plus élevée que pour les autres (5,76 min, contre 4,88 min pour le "degré d'ouverture moyen" et 4,96 pour le "degré d'ouverture élevé").
- Un niveau élevé d'ouverture correspond à un pourcentage d'employés se rendant au travail en transports publics plus élevé (35%, contre 16% et 15.5% pour les autres catégories).
- Le croisement de cet indicateur avec le secteur d'activité présente les mêmes résultats que précédemment: les entreprises dont le degré d'ouverture est élevé sont à 86% actives dans le secteur tertiaire. Le secondaire se retrouve surtout dans les deux classes inférieures.

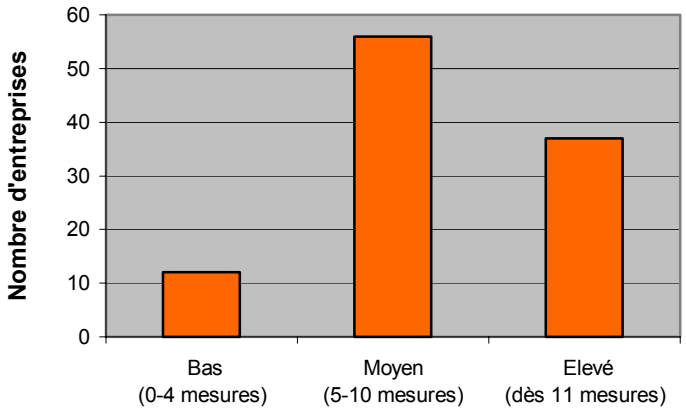
8.3.4 Indicateur du niveau de rejet de l'entreprise

Les réponses "mesure sans intérêt" et "mesure impossible à réaliser" ont été rassemblées en un seul indicateur "de rejet" (moyenne du nombre de réponses). Ceci se justifie par le fait qu'il est quasiment impossible d'interpréter correctement les réponses données au questionnaire: les entretiens ont montré en effet que ces deux catégories de réponses sont souvent utilisées sans distinction.

D'autres catégories de réponses ont été créées afin de tenir compte du gonflement "artificiel" du nombre d'entreprises tombant dans les catégories supérieures, résultant de l'agrégation des deux types de réponses[48]:

- 12 entreprises présentent un degré de rejet bas
- 56 entreprises présentent un degré de rejet moyen
- 37 entreprises présentent un degré de rejet élevé (graphique 5).

Graphique 5: Degré de rejet des mesures de gestion de la mobilité par les entreprises de l'agglomération de Neuchâtel



Les entreprises rejettent en moyenne 8,76 mesures.

Par croisement de données, les résultats suivants peuvent être mis en évidence:

- Il ne semble pas y avoir d'effet clair de taille ou de localisation: en comparant le nombre moyen de mesures rejetées, on constate que les entreprises de taille moyenne se montrent à peine moins défavorables, tout comme les entreprises localisées dans la ville-centre (annexe 17a et b).
- Le degré de rejet bas rassemble une majorité d'entreprises (67%) qui perçoivent le stationnement comme un problème, mais il n'y a pas de grande différence entre les deux autres degrés de rejet (36% pour le degré moyen et 41% pour le degré élevé).
- La durée moyenne du trajet jusqu'à un arrêt de transports publics s'élève en même temps que le degré de rejet de l'entreprise (tableau 15).

[48] 0-4 mesures rejetées = degré de rejet bas, 5-10 mesures rejetées = degré de rejet moyen, au-delà de 11 mesures rejetées = degré de rejet élevé.

Tableau 15: Degré de rejet et durée moyenne du trajet jusqu'à un arrêt de transports publics

	Degré de rejet faible	**Degré de rejet moyen**	**Degré de rejet élevé**
Durée moyenne du trajet jusqu'à un arrêt de TP (min)	4.97	5.48	5.72

- Par contre, la répartition modale des employés ne montre pas de tendance claire en fonction du degré de rejet (tableau 16)

Tableau 16: Degré de rejet et répartition modale en %

	Répartition modale TIM	**Répartition modale TP**	**Répartition modale MD**
Degré de rejet faible	73.3	17.1	9.6
Degré de rejet moyen	70.2	17.9	11.9
Degré de rejet élevé	73.3	17.1	9.6

- En ce qui concerne le secteur d'activité, la répartition des entreprises dans les catégories exprimant le degré de rejet, selon qu'elles sont actives dans le tertiaire ou le secondaire, est la même que pour les indicateurs précédents.
- L'indicateur de rejet a été croisé avec les obstacles évoqués par les entrepreneurs pour justifier l'absence de prise de mesures: l'obstacle n° 1 (tableau 17) correspond à un degré de rejet plus élevé (11.8) que pour les obstacles 2 à 9.

Tableau 17: Obstacles et degré de rejet

Obstacle évoqué	**Degré de rejet[49]**
1. Les effets de ces mesures sont nuls	11.7
2. Gérer la mobilité pendulaire n'est pas le rôle de l'entreprise	9.7
3. L'infrastructure de transport existante n'offre aucune alternative à la voiture	9.1
4. Autres	9.0
5. Prendre de telles mesures est très impopulaire auprès des employés	9.0
6. La mobilité des employés de l'entreprise ne pose aucun problème (ni pour le stationnement, ni pour l'accessibilité)	8.9
7. L'entreprise a d'autres priorités économiques que la gestion de la mobilité de ses employés	8.8
8. Il n'y a aucune obligation légale à réaliser ce genre de mesures	6.0
9. Le dialogue avec les partenaires concernés (pouvoirs publics, entreprises de transports publics, Mobility®Carsharing) est difficile	-

[49] Degré de rejet = nombre de mesures "sans intérêt" et "impossibles à réaliser"

8.3.5 Commentaires et synthèse

Le fait de présenter les mesures de gestion de la mobilité isolément les unes des autres a probablement porté conséquence sur la perception de leur pertinence et forcé les réactions négatives. Il est probable que la mesure "taxation des places de parc", présentée comme complément à la mesure "subvention à l'achat d'un abonnement de transports publics", ne soulève plus autant d'opposition. Ou qu'un "programme d'action vélo" – composé des mesures "mise à disposition de vélo", "création de places de stationnement sûres et abritées", "réalisation de casiers, vestiaires et douche" et "organisation d'alternatives pour le retour d'urgence" – convainque davantage que chacune de ces mesures présentée isolément.

Ceci permet de mettre en exergue l'importance d'**insister – au moment du contact avec l'entreprise – sur le caractère complémentaire des mesures**. La logique d'une pensée globale semble indispensable pour convaincre l'entreprise du bien-fondé et du potentiel apporté par l'instrument de gestion de la mobilité.

Le niveau faible d'acceptabilité appelle également un autre commentaire: les entrepreneurs se sont prononcés sur un panel de mesures de gestion de la mobilité "universel et exhaustif", mais qui laisse sciemment de côté les particularismes de chaque entreprise. S'arrêter sur les détails d'organisation et de fonctionnement de chacune – ce qui a été effectué en partie durant les entretiens, mais pas dans l'analyse du questionnaire – amène à reconsidérer directement la pertinence de certaines mesures et à en éliminer d'office quelques-unes. Le potentiel de report modal dans chaque entreprises paraît souvent à première vue très faible – d'autant plus si l'entreprise est de petite taille –, ce qui nécessite de faire preuve d'inventivité et de souplesse au moment de discuter des possibilités d'intervention par l'entreprise. **Cet aspect de diagnostic individuel semble fondamental pour améliorer la disposition des entreprises à l'égard de la gestion des déplacements de leurs employés.** Du moins, dans le cas du lancement d'une politique de promotion des plans de mobilité à grande échelle, il semble indispensable d'insister sur le principe de "sélection et combinaison des meilleures mesures possibles pour l'entreprise en fonction de ses particularités".

Quelques pistes lancées dans les entretiens ou les questionnaires montrent que les entrepreneurs ont souvent une conception tronquée de la gestion de la mobilité :

- les problèmes de transport sont ramenés aux questions de stationnement (ou du moins, c'est dans ce domaine que la nécessité d'action est la plus forte);
- la gestion de la mobilité est comprise comme la mise à disposition de places de stationnement aux collaborateurs;
- afin de résoudre les problèmes de mobilité, il est nécessaire de créer plus de places de parc.

Si effectivement la gestion du stationnement constitue un levier d'action très important, la conception ci-dessus s'oppose diamétralement à l'objectif de développement durable poursuivi par la "gestion de la mobilité" telle qu'elle a été définie au point 5: l'idée de modérer l'usage de la voiture n'y apparaît pas.

Le croisement des différents indicateurs d'acceptabilité avec différentes variables – par exemple, taille, localisation, secteur d'activité, conditions de stationnement – ne débouche pas toujours sur des résultats très clairs. Le chapitre suivant tentera d'apporter une preuve de l'existence ou non de relations statistiques entre ces variables.

8.4 Facteurs d'influence du niveau d'acceptabilité

L'intention qui a présidé ce chapitre était de chercher à définir le profil d'une entreprise susceptible d'avoir un niveau élevé d'acceptabilité des PM.

Pour y parvenir, les relations statistiques liant les différentes variables entre elles ont été testées, afin de voir lesquelles sont significatives et permettent de définir le profil désiré (par exemple: la taille de l'entreprise a-t-elle un lien avec son niveau d'acceptabilité des PM?).

Outre la définition d'un profil, ce chapitre permettra donc aussi de tester les croisements de variables mis en évidence aux points précédents et de montrer s'ils sont pertinents.

Une première approche visant à expliquer les résultats obtenus à propos du degré d'activité de l'entreprise a été effectuée au moyen d'analyses de régression. Très rapidement il s'est avéré impossible de construire un modèle correct, les résultats obtenus proposaient des coefficients de corrélation proches du nul et des degrés de signification non respectés. (Annexe 19)

Une seconde approche, descriptive plutôt que prédictive cette-fois, a mis en jeu les analyses factorielles. Les résultats obtenus sont rapportés ci-dessous au point 8.4.2.

Les observations obtenues grâce au questionnaire sont aussi nombreuses (105 observations et 32 variables) qu'hétéroclites (mélange de données qualitatives, comme la localisation de l'entreprise par exemple, et de données quantitatives – taille de l'entreprise par exemple).

Afin de parvenir à traiter ces observations, nous avons cherché à identifier des régularités dans le panel de données. Il sera ensuite éventuellement possible de construire des typologies d'entreprise à partir de ces régularités, pour autant que celles-ci soient suffisamment fortes. Pour cela, nous allons conduire une Analyse factorielle visant à résumer l'information.

8.4.1 Analyse factorielle: méthode

En préambule de la première étape, toutes les données ont été "discrétisées", i.e. transformées en variables qualitatives, dans le but de pouvoir les traiter toutes en même temps et d'établir des comparaisons entre elles[50]. Dans le détail, les données quantitatives ont été regroupées dans des classes (ou "compartiments"), afin de réduire la variété des données traitées (d'une variable continue, on passe à une variable discrète). (Tableau 17)

Tableau 18: Discrétisation de la variable "distance à une autoroute" (variable continue) → obtention de 5 classes (variable discrète)

Classe	Borne inférieure (km)	Borne supérieure (km)
1	0.1	0.85
2	0.85	1.25
3	1.25	2.5
4	2.5	4.5
5	4.5	6

[50] La nature qualitative des données induit un certain "flottement" dans les résultats obtenus. Le qualitatif n'est en effet en rien comparable à une mesure précise et relève davantage d'une approximation que d'une description parfaitement exacte. Dans ce contexte, parvenir à expliquer ne serait-ce que 40% de l'information doit déjà être considéré comme un résultat positif.

Mis à part pour la taille de l'entreprise, les classes ont été formées en minimisant l'inertie intra-classe (le but étant d'avoir des classes les plus homogènes possibles).

Une analyse factorielle des correspondances multiples (AFCM) a ensuite été appliquée aux données de manière à mettre en évidence les variables expliquant le plus d'information et supprimer celles en expliquant le moins. L'information se trouve en effet parfois "diluée" entre des variables non indépendantes, à l'exemple des variables "localisation de l'entreprise" et "accessibilité de l'entreprise" qui contiennent la même information. En ne sélectionnant qu'une seule de ces variables, l'information est regroupée et se laisse décrire plus facilement. Ce processus correspond en fait à une "optimisation" des variables.

La démarche de sélection des variables a été essentiellement empirique[51] et éclairée par une comparaison des contributions statistiques de chaque variable à l'information totale. Cela est en effet permis dans le cas des tableaux de Burt, qui croisent les caractères deux à deux.

Trois groupes de variables ont été constitués avant d'être passés séparément au crible de l'AFCM:

- Un groupe constitué des variables relatives aux "caractéristiques internes de l'entreprise" (taille, % d'hommes, % d'employés travaillant à 100%, secteur d'activité, % de parents)
- Un groupe relatif aux conditions "externes" d'accessibilité et à la répartition modale des déplacements pendulaires des employés (distance d'une autoroute, distance moyenne à un arrêt de transport public, accès piéton et cycliste, répartition modale automobile, transports publics et mobilité douce).
- un groupe de variables directement en lien avec la gestion de la mobilité, composé des différentes mesures sur lesquelles les entrepreneurs étaient amenés à se prononcer (information sur les possibilités de stationnement, subvention à l'achat d'un abonnement de transports publics, taxation des places de stationnement, encouragement au co-voiturage, mise à disposition de vélos, etc.).

Les groupes de variables ont ensuite été soumis à l'AFCM deux par deux, puis les trois ensembles. L'objectif poursuivi à chaque fois était de voir si des régularités pouvaient être mises en évidence entre les groupes de variables, i.e. s'il existe des relations entre les groupes de variables (exemple: caractéristiques internes de l'entreprise et disposition à l'égard de la gestion de la mobilité)

Un dernier choix mérite d'être justifié à propos des données manquantes. Il existe une possibilité de remplacer ces dernières par le mode, afin d'éviter que l'observation incomplète soit supprimée de l'analyse factorielle. Le mode désigne en effet "*la valeur la plus représentée d'une variable dans une population*"[52]: le risque pris en l'utilisant pour combler les données manquantes et de fausser l'authenticité des données peut être perçu comme faible comparativement à la possibilité de réaliser l'analyse factorielle sur un nombre plus grand de données, d'obtenir des résultats plus représentatifs de l'ensemble de la distribution et d'améliorer les chances de mettre en évidence des régularités. Pour cette étude, le choix a été fait de ne pas remplacer les données manquantes par le mode: de 105 individus au départ, 69 individus ont été conservés au final. Ce nombre correspond à environ 10% de l'univers de référence (701 individus) et, conformément à la loi des grands nombres, il peut être considéré comme représentatif dans le but de mettre en évidence des relations entre variables, qui soient valables pour l'ensemble de la distribution.

[51] … basée sur une comparaison rapide de la part d'information contenue par les 3 premiers axes en fonction des variables comprises dans l'AFCM, ainsi que sur le nombre d'axes nécessaires à expliquer le 100% de l'information.
[52] Source: Wikipédia, l'encyclopédie libre: http://fr.wikipedia.org/wiki/Mode_(statistique)

8.4.2 Résultats

De 33 variables au départ, la démarche d'optimisation a permis réduire le nombre de variables à 15 variables, lesquelles sont précisées ci-dessous.

- Dans le groupe "caractéristiques internes de l'entreprise":
  - taille de l'entreprise
  - % d'hommes dans l'entreprise
  - % d'employés travaillant à temps complet.

  Le % de parents a été jugé trop proche de la variable "% d'hommes" et n'a pas été retenu. De même pour la variable "secteur d'activité", responsable d'une forte dilution de l'information: le secteur d'activité semble contenir des informations déjà fournies par les variables "taille de l'entreprise", "% d'hommes" et "% d'employés à temps partiel".
- Dans le groupe "conditions externes":
  - distance à une autoroute
  - distance moyenne à un arrêt de transports publics
  - accès cycliste sûr
  - % d'employés venant au travail en voiture
  - % d'employés venant au travail en transports publics
  - perception du stationnement comme problème.
- Dans le groupe "disposition à l'égard des mesures de gestion de la mobilité", une seule variable a été conservée par nature de mesure, soit:
  - Information sur les possibilités de stationnement
  - Sensibilisation aux conséquences des transports
  - Subvention à l'achat d'un abonnement de transports publics
  - Taxation du stationnement
  - Réduction des prix sur Mobility-Carsharing
  - Mise à disposition de vélos.

Les AFCM exécutées **au niveau de chaque groupe de variables** – malgré la démarche d'optimisation – révèlent déjà des parts d'information expliquée relativement faibles (toutes inférieures à 18% pour le premier axe factoriel (F1), 17 axes étant nécessaires à expliquer le 100% de l'information). (Annexe 20, tableaux 2 à 4)

Le **croisement deux à deux des groupes de variables** a entraîné une diminution de la part d'information expliquée: dans le meilleur de cas, cette part s'élève à 12% maximum pour l'axe F1, tandis que le nombre d'axes nécessaires à expliquer l'ensemble de l'information grimpe à 36. (Annexe 20, tableaux 5 à 7)

A noter en particulier que c'est le croisement des variables "caractéristiques internes de l'entreprise" et "conditions externes" qui obtient le meilleur score (F1 = 11.299% de l'information), un résultat pourtant déjà médiocre compte tenu du fait que ces variables sont "objectives" et devraient se laisser regrouper facilement. Ceci constitue un premier indice de la grande dispersion des observations recueillies.

Le croisement de chacune de ces variables avec la disposition à l'égard des PM amène immanquablement une nouvelle dilution de l'information (étant donné que le nombre de variables testées à l'AFCM augmente). Le croisement "caractéristiques internes – disposition à l'égard des PM" explique une part d'information à peine plus élevée que le croisement "conditions externes – disposition à l'égard des PM" (tableau 19).

Tableau 19: Résultats de l'AFCM / croisements des groupes de variables deux à deux

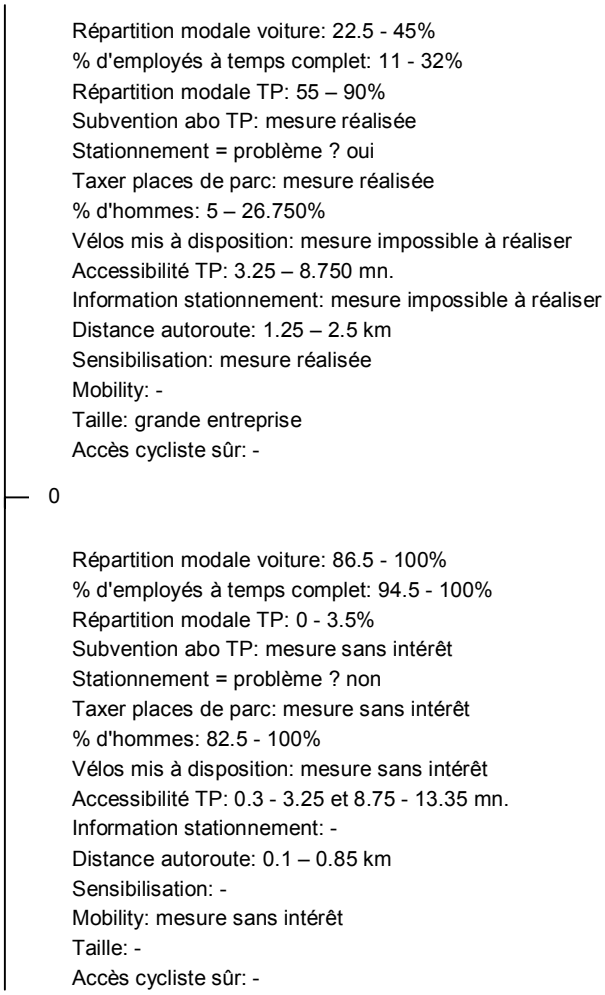
Croisement "caractéristiques internes – disposition à l'égard des PM"	**Croisement "conditions externes – disposition à l'égard des PM"**
F1 = 10.10798	F1 = 9.159
F2 = 8.403	F2 = 7.773
F3 = 6.683	F3 = 7.083
100% de l'information en 28 axes	100% en 36 axes
60% de l'information en 9 axes	60% de l'information en 11 axes

Enfin, le **croisement des trois groupes** de variables n'améliore pas la situation : le premier axe factoriel – sensé prendre en compte le maximum d'information – tout comme le deuxième axe – résumant l'information résiduelle – présentent des valeurs faibles (respectivement 8,5% et 6,8% de l'information totale).

Du point de vue de la **contribution des différentes variables à l'information totale**, l'AFCM effectuée ne parvient pas à dégager de variables "fortes", et ceci à tous les niveaux (groupe de variables et croisement de groupes). Autrement dit, il est impossible de mettre en évidence certaines régularités. (Annexe 21, tableaux 1 à 7)

Pour l'AFCM portant sur l'ensemble des variables retenues, l'axe F1 est composé des classes de variables suivantes (illustration 4) :

Illustration 4: AFCM, Axe F1[53]



Cela signifie qu'une observation / entreprise située dans la partie supérieure du graphique peut être caractérisée comme suit: le pourcentage d'employés venant au travail en voiture est de 22.5 à 45%, le pourcentage d'employés travaillant à temps complet est de 11 - 32%, le pourcentage d'employés utilisant les transports publics pour leurs déplacements pendulaires est de 55 – 90%, l'entreprise subventionne l'achat d'abonnement de transports publics pour ses employés, le stationnement lui pose problème, etc. Une entreprise située dans la partie inférieure du tableau sera caractérisée autrement.

Plus l'observation est éloignée de l'axe, moins son profil ressemble à celui donné par l'axe.

[53] Les variables sont ordrées selon leur degré d'explication de l'information.

La représentation de l'axe F2 est la suivante:

Illustration 5: AFCM, Axe F2

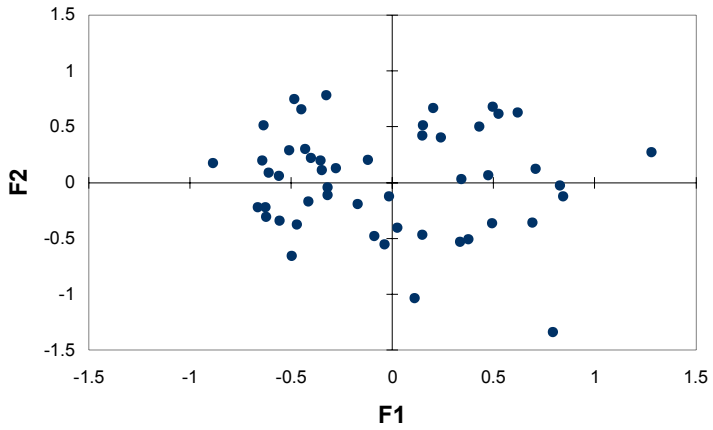
0

Répartition modale TP: 3.5 - 16%	Répartition modale TP: 0 – 3.5%
Mobility: mesure sans intérêt	Mobility: mesure impossible à réaliser
Distance autoroute: 1.25 – 2.5 km	Distance autoroute: 0.85 – 1.25 km
% d'employés à temps complet: 11 - 32%	% d'employés à temps complet: 94.5 - 100%
Vélos mis à disposition: mesure à étudier	Vélos mis à disposition: mesure impossible à réaliser
Répartition modale voiture: 71 – 86.5%	Répartition modale voiture: 45 - 71%
Taille: moyenne	Taille: grande entreprise
Information stationnement: mesure impossible à réaliser	Information stationnement: mesure réalisée
Subvention abo TP: mesure à étudier	Subvention abo TP: mesure impossible à réaliser
Sensibilisation: -	Sensibilisation: mesure réalisée
% d'hommes: 5 – 26.75%	% d'hommes: 82.5 - 100%
Accessibilité TP: 0.3 – 3.25 mn.	Accessibilité TP: -
Stationnement = problème ? oui	Stationnement = problème ? non
Taxer places de parc: -	Taxer places de parc: -
Accès cycliste sûr: -	Accès cycliste sûr: -

La répartition des entreprises sur ces deux axes présente visuellement leur grande dispersion. Aucun groupe ne ressort clairement sur le graphique 6, il est difficile de catégoriser les données en plusieurs groupes distincts.

Il n'est donc pas possible de construire des typologies fiables à partir de ces données.

Graphique 6: Dispersion des observations selon les axes F1 et F2



8.4.3 Conclusions

La tentative de définir un profil d'entreprise susceptible d'accepter les plans de mobilité est donc contrariée: la trop grande "volatilité" des observations récoltées affaiblit les relations entre variables et rend difficile le regroupement des données en plusieurs catégories. Autrement dit, l'ensemble de données obtenus n'est pas suffisamment cohérent pour que l'AFCM apporte des résultats clairs. Mais nous pouvons tirer un certain nombre d'enseignements de cette analyse.

Contrairement aux idées reçues, il est ici impossible d'affirmer statistiquement que la taille de l'entreprise, ou l'existence de problèmes de stationnement par exemple, joue un rôle prépondérant dans l'acceptabilité d'un plan de mobilité.

Deux hypothèses sont émises afin d'expliquer l'hétérogénéité les résultats obtenus :

- La première serait de dire que la disposition des entrepreneurs à l'égard des mesures de la gestion de la mobilité n'a rien de "logique": la taille ou l'accessibilité de l'entreprise ne jouent aucun rôle. Des phénomènes latents existent peut-être, qui n'ont pas été décelés et qui montreraient que la gestion de la mobilité par les entreprises est influencée par d'autres facteurs que ceux proposés dans cette étude.
- La deuxième hypothèse est d'affirmer que le manque de connaissance de la gestion de la mobilité (ses objectifs, les moyens d'y parvenir) par les entrepreneurs biaise les résultats. Plutôt que les logiques de fonctionnement ou de localisation de l'entreprise, ce sont des représentations individuelles et des idées reçues qui ont guidé les réponses au questionnaire, d'où cette impression d'avoir autant de réponses que d'entreprises.

Nous reviendrons sur les implications de ces résultats dans le chapitre conclusif.

8.5 Limites du questionnaire et de l'analyse

Les résultats mis en évidence aux point 8.3 et 8.4 **ne représentent pas le niveau d'acceptabilité des plans de mobilité, mais correspondent à l'acceptabilité de mesures de gestion de la mobilité, dont l'évaluation a été faite en les isolant les unes des autres**. L'idée du "paquet de mesures", inhérente au plan de mobilité, n'a pu être testée en tant que telle dans le questionnaire. L'auteure est en effet partie du principe que les entreprises ne connaissaient pas cet instrument et que, pour parvenir à en évaluer l'acceptabilité, il fallait le découper en unités plus facilement identifiables pour les entreprises.

Le questionnaire a permis de dégager une masse d'informations importante, face à laquelle l'auteure s'est souvent sentie désemparée. Toutes ces données n'ont donc pas pu être traitées dans ce travail de diplôme, faute de ressources et de compétences suffisantes:

1/ Une analyse détaillée serait possible pour chaque entreprise interrogée, et permettrait d'affiner la perception de sa disposition à l'égard de la gestion de la mobilité. Ce sont surtout les entretiens qui ont joué ce rôle d'approfondissement, mais leur faible nombre induit le risque de tirer des conclusions non représentatives de l'ensemble de l'échantillon. Il est probable en effet que les entrepreneurs s'étant prêtés au jeu de l'entretien sont ceux qui s'identifiaient à l'idéologie véhiculée au travers du questionnaire.

2/ Les possibilités offertes par l'outil statistique sont vastes: le traitement d'un tel volume de données aurait sans doute été facilité par une meilleure maîtrise de cet instrument d'analyse; des éléments de réponse complémentaires et fondés sur d'autres preuves auraient vraisemblablement pu être mis en évidence.

En outre, il est apparu que la compréhension de certains concepts ou questions par les entrepreneurs n'a pas été toujours très bonne, malgré un effort de concision et de précision dans la formulation. Il aurait probablement été nécessaire de passer plus de temps à expliquer l'univers conceptuel et idéologique attenant aux plans de mobilité, mais le questionnaire se prête mal à des formulations de questions très détaillées. Dans le cas des entreprises de l'agglomération neuchâteloise, cette méthode ne s'est donc pas révélée la plus adéquate pour mesurer l'acceptabilité des PM.

Maintenant que la disposition des entreprises à l'égard des PM a été mise en évidence, nous allons examiner quels types de politiques sont imaginés et appliqués sur le territoire de l'agglomération en matière de gestion de la mobilité.

9. Rôle des pouvoirs publics

9.1 Attentes des entreprises à l'égard des pouvoirs publics

Un des aspects du questionnaire visait à identifier les attentes des entreprises face aux pouvoirs publics.

Nous avons déjà vu au point 8.1.5 que pour 52% des entrepreneurs interrogés, la gestion de la mobilité concerne les pouvoirs publics avant tout. Une question spécifique les invitait à préciser leur conception du rôle des autorités. Les principaux résultats sont les suivants:

- L'attente la plus fréquemment évoquée (52% des entrepreneurs) se rapporte à l'offre en transports publics, dont beaucoup jugent qu'elle devrait être développée au niveau des cadences, de la taille du réseau ou du confort. Un grand nombre mentionnent que le prix des transports publics est prohibitif et qu'il devrait être revu à la baisse[54]. L'idée d'apprivoiser et convaincre les utilisateurs occasionnels sceptiques a été évoquée. "*Il faut des transports publics créatifs et innovateurs*", capables de s'adapter aux différentes facettes de la demande et pas seulement à la demande du plus grand nombre.
- 22% des entreprises attendent de la part des pouvoirs publics qu'elles soient davantage consultées sur les questions de planification des transports. Beaucoup se sentent non soutenues et incomprises par les autorités, un sentiment qui transparaît dans les réactions suivantes: "*Les entreprises sont des vaches à lait: elles apportent des emplois et des recettes fiscales, mais ne reçoivent rien en échange!*", "*Les pouvoirs publics travaillent trop dans la théorie: ils en oublient le facteur humain et méconnaissent le terrain!*". Consulter les entreprises permettrait en effet aux autorités de mieux connaître leurs besoins et trouver ensemble des solutions qui y soient adaptées. Miser sur le partenariat reviendrait aussi à accroître le sentiment de participation, ce qui correspond justement à l'idée d'une gestion partagée de la mobilité pendulaire.
- Le soutien financier aux projets de plans de mobilité est également plébiscité, une réponse logique compte tenu des contraintes budgétaires pesant sur les entreprises et freinant – dans 38% des cas – la volonté de s'engager dans la gestion de la mobilité.
- L'idée de mettre en place une politique fiscale incitative, basée sur un allègement fiscal des entreprises les plus actives dans le domaine de la gestion de la mobilité recueille aussi un bon score. Il semble cependant qu'elle n'a pas toujours été bien comprise, certains croyant que le fait de mettre des places de stationnement à disposition de leurs employés permettrait de bénéficier d'un allègement fiscal, d'autres associant cette idée à une diminution du prix des transports publics.

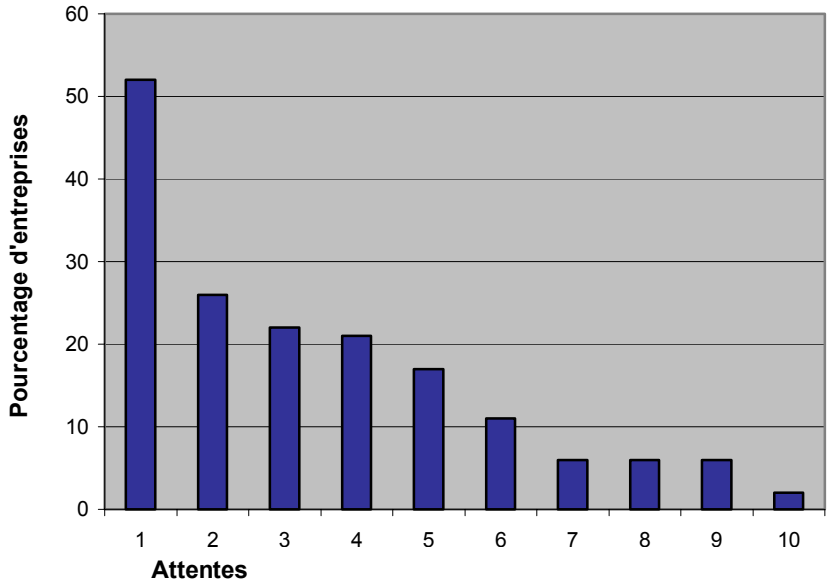
(Graphique 7)

[54] Cette réaction, souvent en rapport avec la méconnaissance du taux de couverture extrêmement faible des coûts des transports publics, est également souvent associée à une mauvaise perception des frais engendrés par l'usage de la voiture individuelle. Des études comme celle menée par le TCS sur les frais effectifs liés à l'automobile, ou celle de l'ARE sur les coûts externes des transports permettent de rééquilibrer cette perception.
En outre, la plupart des critiques émises sur la cherté des transports publics sont basées sur le plein-tarif, qui est effectivement élevé. Peu de personnes prennent en compte les réductions ou forfaits proposés (communautés tarifaires, demi-tarifs, AG), qui font pourtant plonger significativement le prix des déplacements en transports publics.

Globalement, les mesures de type incitatif recueillent le plus d'avis favorables et seules 2% des entreprises interrogées attendent des pouvoirs publics une politique plus coercitive. (Annexe 22)

Gardons à l'esprit que ces réponses sont des déclarations de principe et qu'à ce titre, elles ne sont en aucun cas une promesse d'action ou de changement de comportement.

Graphique 7: Attentes des entreprises à l'égard des pouvoirs publics



1 = Développer l'offre en TP
2 = Davantage consulter les entreprises
3 = Soutenir financièrement des projets de PM
4 = Mettre en place une politique fiscale incitative
5 = Mieux informer les entreprises sur les possibilités existantes
6 = Fournir des "conseils-mobilité" aux entreprises
7 = Autres
8 = Faciliter l'échange d'expériences entre entreprises
9 = Aucun, la mobilité est une affaire privée
10 = Mettre en place une politique de stationnement restrictive

Nous allons voir maintenant quel est le contenu des politiques effectivement mises en place par la Ville et le Canton de Neuchâtel, dans le but de les confronter aux résultats de cette enquête.

9.2 Politique des transports dans le canton de Neuchâtel

9.2.1 Stratégie générale de la Ville de Neuchâtel en matière de gestion de la mobilité

Déclarée "Cité de l'énergie" en 1995, dotée d'un Agenda 21 depuis 2000 et associée au programme de la Confédération "SuisseEnergie pour les communes", la ville de Neuchâtel semble avoir bien intégré les principes du développement durable ou, du moins, semble mue par une volonté politique d'avancer dans cette direction.

Par rapport aux questions de transports, la dynamique de la ville est liée à deux actions de l'Agenda 21, qui sont sous la responsabilité du délégué à la mobilité, en place depuis 2003:

- L'action "Energie et Transport dans l'administration" vise à diminuer la consommation d'énergie fossile et réduire les émissions polluantes tout en promouvant les nouvelles technologies au sein de l'administration.
- L'action "Mobilité Durable" a pour public-cible l'ensemble de la population et cherche à développer le recours aux transports publics.

De nombreuses mesures en ont découlé, dont l'usage de véhicules roulant au gaz naturel et de scooters électriques pour les déplacements professionnels des services de l'administration, la mise en place de Neuchâtel Roule (mise à disposition gratuite de vélos), l'incitation au co-voiturage, à l'eco-drive ou à l'usage des P+R, la promotion du pédibus, la mise en place de tarifs préférentiels de transports publics pour les écoliers, le programme "Newride" (promotion de véhicules électriques), la réduction de 25% sur l'achat d'un abonnement Onde Verte[55] pour les habitants de la ville, etc.

Les entreprises ne sont pas en reste puisque l'Agenda 21 se propose aussi d'en favoriser l'évolution vers le développement durable, à travers l'action "plate-forme SME privé-public". L'idée ici est d'encourager les collaborations et les échanges d'expériences entre secteur public et secteur privé, ainsi qu'amener les acteurs privés à s'engager dans un Système de Management Environnemental (SME). L'action prévoit que les pouvoirs publics mettent un consultant externe à disposition des entreprises, les évaluant et les soutenant dans leurs démarches de mise en conformité aux standards ISO 140001. Un projet environnemental exemplaire pourrait se voir remettre un prix lors d'un concours annuel. Les mesures prises dans le cadre de cette action ne concernent pas directement la mobilité, mais davantage la mise en place de cette plate-forme d'échanges.

En ce qui concerne la promotion des PM, Rémy Zinder, délégué à la Mobilité de la Ville, estime que l'expérience menée dans l'administration constitue une sorte de pilote, destinée dans un deuxième temps à servir d'exemple pour les entreprises. Interrogé sur la pertinence de mettre en place des actions contraignantes pour accélérer le recours aux plans de mobilité, il répond qu'il est fondamental de développer d'abord des alternatives, d'ébranler gentiment les habitudes, avant de prendre une orientation plus contraignante, ceci afin d'éviter toute levée de bouclier préjudiciable.

9.2.2 Stratégie générale au niveau du Canton en matière de gestion de la mobilité

Au niveau du canton, une dynamique a été lancée depuis 1998-99 pour développer la collaboration à l'intérieur de l'agglomération de Neuchâtel. Le **«réseau urbain neuchâtelois - RUN»**, nom de ce programme, a même bénéficié d'un soutien financier de la part de la Confédération à titre de "projet-modèle", comme exemple à suivre en matière de coopération intercommunale.

Le RUN se veut expressément orienté vers le concret, et base la recherche de coopération sur la mise en place de projets communs, qui feront l'objet de contrat entre les parties concernées. Plusieurs d'entre eux se réfèrent à la mobilité.

[55] Onde Verte = Communauté tarifaire de l'agglomération neuchâteloise

Deux groupes de travail se sont formés autour de ces projets, le groupe "Réseau des 3 villes[56]" et le groupe "Communauté urbaine du Littoral", composés principalement de représentants des villes et du canton. Seul le premier des deux groupes associe également des acteurs privés aux réflexions (un représentant de l'association patronale et un représentant de l'Assocation Transports et Environnement).

Ces groupes ont notamment pour objectif de mieux coordonner le développement économique de la région avec les transports, la promotion des plans de mobilité d'entreprise étant une des stratégies sélectionnées pour y arriver.

Cette stratégie se décline en 4 axes:

- Sensibiliser les entreprises à la problématique de la mobilité et les impliquer dans la gestion des déplacements des employés
- Optimiser la gestion de la mobilité liée aux activités économiques (déplacements pendulaires et professionnels)
- Présenter aux entreprises les avantages des PM, tout en tenant compte des particularités, des besoins et du fonctionnement spécifiques à l'entreprise
- Coordonner les mesures prises par les pouvoirs publics et les entreprises (favoriser le partenariat public-privé).

Nous verrons au point 9.2.3 comment ces objectifs seront opérationnalisés.

Les objectifs, stratégies et mesures mises en évidence par ces groupes ont déjà été en partie soumis à approbation, mais leur concrétisation reste fortement dépendante des négociations qui porteront sur le "contrat d'agglomération" présenté fin août 2006. La répartition des responsabilités et des charges financières y seront alors débattues, avec les incertitudes que cela comporte. R. Probst, coordinatrice du RUN, ne craint pas de rencontrer les mêmes troubles que dans l'agglomération du Grand Fribourg, dont les efforts de collaboration se sont enlisés au moment de la négociation: la démarche entreprise à Neuchâtel est davantage fédératrice parce qu'elle vise à construire des projets avec les gens et porte donc sur du concret. En développant une habitude de travailler ensemble, il y a moins de risque de rencontrer d'opposition au moment-clé.

9.2.3 Mesures projetées par la Ville et le Canton concernant les PM

"*Avant de "s'attaquer" aux entreprises, les administrations et les communes devront montrer l'exemple*", relève Raphaëlle Probst avant d'admettre que la Ville de Neuchâtel s'est montrée jusqu'à présent bien plus dynamique que le canton. Au-delà des mesures prises dans l'administration et déjà énumérées au point 9.2.1, les autres moyens imaginés pour mettre en œuvre ces principes sont les suivants:

- promotion des PM auprès des autres communes et appui technique aux entreprises, dans un but de diffusion de l'information et des expériences réalisées;
- élaboration d'un guide commun pour la promotion des PM (à l'image de celui réalisé par les Etats de Vaud et Genève qui a été distribué à toutes les entreprises de plus de 50 personnes);
- mise sur pied, par la Ville de Neuchâtel, d'ateliers d'information et d'échange d'expériences à l'intention des entreprises d'ici fin 2006;
- en outre, un des groupes de travail du RUN s'est lancé dans des réflexions concernant le cadre juridique, examinant la possiblité de rendre le PM obligatoire. En effet, le dispositif légal actuel ne le permet pas, l'unique stratégie possible étant de discuter avec les entreprises pour les convaincre d'en mettre un en place.

[56] Un des objectifs premiers du RUN est de renforcer les liens existants entre les villes de Neuchâtel, La Chaux-de-Fonds et Le Locle et d'en faire une sorte de "méga-agglomération" dont le poids serait plus conséquent dans le réseau des villes suisses.

Différents ancrages législatifs seraient envisageables, qu'il s'agisse d'une modification du règlement cantonal sur les constructions, de la révision (agendée pour bientôt) du plan de mesures sur la protection de l'air ou du plan directeur des transports actuellement en cours. Ces propositions ont d'ores et déjà soulevé un vent de contestation en raison de leur caractère contraignant.

9.2.4 Politiques annexes menées par la Ville et le Canton

Nous souhaitons examiner ici les politiques menées par la Ville et le Canton ayant une influence directe sur la promotion et la mise en place des PM, à l'image de la politique de stationnement, la promotion des transports publics ou l'aménagement du territoire.

Stationnement sur domaine privé

Les normes en vigueur sur le territoire neuchâtelois en matière de stationnement privé contrastent avec les pratiques en vigueur dans d'autres cantons comme Genève, Berne ou Zurich: c'est qu'en effet, un nombre minimal de places de stationnement y est exigé pour chaque construction, alors qu'ailleurs c'est un nombre plafond qui est fixé dans la loi. L'objectif recherché est pourtant le même: éviter le "*surdimensionnement des places de [stationnement] et une atteinte aux sites*"[57].

La question du stationnement sur fonds privés se pose systématiquement pour toute construction nouvelle, dans les cas de transformation importante d'une installation, ainsi que dans les cas de changement d'affectation (article 26, al. 1, lettre c de la Loi sur les Constructions).

Le dispositif permettant de limiter la "gourmandise" des entreprises et particuliers en places de parc se base sur le principe des "facteurs de réduction". A partir d'une définition des "besoins limites"[58], des réductions sont effectuées en fonction des "*possibilités de transfert modal, d'utilisation multiple des places de stationnement ou d'autres impératifs liés à la protection de l'environnement ou des sites*"[59]. La réduction peut être de 50 à 100% par rapport aux besoins limites définis au départ. A en croire O. Neuhaus, chef de la section de l'urbanisme à la Ville de Neuchâtel, les services administratifs font jouer ces facteurs de manière draconienne dans les procédures d'octroi des permis de construire. La difficulté de satisfaire les intérêts contradictoires des différents services administratifs – promotion économique versus protection de l'environnement – précipite cependant la recherche de compromis et affaiblit la force de ces facteurs de réduction.

Les entreprises qui ne peuvent pas construire le nombre de places minimum exigé doivent s'acquitter d'une "taxe de remplacement". Les recettes ainsi dégagées s'ajoutent à celles provenant de la taxation du stationnement sur domaine public et alimentent le "fonds pour l'accessibilité". Celui-ci est affecté par exemple à des mesures en faveur de la mobilité douce ou à l'ouverture de nouvelles lignes de bus.

Le PM est souvent considéré comme moyen ultime de pousser les entreprises à réfléchir à leurs besoins en stationnement. Güller (2000) admet qu'en Suisse, des instruments existent déjà qui les amène à intégrer les questions de mobilité[60], mais il juge ceux-ci "*insuffisants*" (p. 14). Jusqu'à présent non obligatoire, le plan de mobilité est néanmoins déjà souvent utilisé comme "outil de négociation", pour lever les oppositions faites par des tiers à propos de projets de construction dont l'impact sur le trafic est important.

---

[57] Service de l'aménagement du territoire du canton de Neuchâtel, Section Bureau des permis de construire (1996)

[58] Les besoins limites correspondent aux besoins en places de stationnement d'une construction ou d'une installation desservie exclusivement par la voiture particulière (Art. 27, Règlement d'exécution de la Loi sur les Constructions du 16 octobre 1996).

[59] Source: Article 28, Règlement d'exécution de la Loi sur les Constructions

[60] Par exemple les règlements de construction et les études d'impact sur l'environnement (EIE).

Stationnement sur domaine public

Dans l'examen de l'acceptabilité des mesures "taxation des places de stationnement" et "restriction volontaire du nombre de places de stationnement", nous avons vu qu'une gestion du stationnement sur domaine public semble indissociable des mesures prises au niveau privé. (pp. 34-36). Nous allons examiner ici le contenu de la politique mise en place dans la commune de Neuchâtel. Nous n'avons malheureusement pas connaissance de l'état de la situation dans les autres communes de l'agglomération.

"*Devant le constat que l'offre en places de stationnement ne suffisait plus pour en satisfaire la demande, deux options s'offraient aux autorités*", raconte Antoine Grandjean, directeur de la police municipale de Neuchâtel. L'une était d'augmenter l'offre, l'autre de mieux gérer la demande. Le manque d'espace et les objectifs de développement durable ont logiquement fait primer la seconde alternative. La refonte du plan de stationnement de la Ville, actuellement en plein processus politique[61], en est la matérialisation.

La mesure principale de ce plan est d'établir des priorités dans les besoins en stationnement. Les résidents – dont les besoins en stationnement sont considérés comme prioritaires – se trouvent en effet souvent "cannibalisés" par les pendulaires prenant d'assaut les places de stationnement longue durée dans les différents quartiers résidentiels de la ville. La solution proposée par le nouveau plan de stationnement est de repousser les pendulaires hors de ces quartiers afin de libérer des places sur le domaine public, par la mise en place de zones bleues (dans les quartiers périphériques) et de places de stationnement payantes à durée limitée (dans le centre-ville). L'octroi d'autorisation de stationner sera lui aussi strictement réglementé: chaque ménage aura droit à un macaron, au prix de 200 francs par année. Pour le pendulaire, ce même macaron coûtera de 1200 à 1400 francs par année et, pour l'obtenir, il devra donner la preuve du caractère indispensable du recours à la voiture pour son activité professionnelle (= pendulaires "dynamiques").

Les pendulaires "statiques" seront ainsi refoulés dans les P+R situés à la limite de la ville-centre[62] et dans les communes périphériques[63]. A l'heure actuelle, ces parkings d'échange fonctionnent plutôt mal, parce que leur desserte en transports publics n'est pas optimale et en raison des larges possibilités de stationnement encore offertes au centre.

Faut-il préciser que face à une mesure aussi contraignante– mais néanmoins courageuse – les critiques sont légion? Les commerçants sont les premiers à monter au créneau, craignant que les tarifs de stationnement ne chassent leur clientèle vers les centres commerciaux en périphérie. D'autres décrient qu'aucune alternative suffisante ne soit proposée en compensation de ce sévère tour de vis.

Etonnamment, les entrepreneurs rencontrés lors des entretiens se montrent assez nuancés à propos de ce plan de stationnement[64]: peu s'opposent catégoriquement à cette mesure, mais tous déplorent l'absence de mesures incitatives en accompagnement du plan: "*Les PP devraient davantage miser sur des mesures incitatives: convaincre les gens plutôt que les forcer permet d'obtenir des effets plus durables*".

[61] Le plan de stationnement – ou plutôt sa deuxième étape – vient d'être renvoyé en commission par le législatif de la Ville pour être soumis à une nouvelle étude.

[62] Pierre-à-Bot (10 places), Serrières (20 places) et, nouvellement, Nid-du-Crô (40 places) qui sera relié par une ligne spéciale de transports publics dès le mois d'octobre.

[63] 2 P+R à Boudry, 1 à Auvernier et 1 à Cortaillod.

[64] Mais cela est probablement dû au biais selon lequel seuls les entrepreneurs qui se sentaient proches de l'idéologie véhiculée par le questionnaire se sont proposés pour mener un entretien.

Les tarifs prohibitifs des transports publics, les horaires restreints ou les cadences insuffisantes reviennent régulièrement dans les discours sur l'absence ou l'insuffisance des mesures incitatives. Quelques-uns soulèvent en outre que la politique menée manque de cohérence:

"*D'un côté, on demande aux gens d'utiliser davantage les transports publics et de l'autre, les prestations de ces mêmes transports publics seront rognées faute de subventions suffisantes!*"

"*Supprimer les voitures au centre et, en parallèle, construire des centres commerciaux en périphérie revient simplement à reporter le trafic plus loin !*"

Beaucoup craignent en outre les effets économiques de la nouvelle politique de stationnement, et souhaiteraient mieux en connaître les conséquences.

Transports publics

52% des entrepreneurs attendent des pouvoirs publics une amélioration de l'offre en transports collectifs. Ce chapitre propose de passer rapidement en revue les différentes politiques menées et prévues dans ce domaine.

L'offre en transports publics à l'échelle du canton fait l'objet d'intenses rélexions dans le cadre du projet "Transrun", dont l'objectif est de mieux relier les 3 villes du canton entre elles au moyen du rail et d'en développer l'accessibilité interne. Le caractère ambitieux de ce projet déplace l'horizon temporel de sa réalisation sur un long terme. Des mesures intermédiaires sont néanmoins discutées pour le moyen terme, prévoyant de nouvelles lignes de transports publics le long du littoral (nouvelle ligne 11 desservant le futur centre commercial de la Maladière), l'amélioration des cadences sur certaines lignes régionales ou l'extension de lignes existantes (ligne 10 Gare-Peseux Sud). L'élargissement de la communauté tarifaire vers une communauté intégrale est également prévue.

Plus immédiatement, le maintien du niveau de prestations actuel préoccupe de nombreux acteurs, publics et privés, étant donné que le budget alloué aux transports publics a été récemment revu à la baisse.

Le financement des transports publics urbains (TPN) fonctionne sur un système de pot commun depuis une année environ, auquel participent le Canton, la Ville de Neuchâtel et les autres communes desservies à raison d'un tiers chacun environ. Ce partage des charges complique passablement les processus de prise de décision, notamment lorsqu'il s'agit d'élargir l'offre en transports publics et de débloquer des fonds supplémentaires.

Mobilité douce

La mobilité douce, en plus d'être déjà concernée par diverses actions menées au plan communal (Neuchâtel Roule, Newride), fera également l'objet d'un plan sectoriel, mis en consultation à l'automne 2006.

Le maintien des réseaux cyclistes constitue la première préoccupation, avant même leur développement, car il disparaissent souvent au cours des travaux d'entretien ou de rénovation routiers. Un assouplissement des règles de la circulation est aussi prévu dans le plan sectoriel, examinant la possibilité pour les vélos d'utiliser les voies réservées aux bus et les contre-sens sera notamment examinée.

La stratégie de modération du trafic, qui sera appliquée prochainement dans la localité de Neuchâtel, profite aussi à la mobilité douce: tous les quartiers de la ville seront progressivement transformés en "zone 30" ou en "zone de rencontre", dans l'objectif d'améliorer la sécurité, la qualité de l'air et la qualité de vie des riverains. Une campagne de sensibilisation a été lancée pour éduquer les utilisateurs des voies publiques aux limitations de vitesse et priorités en vigueur dans ces zones.

A voir les réponses des entreprises au questionnaire, il semble que c'est surtout dans les communes périphériques que les réseaux piétons et cyclistes doivent être améliorés. Mais les informations manquent pour pouvoir présumer de la volonté de ces communes d'avancer dans cette direction…

Aménagement du territoire / stratégie de développement économique

L'idée est de montrer ici que, conformément aux éléments de problématique évoqués au point 4.5, les PM sont un instrument pertinent uniquement s'ils font partie d'une politique plus globale d'aménagement du territoire visant à limiter la diffusion des activités de l'homme sur le territoire.

Différents pôles ont été définis par le Canton de Neuchâtel dans le but d'orienter le développement économique de la région. A l'échelle de l'agglomération, les communes de Marin et Boudry, ainsi que les sites de Pierre-à-Bot, Monruz et Serrières en ville de Neuchâtel joue donc ce rôle. Outre les réflexions traditionnelles concernant le zonage, l'acquisition et l'équipement des terrains, la question de l'accessibilité de ces sites en transports publics fait l'objet d'une attention particulière.

Du point de vue de l'urbanisation, R. Probst relève que le discours sur la densification est difficile à faire passer auprès des communes périphériques, dont l'autonomie de pouvoir est un problème largement reconnu par les adeptes du "constuire la ville sur la ville". Si, à long terme, il faudra trouver un moyen de stopper l'hémorragie du bâti dans les zones périphériques, un objectif intermédiaire moins contesté est de miser sur l'articulation de l'urbanisation autour des gares.

Nouvelle gouvernance

Le postulat sous-jacent à ce chapitre est que de nouvelles formes de collaboration sont indispensables pour parvenir à une gestion de la mobilité plus efficace (point 4.4).

Au niveau de l'administration publique neuchâteloise, l'idée se retrouve au cœur du projet RUN. Le RUN cherche en effet à amener les acteurs à se rencontrer afin de développer des stratégies communes. La mise à niveau exigée pour "casser" les logiques hiérarchiques existant entre le canton et la ville de Neuchâtel, d'une part, et entre les communes, d'autre part, ne semble pas aller de soi: "*La relation entre le canton et le chef-lieu est nourrie de conflits et de méfiance réciproque*"[65], une attitude ancestrale qui contrarie la logique de "gestion commune de projets" et de partenariat recherchée dans le RUN…

Anecdote symptomatique du manque de coordination entre échelons institutionnels, les projets de P+R imaginés par la Ville de Neuchâtel ne sont pas les mêmes que ceux prévus au niveau cantonal (la police municipale n'étant plus partenaire du groupe de travail RUN sur les P+R). La coordination semble tout autant embourbée au niveau intercommunal, puisque le "forum stationnement" rassemblant les communes autour de cette question n'est plus actif aujourd'hui.

Il semble en outre que l'éternel problème de collaboration entre les services à l'intérieur d'une même administration persiste. Prenons le cas de la Ville de Neuchâtel: la responsabilité de la mobilité douce incombait encore récemment à la police municipale, de même que la politique de stationnement (toujours sous sa responsabilité actuellement). Quelle harmonisation y a-t-il avec la direction des transports, chargée des transports publics et de la mobilité en général? Ou avec la direction de l'urbanisme ? Les réponses des interlocuteurs rencontrés dévoilent toutes que la collaboration est difficile. La communication entre services est d'autant plus entravée que ceux-ci sont parfois hébergés dans des bâtiments différents… Une configuration pas franchement idéale pour faire avancer une conception encore trop sectorielle des transports, où la complémentarité entre modes de transport fait défaut.

[65] Source: Pierre-Emmanuel Buss, "*Neuchâtel, la Ville qui a trop longtemps pris son canton de haut*", in Le Temps, édition du 4 avril 2006.

Mais l'optimisme de R. Probst se veut rassurant : "*Les habitudes de collaboration sont mieux établies, le partenariat institutionnel plus aisé*". Un protocole d'accord signé par 12 communes du littoral[66] a même officialisé la chose en 2005.

La problématique évoquée à propos de la gouvernance montrait cependant que des nouvelles formes de collaboration sont également indispensables entre acteurs publics et privés. Les politiques de la Ville et du Canton sur les PM prévoient bien de développer ce partenariat mais, à l'excetion d'un des groupes de travail du RUN, ces politiques sont élaborées sans la moindre consultation des entreprises, dans des sphères bien éloignées des réalités entrepreneuriales. Comment, dès lors, être sûr que les actions imaginées, les canaux d'information et le style de communication soient réellement adaptés au public-cible ? Intégrer ces acteurs au processus dans les phases précoces du projet devrait en effet permettre d'éviter les confrontations ultérieures.

9.3 Adéquation des politiques menées par les PP au degré d'acceptabilité des PM par les entreprises

Le chapitre précédent nous a permis de voir que "les choses bougent" en matière de PM dans les politiques menées à l'échelle de l'agglomération. Même si les mesures prévues ne sont pas encore dans un état très avancé, deux constats simplistes peuvent être tirés :

- la nature de ces mesures est principalement incitative
- quelques mesures coercitives sont actuellement étudiées (nouveau plan de stationnement de la Ville, inscription du PM dans la loi), mais sont beaucoup plus contestées.

Nous allons confronter maintenant ces politiques au niveau d'acceptabilité des PM par les entreprises mis en évidence au chapitre 8.

9.3.1 Inciter les entreprises

La pertinence des mesures incitatives

Nous avons vu au point 8.3.5 que la vision des entrepreneurs à propos des plans de mobilité est partielle et inexacte :

- La plupart des entrepreneurs ont une vision de la gestion de la mobilité "tronquée" du point de vue du partage des responsabilités: 71% des entreprises sont d'avis que cette tâche revient aux pouvoirs publics et/ou relève de la sphère privée (annexe 9).
- L'objectif majeur de la gestion de la mobilité – encourager un usage modéré de la voiture individuelle dans les déplacements pendulaires, développer le recours aux autres modes de transport – est peu connu. L'idée que se font les entrepreneurs de la gestion de la mobilité renvoie davantage à la résolution des problèmes directement ressentis (en particulier les difficultés de stationnement). Cette différence fondamentale se retrouve dans leur disposition à l'égard des mesures permettant d'atteindre ces objectifs (forte opposition à la mesure "taxation des places de stationnement" par exemple).

[66] Auvernier, Bevaix, Bôle, Boudry, Colombier, Corcelles-Cormondrèche, Cortaillod, Hauterive, Marin-Epagnier, Neuchâtel, Peseux et Saint-Blaise… un périmètre qui ne correspond pas à la définition de l'agglomération donnée par l'OFS, où le critère de continuité du bâti a été appliqué avec plus de rigueur.

- La volonté qui prédomine est celle d'augmenter la satisfaction et le bien-être des employés. Peu d'entrepreneurs ont conscience ou connaissance des bénéfices d'une "écomobilité" pour l'employé. Les avantages de la voiture en termes de confort, rapidité et souplesse sont dominants dans les représentations.
- La méfiance souvent éprouvée à l'égard des autorités peut être à l'origine d'interprétations erronées des actions mises en place, à l'image du nouveau plan de stationnement de la Ville de Neuchâtel, perçu par beaucoup comme "*un moyen de renflouer les caisses de l'Etat*".

Ces constats impliquent qu'une information conséquente et patiente des entrepreneurs est indispensable, que ce soit fait au moyen de manuels, d'ateliers d'échanges, de concours promotionnels ou de mise à disposition de conseillers externes.

Toute une "éducation" doit être faite sur les objectifs et les outils de la gestion de la mobilité, afin de corriger – ou du moins faire évoluer – les représentations des entrepreneurs à ce propos. La CEMT (2001) confirme cette idée: *"Une compréhension insuffisante des raisons justifiant certaines mesures ou de leurs avantages attendus peuvent susciter une résistance de la part des différents secteurs de l'opinion. Cela tient souvent au caractère inadapté de la communication sur les mesures en question et au fait que l'opinion n'a pas été suffisamment associée à ces mesures ou de manière inefficace"* (p. 25).

Outre des explications claires sur les objectifs poursuivis, la campagne de sensibilisation doit en outre être ciblée sur les avantages directs que l'entreprise pourrait retirer de la mise en place d'un PM. Rochat (2005) note que *"la propension des gens à changer de mœurs est majoritairement associée à un bénéfice personnel qu'ils pourraient obtenir"* (p. 64); ce qui est vrai pour l'individu l'est aussi pour l'entreprise. Le style de communication à développer avec les entreprises doit aller dans le sens du marketing: il s'agira de "vendre" à l'entreprise un produit dont elle pourra tirer des avantages économiques, et non miser sur une argumentation type "protection de l'environnement" ou "défense du bien-être collectif". Le stress, les retards, le "comportement zone bleue" ont un coût dont les entrepreneurs ont rarement conscience. L'objectif de report modal du PM – recherché par les pouvoirs publics – doit être remplacé, dans la communication aux entreprises, par des objectifs en termes de niveau de bien-être et de satisfaction, ou de diminution du taux d'absentéisme des employés.

En complément aux politiques menées par la Ville et le Canton…

Les politiques de la Ville et du Canton prévoient les mesures suivantes touchant directement la promotion des PM auprès des entreprises: guide d'information, atelier d'échange d'expériences, ainsi que des mesures annexes centrées sur le développement des transports publics et de la mobilité douce.

Pour élargir la connaissance et la mise en place des PM, différentes mesures complémentaires peuvent être imaginées:

- Le soutien de projets-pilotes – une idée approuvée par 22% des entreprises questionnées – a déjà été concrétisé en Suisse romande: le "prix mobilité d'entreprise", mis en place par les Etats de Vaud et Genève et la Ville de Genève, a pour objectif de mettre en évidence et valoriser les efforts déjà consentis par les entreprises dans la gestion de la mobilité de leurs employés. Autre exemple, l'opération "Cinq plans de mobilité pour les pôles de développement", lancée par l'Etat de Vaud, souhaite amener cinq grandes entreprises à mettre en place un PM, faisant ensuite figure d'exemple pour les autres entreprises. Le canton intervient en proposant des conseils et en offrant une aide financière à l'entreprise. Le soutien financier octroyé par les pouvoirs publics permet de lever un peu les réticences liées au coût de la mise en place des plans de mobilité.

- Une offre de conseil et un encadrement quasiment au cas par cas sont indispensables afin de trouver la meilleure solution possible pour l'entreprise, compte tenu de ses particularités et des contraintes pesant sur elle. Une analyse fine devrait être effectuée en fonction de la provenance des employés, des conditions de stationnement et d'accessibilité, de la culture d'entreprise et des conditions propres de fonctionnement (horaires, dépendance à l'égard d'un véhicule, etc.). Bref, un véritable profil pour chacune d'elle est nécessaire afin de pouvoir juger
    - si un potentiel de report modal existe
    - quelles sont les mesures les plus adaptées pour y parvenir.

  Cette activité de conseil peut revêtir différentes formes: en Suisse, ce sont les bureaux privés spécialisés dans les questions de transports qui sont les plus actifs (Mobilidée, Büro für Mobilität, Transitec, CITEC, etc.), mais une concurrence de plus en plus féroce semble venir de bureaux de communication et de marketing. Il est regrettable que les administrations publiques ne collaborent pas davantage avec ces acteurs privés, étant donné que ceux-ci sont souvent mieux informés des expériences déjà réalisées dans leur régions et, grâce à leur logique entrepreneuriale, entrent plus facilement en contact avec leurs pairs.

  L'offre de conseils par certains bureaux privés bénéficie d'un dynamisme qui fait souvent défaut au domaine public: des "plans de mobilité individualisés" sont désormais aussi proposés aux employés d'une entreprise, afin de les aider à mieux gérer leurs déplacements et amener une conscience des alternatives possibles. Une offre flexible, qui a probablement été développée en réaction à la difficulté de trouver des stratégies applicables à l'ensemble d'une entreprise, et qui colle parfaitement avec l'importance croissante du bien-être du collaborateur dans l'entreprise.

  Au niveau du secteur public, des "centres de compétences" se mettent en place dans chaque unité administrative. Face au bassin restreint de recrutement des entreprises potentiellement candidates au PM, la logique voudrait qu'un seul centre de compétence suffise à en absorber la demande. Malheureusement, la diversité des prescriptions législatives induite par le fédéralisme helvétique entraîne une dilution des savoirs et une multiplication souvent redondante des activités. Une plate-forme de la mobilité a bien été créée pour la Suisse romande, mais elle vise surtout à faciliter les échanges d'expériences pour la mise en place de PM dans les administrations publiques. Cette plate-forme pourrait cependant à l'avenir rassembler les compétences visant à renforcer l'efficacité des actions menées auprès du secteur privé.

Limites des mesures incitatives

Le potentiel des mesures de type incitatif ne doit pas être surestimé. De même que l'amélioration de l'offre en transports publics n'aurait, par exemple, qu'un potentiel de report modal de 1%[67], la promotion des PM via manuels ou plate-forme d'échanges ne conduira pas à une révolution du comportement des entreprises.

La plupart des entrepreneurs, conscients des limites de l'incitation en terme d'effets obtenus, conçoivent ces mesures comme le pendant incontournable des politiques coercitives.

[67] Source: G. Pini, cours de DESS du 19.10.2004, "Mobilité et réseaux de communication".

9.3.2 Contraindre les entreprises

La pertinence des mesures coercitives

Perçues comme une "*approche plus offensive du changement*" par Priebs et Dittrich-Wesbuer (in CEMT, 2004, p. 16), les mesures coercitives répondent à un certain scepticisme éprouvé à l'égard de l'efficacité des mesures trop "douces" décrites au point précédent.

Les mesures coercitives concernant directement le PM se rapportent principalement au fait de le rendre obligatoire, une mesure en cours d'examen par le canton de Neuchâtel. Mais d'autres mesures, plus indirectes, peuvent en encourager la mise en œuvre, à l'image de la politique de stationnement sévère discutée à la Ville de Neuchâtel. Celle-ci amènera – le mouvement est déjà en marche actuellement – une sensibilité ou une conscience particulière de la question de stationnement des pendulaires: employés et/ou patrons seront poussés à examiner ou revoir leurs comportements en la matière, une opportunité précieuse pour déclencher une campagne de promotion des plans de mobilité.

Limites des mesures coercitives

Les politiques dissuasives génèrent souvent des réactions d'aversion de la part des entreprises et des réticences des pouvoirs publics à les adopter. Dans le cas de l'obligation du PM, la plupart des craintes soulevées concernent la perte d'attractivité et de concurrentialité d'une région. Obtenir l'aval du politique pour la mise en place de mesures de ce genre constitue un premier obstacle de taille. La CEMT (2002) note, dans son bilan sur les politiques des transports menées dans le monde: "*La crainte des répercussions politiques conduit souvent les autorités publiques à ne s'engager qu'en faveur des mesures qui "sont les plus faciles à vendre au plan politique" (…), par exemple les mesures "d'amélioration" des infrastructures pour les transports publics, les piétons ou les cyclistes par rapport à celles qui sont politiquement plus sensibles comme les mesures de tarification et de taxation* (p. 49).

Mener une politique trop téméraire serait en décalage avec la disposition actuelle des entreprises face à la gestion de la mobilité. La grande réticence des entrepreneurs à imposer des mesures dissuasives de gestion de la mobilité à leurs employés nous fournit un indice sur leur prédisposition à être eux-mêmes l'objet d'une telle politique. Avant de passer au degré supérieur de sévérité, nous avons déjà montré que les politiques publiques doivent en premier lieu sensibiliser les entreprises aux enjeux de la mobilité pendulaire et aux outils permettant de la canaliser.

Dans tous les cas, tant au niveau du politique que dans la prise de contact avec les acteurs privés, les mesures coercitives doivent absolument être intégrées dans un paquet cohérent d'actions complémentaires. Le type de mesure (coercitive, incitative), l'espace concerné (public-privé) et les domaines d'actions envisagés doivent être pensés d'un seul tenant:

- Imposer un type d'intervention méconnu ou incompris par les entreprises sans explication ni mesures d'accompagnement débouchera à coup sûr sur une opposition massive et un échec de la mesure.
- Réglementer le stationnement sur fonds privé n'est d'aucune pertinence sans réflexion sur les possibilités offertes dans les espaces publics (au risque de voir apparaître des effets pervers comme le parking sauvage).
- Prendre des décisions en matière de stationnement sans reconsidérer les pratiques d'aménagement du territoire ou de promotion des transports publics est contre-productif.

Une autre limite méritant d'être évoquée apparaît à propos des entreprises-cibles visées par une politique comme l'obligation du PM. Les autorités limitent la plupart du temps l'obligation du PM aux entreprises de grande taille, probablement en raison de leur impact plus grand sur l'environnement et de leurs ressources financières et en personnel plus volumineuses[68]. Autre écueil, les contraintes légales ne touchent souvent que les entreprises concernées par la demande d'une autorisation de construire (Geiger, 2002), celles dont la croissance implique un agrandissement des locaux et celles qui déménagent. Qu'en est-il des entreprises de petite taille, ou de celles ne connaissant pas de modifications profondes exigeant une autorisation de construire ?

Enfin, les pouvoirs publics peuvent-ils réellement jouer un rôle dans la généralisation du recours au PM? Geiger (2002) relève que "*pour les entreprises, des motifs de motivation internes ont clairement plus souvent été décisifs que des motifs de motivation externes de se lancer dans une démarche de gestion de la mobilité d'entreprise* (p. 36). Les actions initiées par les pouvoirs publics n'auront jamais un effet aussi grand que la nécessité d'agir ressentie par l'entreprise, déclenchée par un problème concret à résoudre ou par une motivation d'un autre type.

Dans le but de généraliser l'usage des PM et augmenter les chances de report modal, une modification des conditions-cadres semble indispensable aux yeux de ce chercheur.

9.3.3 De l'importance de modifier les conditions-cadres: pistes pour la politique des transports de demain

Il ne faut pas perdre de vue que la généralisation des PM n'est pas une fin en soi, mais qu'elle poursuit un objectif de report modal. Pour parvenir à cet objectif, d'autres moyens que les politiques déterministes sont envisageables, à commencer par une modification des conditions-cadres. Geiger (2002) y consacre toute une partie de sa recherche. C. Sessa (CEMT, 2004) prend le même parti en relevant *"l'importance à accorder à la réforme du cadre fiscal et réglementaire plutôt qu'à la mise en œuvre de mesures et incitations isolées comme moyen d'amélioration du fonctionnement des systèmes urbains actuels"* (p. 97).

Trois champs d'action possibles sont évoqués par Geiger, touchant aux dispositifs réglementaire, économique et fiscal. Nous nous nous contenterons ici de présenter une ou deux propositions pour chaque dispositif.

Dispositif réglementaire

Le contingentement du trafic se présente comme une solution souvent évoquée dans le cas des grands centres commerciaux localisés en périphérie générant beaucoup de trafic ("Fahrtenmodell" à Zurich, "indice de génération de trafic" dans le canton de Vaud ou "Fahrleistungsmodell" de Berne). Le fondement de ce système repose sur l'idée d'adapter nombre de trajets et de places de stationnement autorisés pour chaque installation en fonction des émissions de polluants (sonores et atmosphériques) et des valeurs limites légales. Dans le cas bernois, un second objectif est d'inciter les installations à se relocaliser dans les centres urbains. A notre connaissance, ce modèle a été jusqu'ici appliqué uniquement à des centres commerciaux. Sa pertinence pour des entreprises de grande taille n'a pas encore fait l'objet d'une étude.

[68] A l'instar de l'Etat de Genève, où seules les entreprises dont le nombre de places de stationnement excède 300 se voient contraintes de mettre en place un PM (Manoni, 2003).

Instruments économiques

Les redevances d'utilisation des infratructures de transport – à l'image du péage urbain – sont en plein essor. En Europe, après Londres et Stockholm, Copenhague envisage également de tester et éventuellement de mettre définitivement en place un tel système. La réduction du trafic obtenue est conséquente (23% en moins à Stockholm sur six mois d'essai), permettant, outre la diminution des différents polluants, une amélioration des performances des transports publics (due à la fluidification du trafic et aux recettes nouvellement générées ré-investies dans des véhicules plus rapides ou confortables. Pour la Suisse, des réflexions sont en cours sur la possibilité de développer un tel système: il faut dire que la gratuité de l'utilisation des infrastructures routières est garantie par la Constitution; de plus, comme les échelles urbaines concernées n'ont rien de comparables avec les autres grandes capitales européennes, des questions se posent sur le périmètre de l'agglomération à soumettre au péage (trop petit, il ne générera pas l'effet de report modal souhaité; trop grand, il pénaliserait les ménages mal desservis par les transports publics).

Le prix des carburants constitue un autre levier possible pour induire un report modal. A moins que le prix du brut ne continue d'augmenter en raison de la raréfaction des réserves, la possibilité de "gonfler" artificiellement le prix de l'essence ou du diesel au moyen de la taxe sur les carburants est de plus en plus examinée et appliquée en Europe. Des pays comme les Pays-Bas ou la Norvège ont une longueur d'avance sur leurs comparses. Pour Banister (in CEMT, 2004), cet instrument fontionne d'après le principe suivant: "*la demande augmente parce que le transport est trop bon marché. Il suffirait donc d'augmenter le coût de la mobilité pour faire régresser la demande*" (p. 134). La démarche correspondrait à une forme d'internalisation des coûts externes des transports. Selon une étude relatée dans le rapport de la CEMT (2004), une hausse des prix de 10% entraînerait une diminution de 1 à 3% des déplacements automobiles (p. 79).

Instruments fiscaux

Le constat de départ pour l'idée développée ici est que le système fiscal actuel n'est pas favorable à une modification des comportements: trop généreux envers la voiture[69], il n'encourage ni les entreprises, ni les particuliers ni les collectivités publiques à remettre en question l'hégémonie de ce mode de transport. Le système fiscal souffre en outre de la concurrence féroce entre les communes, n'incitant en rien l'homme et l'entreprise à choisir des lieux d'habitation et d'implantation en fonction de la desserte en transports publics.

Geiger propose ainsi de construire un système fiscal qui s'appliquerait uniformément à toutes les entreprises et qui les amènerait "spontanément" à réduire leur empreinte écologique dans le domaine de la mobilité: l'instauration d'une taxe sur la génération du trafic. Les entreprises actives dans la gestion de la mobilité en seraient exonérées, pour autant qu'elles aient atteint certains objectifs en termes de report modal (fixés au préalable dans un "pacte mobilité" passé entre l'entreprise et les pouvoirs publics).

[69] Deux exemples d'avantages fiscaux dont bénéficient les transports individuels motorisés et qui influencent plus ou moins directement le choix modal:
- les déductions fiscales pour les déplacements lieu de travail – lieu d'habitat , perçues par la CEMT (2001) comme une "*subvention pour les salariés éloignés de leur lieu de travail*" (p. 28);
- l'affectation obligatoire de la taxe sur les carburants en faveur des routes, qui assure une sécurité de financement sans comparaison aux infrastructures routières, alors que les transports publics restent tributaires des négociations annuelles sur le budget général de la Confédération.

Un "zonage fiscal du territoire", calqué sur le principe de la politique ABC[70] pourrait être introduit en complément: le niveau de la taxe serait fixé en fonction de la qualité de la desserte en transports publics. A long terme, ce système inciterait les entreprises à choisir une localisation proche des transports publics.

Un autre instrument fiscal incitant l'entreprise à se lancer dans la gestion de la mobilité est proposé par le bureau Mobilidée: instaurer un système de taxation proportionnel au nombre de places de stationnement appartenant à l'entreprise, qui sanctionnerait toutes les places dépassant les normes VSS[71].

Un regard au-dessus de la frontière nous permet de voir que la France possède déjà, depuis 1970, un système fiscal plus favorable aux transports publics et impliquant les entreprises dans les questions de mobilité. Le "versement transports" est une taxe déterminée en fonction de la masse salariale, versée par les entreprises et les administrations de plus de neuf salariése et se trouvant à l'intérieur du périmètre des transports urbains. Les recettes collectées sont intégralement affectées aux transports collectifs. Les entreprises peuvent en être exonérées si elles assurent elles-même le transport d'une partie de leur personnel.

Nous voyons donc que la promotion d'un usage plus modéré de la voiture individuelle pour les déplacements pendulaires peut prendre des visages très différents, nécessitant parfois une refonte importante du système actuel. La lourdeur de ces modifications impose une certaine réserve quant à l'horizon temporel de leur éventuelle mise en œuvre, dont il est à craindre qu'elles soulèvent des réactions aussi virulentes que dans le cas de mesures coercitives. Geiger (2002) souligne qu' "*(…) une introduction, par étape et prévisible, est nécessaire pour susciter les adaptations nécessaires de la part des usagers et venir à bout des rigidités sociales* (p. 31).

9.3.4 Synthèse

Les trois chapitres précédents ont présenté trois facettes qui devraient composer toute politique de promotion des PM: incitation, coercition, modification des conditions-cadres. Il s'agit à tout prix d'éviter de développer des actions qui pourraient s'annuler ou s'affaiblir l'une l'autre: les mesures coercitives ou les modifications des conditions-cadres – dont on attend les effets les plus marqués – ne pourront dégager une acceptabilité que

- si elles ont été précédées d'efforts conséquents dans l'information visant en à faire comprendre les objectifs;
- si elles sont insérées dans une vision globale, offrant des alternatives concrètes aux restrictions imposées;
- si elles font partie d'une gestion du territoire intégrée, conciliant des instruments d'aménagement du territoire et de politique des transports.

Globalement, la logique d'action réfléchie et en œuvre à l'échelle de l'agglomération de Neuchâtel semble partir dans la bonne direction: parallèlement aux mesures de sensibilisation, des réflexions sont également menées sur des mesures plus lourdes, à l'image de la possibilité de rendre le PM légalement obligatoire.

[70] La politique ABC est originaire des Pays-Bas et est depuis peu appliquée également dans le canton de Vaud. Principe d'aménagement du territoire, elle consiste à confronter les besoins en mobilité de l'entreprise désireuse de s'implanter avec le profil d'accessibilité des terrains disponibles, de manière à "localiser la bonne entreprise au bon endroit".

[71] Le système est décrit en détail à l'annexe 23.

Au-delà du contenu des politiques mises en place, la forme de leur élaboration appelle un commentaire un peu plus nuancé: un manque de collaboration entre services administratifs et entre niveaux institutionnels a été constaté, pouvant porter préjudice à la cohérence et aux chances de succès de l'ensemble. En outre, les entreprises n'ont, jusqu'à présent, été que trop peu consultées et intégrées à l'élaboration des politiques les concernant. Il semble que jusqu'à présent, le dialogue entre acteurs publics et privés ait été négligé, pouvant déboucher sur des sentiments de méfiance, d'incompréhension et, scénario pessimiste, sur l'échec des politiques menées.

Conclusions

Cette dernière partie du travail propose de revenir sur les hypothèses posées au départ et d'en vérifier la pertinence. Quelques pistes de recherche seront données au point suivant. Un chapitre de synthèse conclura ce travail, suivi de quelques éléments de bibliographie.

10. Vérification des hypothèses

L'hypothèse 1, affirmant que le niveau d'acceptabilité général des plans de mobilité est faible, a été vérifiée:

- Plus de 54% des entreprises présentent un degré d'activité bas (moins de 2 mesures réalisées). Le pourcentage s'élève à 88 en y ajoutant les entreprises ayant un degré d'activité moyen (moins de 5 mesures réalisées).
- Le nombre moyen de mesures réalisées est de 2.69, sachant que les mesures les plus fréquemment réalisées sont l'information sur les possibilités d'accès et de stationnement soit, à proprement parler, des mesures ayant un effet de report modal quasi nul.
- Plus tranchant encore, 70% des entreprises montrent un degré d'ouverture faible à l'égard des mesures de gestion de la mobilité. Pour cet indicateur, la mesure recueillant le plus de voix favorables correspond là aussi à une mesure "faible", ne nécessitant qu'un engagement minime de la part de l'employeur (sensibilisation des employés aux conséquences des transports).

Autre résultat intéressant, la connaissance des plans de mobilité est proche du nul. L'intérêt de mettre en place un PM n'est pas perçu, ses objectifs sont mal compris ou non partagés et les moyens imaginés pour y parvenir vont parfois à l'inverse de la logique de durabilité.

Il est par contre extrêmement difficile d'apporter une réponse précise à la partie de l'hypothèse concernant les situations particulières dans lesquelles l'acceptabilité des PM est meilleure, principalement en raison de la nature des données récoltées:

- La mauvaise qualité des informations recueillies concernant les éléments déclencheurs de l'activité de l'entreprise a déjà été montrée précédemment: les réponses des entrepreneurs ont été biaisées par le fait que la question était de type fermé; de plus, seul un faible nombre d'entreprises a répondu à cette question (50 sur 88 concernés), limitant la représentativité des résultats. Nous ne souhaitons par conséquent pas utiliser ces résultats pour la vérification de l'hypothèse.
- Bien que nous ayons vu au point 8.3.2 que les entreprises considérant le stationnement comme un problème ont un degré d'activité un peu plus élevé, il est impossible d'affirmer qu'il existe un lien statistique entre ces deux variables. La grande hétérogénéité des données recueillies auprès des entreprises rend impossible la mise en évidence de logiques dans les structures de réponse, ainsi que la détermination d'un profil d'entreprise à haut degré d'acceptabilité.

La deuxième hypothèse portait sur les obstacles expliquant ce faible niveau d'acceptabilité et se trouve également vérifiée, étant donné que les trois facteurs explicatifs mentionnés dans l'hypothèse se retrouvent en tête des réponses données par les entrepreneurs (tableau 20).

L'affirmation de Manoni (2003), selon laquelle la situation de contrainte est un facteur essentiel pour que le PM soit envisagé comme solution, est ici confirmée par défaut: la situation dans l'agglomération de Neuchâtel – en termes de pression sur l'espace, de circulation et de stationnement – n'est pas aussi problématique que dans les agglomérations de grande taille. Peu d'entreprises semblent confrontées à un problème de mobilité suffisamment sérieux pour déclencher une réflexion ou une action à propos des déplacements pendulaires. Dans le vocabulaire du développement durable, ceci reviendrait à dire que tant qu'une ressource existe et est mise gratuitement à disposition, l'individu va la consommer sans se poser de question…

Les préoccupations prioritaires de l'entreprise sont autres que la gestion de la mobilité. Celle-ci est souvent perçue comme coûteuse, et même contre-productive dans le sens où elle paraît incompatible avec la satisfaction des collaborateurs au travail.

Enfin, conséquence logique des deux constats précédents, le partage des responsabilités en matière de gestion de la mobilité relève d'une conception traditionnelle, fondée sur la liberté individuelle et l'intervention des pouvoirs publics. Le pouvoir d'influence et d'action des entreprises est encore peu reconnu.

Tableau 20: Confrontation de la deuxième hypothèse aux résultats obtenus

Hypothèse	**Constats**
- Absence de problèmes à régler (ou déni de ceux-ci) - Facteurs d'ordre économique - Manque de sentiment de responsabilité en matière de gestion de la mobilité	- 65% des entreprises n'ont aucun problème lié à la mobilité de leurs employés - 38% des entreprises ont d'autres priorités économiques - 58% des entreprises considèrent que gérer la mobilité pendulaire n'est pas le rôle de l'entreprise

L'hypothèse 3 permettait d'élargir le champ d'étude aux stratégies mises en place par les pouvoirs publics pour augmenter l'acceptabilité des PM: elle proposait que les pouvoirs publics concentrent tous leurs efforts sur une politique de type coercitif pour y parvenir. Une fois encore, une réponse nuancée s'impose:

- Les expériences menées ailleurs – en Suisse et en Europe – montrent l'effet limité des mesures incitatives pour développer le recours aux PM. Même si la connaissance des PM par les entreprises augmente grâce à ces mesures, leur engagement concret dans cette démarche est extrêmement rare. Différents instruments sont à l'étude, visant principalement à rendre le PM obligatoire, mais aussi à remodeler les conditions-cadres, actuellement trop favorables à l'égard des TIM.
- Cependant, dans le cas spécifique de la situation neuchâteloise, mettre en place une politique restrictive serait une erreur, compte tenu du faible niveau d'acceptabilité des mesures de gestion de la mobilité, et surtout compte tenu du manque "d'éducation" – ! – des entreprises. Avant de mettre en place une politique trop sévère, il paraît fondamental de consacrer du temps et de l'énergie à faire comprendre aux entreprises
    - o la nécessité d'agir (les intérêts du PM pour l'entreprise et pour l'employé)
    - o les objectifs à atteindre
    - o le rôle crucial qu'elles peuvent jouer
    - o la manière d'atteindre les objectifs fixés

    … ceci permettant *in fine* de rétablir une relation entre acteurs publics et privés souvent chancelante. La recherche de partenariat dès une phase précoce se pose comme un facteur de réussite non négligeable, les entreprises se sentant rarement écoutées ou comprises par leurs autorités.

    Des mesures restrictives peuvent – et doivent – être réfléchies dès le départ, et concrétisées dans une phase ultérieure, pour autant qu'elles fassent partie d'un paquet de mesures complémentaires et en cohérence avec les politiques menées dans d'autres domaines.

11. Pistes de recherche

Le contexte de la recherche a joué un rôle prépondérant dans les résultats obtenus: les entreprises ont été interrogées alors qu'elles n'avaient qu'une connaissance extrêmement limitée de la gestion de la mobilité. Les analyses statistiques effectuées ont probablement été biaisées par l'influence prépondérante de représentations individuelles et n'ont malheureusement pas permis de déterminer un profil d'entreprise candidate au PM. Une piste de recherche serait donc de procéder à nouveau aux mêmes mesures sur un nouvel échantillon d'entreprises de l'agglomération de Neuchâtel, une fois la campagne de sensibilisation prévue par les pouvoirs publics réalisée: il s'agirait alors de vérifier si des tendances plus claires – et donc un profil d'entreprise au niveau élevé d'acceptabilité des PM – se dégagent plus clairement, une fois les entreprises "formées" à la gestion de la mobilité. De nouvelles tentatives, menées sur d'autres espaces, de déterminer statistiquement un profil d'entreprise idéale pour le PM apporteraient certainement des résultats complémentaires intéressants.

Nous estimons cependant que la méthode d'enquête par questionnaire se prête mal à une étude de l'acceptabilité des PM. Si ce thème devait faire l'objet d'une nouvelle recherche, l'auteure recommanderait de recourir à une méthode davantage qualitative (entretiens).

Enfin, la richesse des données récoltées pour chaque entreprise pourrait être exploitée en plaçant le focus sur l'une ou l'autre de leurs caractéristiques: le grand nombre de PME ayant participé à l'enquête permettrait en particulier de développer une meilleure connaissance des conditions régissant la mise en place de plans de mobilité à leur niveau.

12. Conclusion

L'objectif de cette recherche était d'examiner l'acceptabilité des plans de mobilité par les entreprises localisées dans l'agglomération de Neuchâtel, et de la mettre en perspective avec les politiques publiques mises en place pour promouvoir cet instrument.

105 entreprises ont pris part à une enquête par questionnaire durant le mois de juin 2006, parmis lesquelles 10% ont accepté en sus de mener un entretien d'approfondissement.

Le principal résultat mis en évidence est une faible acceptabilité des PM, qui a été observée au travers de deux indicateurs, d'activité (nombre de mesures réalisées) et d'ouverture (nombre de mesures dont la réalisation est à étudier) à l'égard des mesures de gestion de la mobilité. Nous avons montré aussi que les mesures les plus acceptables aux yeux des entrepreneurs sont des mesures n'impliquant qu'un faible engagement de leur part et peu contraignantes pour leurs employés. Les plans de mobilité sont perçus comme coûteux et contraires à la satisfaction au travail des employés.

Les entretiens menés ont en outre apporté un éclairage sur les motivations ayant déclenché ces actions: une réelle volonté de gestion de la mobilité n'y apparaît que rarement, l'objectif de report modal n'a été qu'exceptionnellement mentionné. L'intérêt et les buts de cet instrument sont mal connus, entraînant souvent des représentations erronées à son propos.

La perception du partage des responsabilités corrobore également ces résultats: une majorité d'entrepreneurs interrogés considèrent que la mobilité pendulaire doit être gérée par les pouvoirs publics ou est une question de liberté individuelle.

Une tentative a été faite de dégager le profil-type d'une entreprise à haut degré d'acceptabilité, mais celle-ci a échoué en raison de la trop grande hétérogénéité des observations recueillies. Aucune structure claire n'a pu être décelée statistiquement dans les réponses des entrepreneurs, laissant présager une probable prédominance des représentations individuelles sur des logiques de réponses inhérentes aux caractéristiques de l'entreprise.

Le contexte dans lequel cette étude a été menée a vraisemblablement joué un rôle important: les entreprises ont en effet été cueillies "à froid", la plupart étant "ignorantes" des questions de gestion de la mobilité. Les campagnes de promotion des PM prévues par la Ville de Neuchâtel et dans le cadre du RUN étaient en effet seulement à l'état de l'élaboration au moment de cette enquête.

La situation révélée par le questionnaire sur l'état de connaissance et la disposition des entreprises à l'égard de la gestion de la mobilité fournit quelques indications sur le contenu des politiques à développer et la manière de les appliquer. Bien que le potentiel des politiques de type incitatif soit limité, cette étape doit faire l'objet d'une grande attention: les divergences de point de vue, d'intérêts et d'objectifs ne seront surmontées que si une communication de qualité est mise en place et un partenariat public-privé recherché. Quant aux politiques coercitives – indispensables dans une optique de résultats probants, elles ne seront comprises et acceptées que si elles s'inscrivent dans une politique globale, cohérente et équilibrée.

En fin de compte, il s'agit de remettre le plan de mobilité au centre d'un système d'intervention bien plus large: l'objectif de report modal recherché peut être atteint à l'aide d'autres instruments (aménagement du territoire, réforme de la fiscalité, dispositifs d'orde économiques), trop souvent réfléchis de manière sectorielle. Une vision d'ensemble est à promouvoir, dont la première étape implique une collaboration accrue entre services administratifs et niveaux institutionnels.

13. Eléments de bibliographie

Ouvrages :

BASSAND M. (2004), La métropolisation de la Suisse, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, 148 p.

BERTHOLET J.-L. et al. (Ed.) (1999) Energie et transports au XXIème siècle : quels enjeux ? Actes de la Journée du Cuepe 1999 et du 3ème colloque du cycle de formation du Cuepe 97-99. Genève, Université de Genève, 109 p.

CUHNA A., RUEGG J. (2003) Développement durable et aménagement du territoire, Lausanne, PPR, 350 p.

FRICK R., WUETRICH P., ZBINDEN R., KELLER M. (2004) La pendularité en Suisse, Neuchâtel et Berne: Office fédéral de la Statistique, Office fédéral du Développement Territorial.

CONFÉRENCE EUROPÉENNE DES MINISTRES DES TRANSPORTS (2001), Mise en œuvre des politiques de transports urbains durables, Rapport final, CM 13, 48 p.

CONFÉRENCE EUROPÉENNE DES MINISTRES DES TRANSPORTS (2002), Transports urbains durables : la mise en œuvre des politiques - Rapport final, Paris: OCDE, 75 p.

CONFÉRENCE EUROPÉENNE DES MINISTRES DES TRANSPORTS (2003), Transports urbains durables : la mise en œuvre des politiques - Examens nationaux, Paris: OCDE, 301 p.

CONFÉRENCE EUROPÉENNE DES MINISTRES DES TRANSPORTS (2004), Politiques spatiales et transports: le rôle des incitations réglementaires et fiscales – Table Ronde 124, Paris: OCDE, 194 p.

DA CUHNA A., PIGUET E., RERAT P. (2006) Atlas du canton de Neuchâtel, Neuchâtel, Université de Neuchâtel, Institut de Géographie, 166 p.

GEIGER R. (2002) L'avenir des plans de mobilité d'entreprises. Lausanne : EPFL, 84 p.

GÜLLER P. (2000), Mobilitätsmanagement als neue verkehrspolitische Strategie, Zusammenfassung, Bericht A1, NFP 41, 16 p.

HAUG W., SCHULER M. (2003) Pendularité – Nouvelle définition des agglomérations, Recensement 2000, Conférence de presse du 15 mai 2003 à Berne, Berne: Office fédéral de la Statistique.

HÖSSINGER R., SAMMER G. (2002) Wie können die Akteure in der Verkehrspolitik von nachhaltigen Verkehrslösungen überzeugt werden? Wien: Universität für Bodenkultur, Institut für Verkehrswesen, 19 p.

JOUVE B. (2001) L'innovation dans les politiques de déplacements urbains: rhétoriques et dynamiques du changement. In: Les politiques de déplacement urbain en quête d'innovation, Centre de prospective et de veille scientifique, no 49, pp 5-19.

JOUVE B. (Sous la dir. de) (2003) Les politiques de déplacements urbains en Europe – l'innovation en question dans 5 villes européennes. Paris, L'Harmattan, 186 p.

JOUVE B. (2003) Le double défi des politiques de déplacements urbains : innover dans la forme et sur le fonds. In : Jouve Bernard Les politiques de déplacements urbains en Europe – l'innovation en question dans 5 villes européennes. pp. 11-45

JOUVE B., LEFEVRE C. (1999), Villes, métropoles, les nouveaux territoires du politique, Paris : Anthropos.

KAUFMANN V. (1999), Comment favoriser un report modal de l'automobile vers les transports publics ? Les résultats d'une recherche franco-suisse. In Bertholet J.-L. Energie et transports au XXIème siècle : quels enjeux ? pp. 65-82

KAUFMANN V. (2000) Mobilité quotidienne et dynamiques urbaines : la question du report modal. Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, Lausanne, 252 p.

KAUFMANN V. (2003) « Circulation 2000 » à Genève : l'innovation institutionnelle et procédurale au service de l'innovation technique. In : Jouve Bernard Les politiques de déplacements urbains en Europe – l'innovation en question dans 5 villes européennes, pp. 47-80

LE GALES P. (1995), *Du gouvernement des villes à la gouvernance urbaine*, Revue française de science politique, 45 (1), pp. 57-95.

LERESCHE J-P (2002), *La gouvernance comme enjeu de durabilité,* Revue Vues sur la ville, n° 3, juin, pp. 3-5.

MANONI S. (2003) Plan de mobilité. Un outil de maîtrise du trafic pendulaire - Comment favoriser sa réussite? Lausanne, UNIL, p. 157

OFFICE FEDERAL DE LA STATISTIQUE, OFFICE FEDERAL DU DEVELOPPEMENT TERRITORIAL (2004) La pendularité en Suisse, Neuchâtel: OFS, 109 p.

OFFICE FEDERAL DU DEVELOPPEMENT TERRITORIAL (2001) La mobilité en Suisse – Résultats du micro recensement 2000 sur le comportement de la population en matière de transports. DFI-DETEC/ARE-OFS, Berne et Neuchâtel.

OFFICE FEDERAL DU DEVELOPPEMENT TERRITORIAL (2005), Fiche d'information "Coûts externes du trafic routier et ferroviaire", Berne, 5 p.

OFFICE FEDERAL DU DEVELOPPEMENT TERRITORIAL et DEPARTEMENT FEDERAL DE L'ENVIRONNEMENT, DES TRANSPORTS, DE L'ENERGIE ET DE LA COMMUNICATION (DETEC) (2005) Rapport 2005 sur le développement territorial, Berne, OFCL, 116 pages.

OFFICE FEDERAL DU DEVELOPPEMENT TERRITORIAL et SECRETARIAT D'ETAT à L'ECONOMIE (2001), La politiques des agglomérations de la Confédération, Rapport du Conseil fédéral du 19 décembre 2001, Berne, OFCL, 82 p.

ROCHAT L. (2005) Applicabilité d'un Plan de Mobilité à un établissement de moyenne taille. Le cas des Ecoles d'Ecublens. Lausanne, UNIL, 75 p.

SCHMIDHEINY S. (1992) Changer de cap - Réconcilier le développement de l'entreprise et la protection de l'environnement. Paris. Dunod, 392 p.

SCHULER M., KAUFMANN V. (2005) Les transports publics à l'épreuve des mutations de la pendularité. DISP 161, 2/2005, Lausanne : EPFL, pp. 40-50.

Autres documents:

ADEME / ENERGIE-CITES (2003) Plans de déplacements d'entreprises. Canton de Genève. Ville et canton de Genève, 5 p.

BUNDESAMT FUR ENERGIE, SUISSE ENERGIE (2004) Mobilitätsmanagement in Unternehmen Grobe Zwischenevaluation der Pilotphase. Bern, 19 p. (+ 31 p. d'annexes).

CI VELO Suisse (1996) Le vélo dans l'entreprise – pourquoi les collaborateurs qui roulent à velo ont un meilleur rendement. Berne, 15 p.

ETAT DE VAUD, ETAT DE GENEVE (2004) Plan de mobilité d'entreprise. 24 p.

FAVRY E., RAUH W. (1997), Arbeitswege neu organisieren – Mobilitätsmanagment im Betrieb. Wissenschaft & Verkehr 1/1997. VCÖ: Wien, 64 p.

GROUPE DE TRAVAIL AGENDA 21 (2005) Développement durable, Les PME passent à l'action. Genève, 24 p.

MOBILSERVICE (2005) Dokumentation der Fachtagung „Mobilität in der Gemeinde – Bewährte Lösungen kundenorientiert umsetzen. Olten, 7. September 2005.

OFFICE FEDERAL DE LA STATISTIQUE (2002) Recensement des entreprises de 2001: les principaux résultats en bref. Neuchâtel, OFS.

RAUH W., BLECKMANN C. (2004) Mobilitätsmanagement – Nutzen für alle. Wissenschaft & Verkehr 1/2004. VCÖ, Wien, 48 p.

SERVICE DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE DU CANTON DE NEUCHATEL, SECTION BUREAU DES PERMIS DE CONSTRUIRE (1996), Problématique des places de stationnement, 10 p.

VILLE DE NEUCHATEL (1994) Objectifs d'aménagement et plan directeur de la ville de Neuchâtel, Zurich, Neuchâtel, Cernier, 90 p.

VILLE DE NEUCHATEL (2000) Agenda 21, Objectifs et programme d'action, Neuchâtel, 89 p.

Principaux sites internet consultés:

Bases légales, Canton de Neuchâtel:
http://www.ne.ch/neat/site/jsp/rubrique/rubrique.jsp?StyleType=marron&DocId=15583

Politique des agglomérations de la Confédération:
http://www.are.admin.ch/are/fr/raum/agglomerationspolitik/index.html?PHPSESSID=c036bf3315f4c8095af8e758fb0c4bc3

Réseau Urbain Neuchâtelois (RUN):
http://www.le-run.ch/

Recensement fédéral des entreprises:
http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/infothek/erhebungen__quellen/blank/blank/bz/01.html

Statistiques cantonales NE:
http://www.ne.ch/neat/site/jsp/rubrique/rubrique.jsp?StyleType=bleu&CatId=10

Statistiques fédérales:
http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index.html

Statistiques fédérales sur les transports:
http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/verkehr_und_nachrichtenwesen.html

Cours online de Pierre Dumolard sur l' Analyse multivariée de données géographiques (2005):
http://iga.ujf-grenoble.fr/bk_multiv.pdf