



Description de l'action

Le Pays Barval souhaite mettre en place un guichet unique d'information de mobilité, à savoir une plateforme qui recensera toutes les informations liées à la mobilité, sur le territoire de la COBAN, du Val de l'Eyre et de la COBAS. Parmi les informations, il y aura le renvoi vers les différents organisateurs d'offres ou opérateurs (réseau, horaires, tarifications, info trafic, etc.) comprenant les transports en commun, le vélo, le covoiturage, l'autopartage, etc.

Ce sera aussi l'occasion de centraliser les informations et les bonnes actions mises en place par les territoires à titre de promotion de la mobilité alternative à l'automobile.

Les collectivités pourront donc s'appuyer sur cette plateforme pour communiquer des informations en interne mais pourront également fournir des données qui alimenteront ce guichet unique de mobilité.

- Dans un premier temps, le service communication de la collectivité se réunira avec les différents services concernés par le PDM afin de **travailler sur le plan de communication lié à la démarche**, à savoir le planning de diffusion de l'information liée à la démarche, le planning des animations, les partenaires à mobiliser, etc.

Ce groupe sera également chargé de préparer l'espace PDM sur l'Intranet et/ou de fournir les informations pour le guichet unique de la mobilité ;

- Sur l'intranet de la collectivité, **créer un espace spécifique « Plan de Mobilité »** afin d'informer régulièrement les agents des actions mises en place, d'animations à venir, de retours d'expérience (par exemple interview d'agents pratiquant le covoiturage, venant à vélo), de l'évolution de la réglementation, etc.

THÉMATIQUE : FAIRE VIVRE LE PDM

Intitulé de l'action

Organiser la communication et les animations autour du Plan de Mobilité

Objectifs

- Pérenniser la démarche au travers de la communication

Cet espace devra d'abord rappeler la démarche, les chiffres clés du diagnostic, les actions validées, etc.

Il préconise une information/communication régulière sans toutefois donner l'impression aux agents de ne leur parler que du PDM : la bonne fréquence est tous les trimestres + communication spécifique pour un événement particulier (mise en place d'une action par exemple) ;

- **Identifier d'autres canaux de communication** afin d'informer régulièrement sur le PDM – par exemple le journal communal pour informer également à l'externe des actions réalisées, des affiches à diffuser en interne, etc. ;
- **Travailler avec les partenaires** afin de communiquer sur leurs offres et organiser des animations avec ces derniers (par exemple avec des associations de promotion du vélo/ trottinette, des représentants de Baïa, etc.) ;
- Organiser lors de différents événements dédiés à la mobilité durable des actions en faveur des modes alternatifs à la voiture individuelle : animations lors du Challenge de la Mobilité, ateliers vélo, distribution de titres de transport, marquage de vélos, etc. ;

INFORMATIONS :



Pilote(s) de l'action

- Services Communication
- Services Développement Durable



Partenaires

- Pays Barval (Guichet unique/ Challenge Mobilité)



Coût d'investissement

- Non renseigné

Coût de fonctionnement

- Temps agent



Délais de mise en place de l'action

- Fréquence préconisée :
Régulièrement, en lien avec les différents événements locaux ou nationaux

A noter les différents événements durant lesquels la collectivité peut communiquer, rappeler les éléments du PDM, sensibiliser, voire lancer une nouvelle action, etc :

- Semaine du développement durable (du 30 mai au 5 juin)
- Fête du Vélo (début juin)
- Semaine de la mobilité (3ème semaine de septembre)
- **Participer au Challenge** de la Mobilité qui se déroule toutes les 3^{èmes} semaines du mois de septembre en sensibilisant au préalable les agents ;
- Collaborer si besoin avec les autres collectivités pour mener des actions de sensibilisation ou des campagnes d'information.

Bénéfices attendus

- Appropriation par les agents du Plan de Mobilité et des actions mises en place

Facteurs clés de succès

- Une communication régulière mais réalisée via différents canaux

Indicateurs de suivi

- Nombre de publications diffusées
- Nombre d'animations de promotion des offres ou solutions organisées



©Photo : Pays Barval_SD