

Le Plan de déplacements au Cœur de la Stratégie des Entreprises

Démarche détaillée de mise en œuvre d'un P.D.E.

25 janvier 2006

Document 7ème SenS libre d'utilisation
sous réserve d'en citer la source

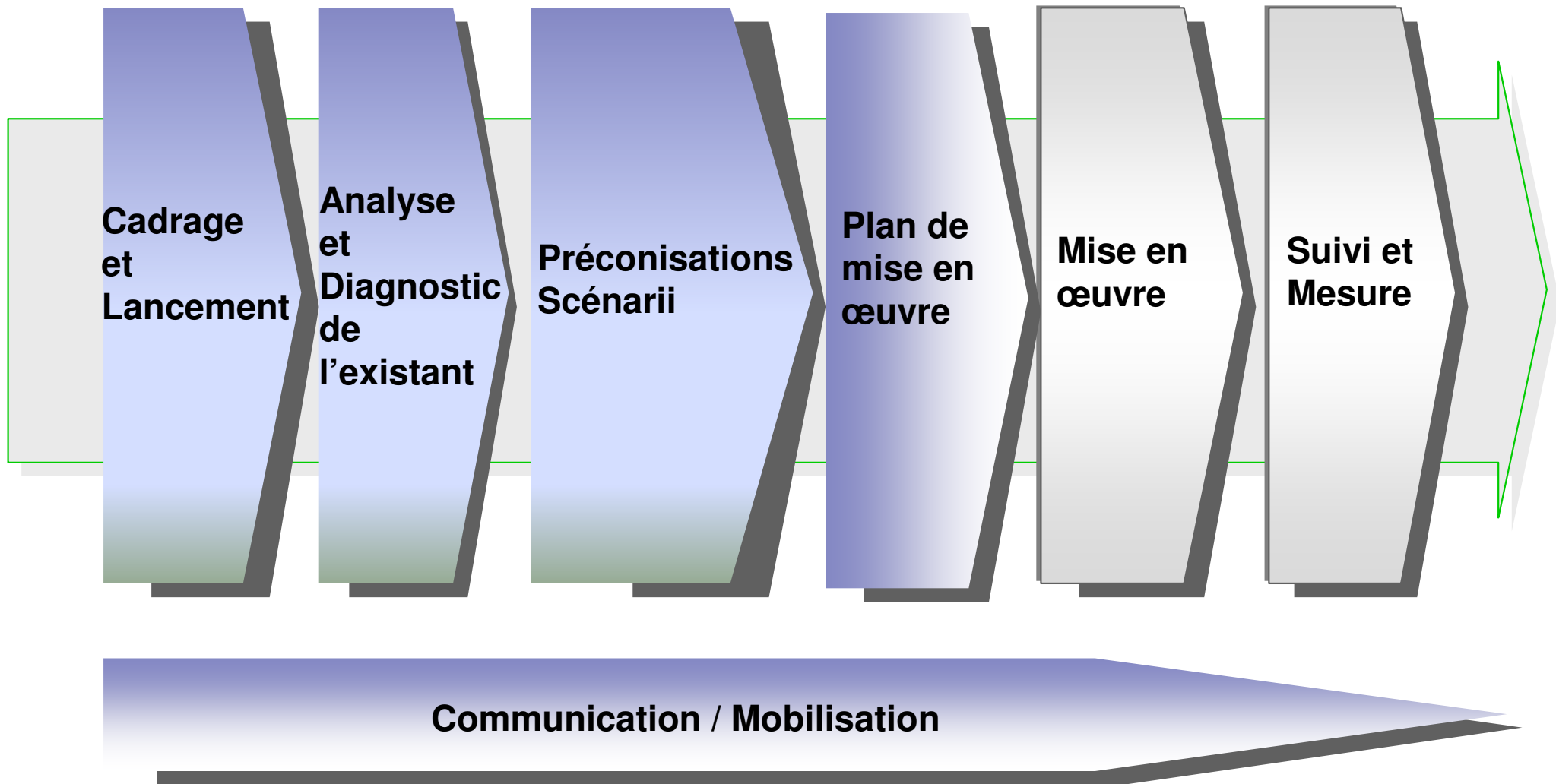


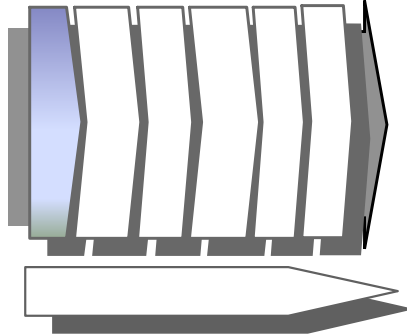
*ou comment donner
du sens à vos déplacements ...*



Mise en œuvre d'un P.D.E

Démarche globale du projet





Objectif

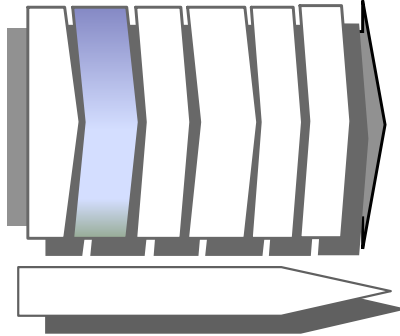
- Organiser concrètement et valider le déroulement de la mission : objectifs, moyens, organisation, interlocuteurs clés, démarche et planning

Document produit

- Note de cadrage et de lancement

Démarche

- Préciser le contexte, les enjeux et les objectifs du projet
- Délimiter le périmètre du projet : site(s) et cible(s) concernés ...
- Identifier les interlocuteurs clés et leur rôle dans le projet et constituer les structures du projet et de validation des livrables : Comité de pilotage, Équipe projet et Groupes de travail
- Organiser le déroulement du projet et valider un planning prévisionnel (calendrier précis de la mission, des entretiens, des points de validation et d'avancement, des livraisons)
- Identifier les intervenants et leur rôle dans le projet, en particulier les interlocuteurs de la phase d'analyse et de diagnostic
- Définir l'organisation de la communication qui doit être faite autour du projet (qui la fait, sous quelle forme, quand).
- Informer les interlocuteurs de la phase d'analyse et de diagnostic et planifier les réunions de travail
- Collecter et prendre connaissance de la documentation disponible
- Valider la note de cadrage et de lancement



Objectif

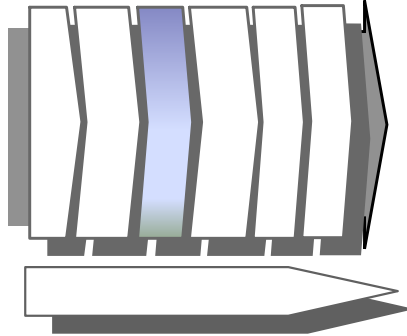
- Réaliser un état des lieux de l'accès aux sites de l'entreprise et des déplacements des cibles concernés

Documents produits

- Compte-rendu de réunions
- Questionnaire(s) d'enquête
- Synthèse de l'enquête
- Bilan de l'existant

Démarche

- Analyser la documentation fournie et organiser des entretiens complémentaires en vue de :
 - Analyser les caractéristiques des sites et des cibles concernés et identifier les contraintes propres à chacun (plan d'accès, accès par transport en commun, organisation du temps de travail, répartition par mode de transport sur déplacement domicile-travail..)
 - Etudier les mesures déjà prises
 - Recenser les dysfonctionnements majeurs perçus ou constatés
 - Etablir le budget transport de l'entreprise (versement transport, coût de location et d'entretien des véhicules de société, des parkings, ...) et appréhender la politique de remboursement des frais de transport
 - Recueillir les attentes, les besoins et les propositions d'amélioration identifiées ainsi que la perception des modes de transports alternatifs.
- Etendre ce 1er niveau d'analyse à un échantillon des cibles concernées par l'intermédiaire d'une enquête portant sur :
 - l'accessibilité des sites et les conditions de stationnement
 - la mobilité des cibles
- Organiser et mener l'enquête
- Restituer les résultats de l'enquête
- Etablir un diagnostic (points forts, points faibles et leviers) et rédiger le bilan de l'existant
- Valider le bilan de l'existant



Objectifs

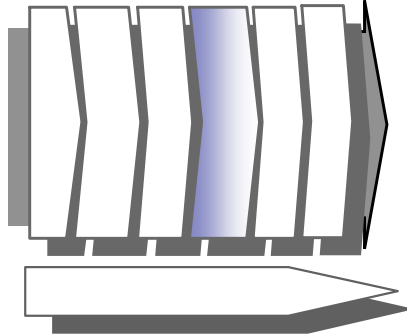
- Déterminer les mesures permettant de répondre aux objectifs fixés
- Proposer des solutions durables en exposant leurs avantages et inconvénients
- Recommander les actions à entreprendre dans le cadre des objectifs définis

Documents produits

- Scénarii
- Rapport synthétisant et argumentant les recommandations

Démarche

- Rechercher des axes d'amélioration et d'optimisation de l'accessibilité aux sites et de déplacement des cibles concernés :
 - Identifier les causes probables et déterminer la ou les causes réelles de dysfonctionnements
 - Rechercher des solutions en termes de correction et d'amélioration
 - Evaluer l'impact des mesures proposées en termes de :
 - Gains / économies
 - Coûts
 - Délai
 - Faisabilité et complexité (techniques, organisationnels et humains)
- Définir les principaux indicateurs permettant de mesurer l'impact des mesures choisies
- Elaborer des scénarii, c'est-à-dire déterminer et planifier, à court et à plus long terme, les actions qui permettent de faire évoluer le plan de mobilité vers un scénario optimal
- Rédiger les recommandations
- Valider les recommandations et choisir un scénario



Objectif

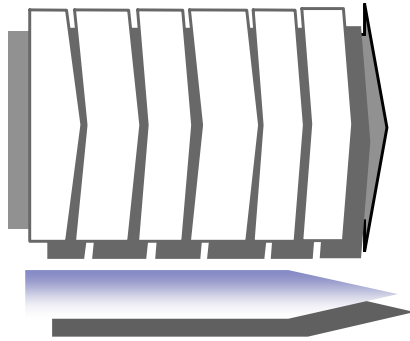
- Sur la base du scénario de préconisations validé, bâtir un plan d'actions et un phasage du projet en vue d'organiser et de planifier sa mise en oeuvre

Document produit

- Plan de mise en oeuvre

Démarche

- Définir les grandes lignes de l'organisation du projet
 - Structure et contenu des chantiers à mener
 - Acteurs et instances de suivi et de décision
 - Priorités et planification prévisionnelle de mise en oeuvre
- Préciser pour chaque action du scénario choisi :
 - L'objectif
 - L'acteur responsable de l'action
 - L'ordonnancement des tâches qui la composent
 - Le lien avec les actions en cours ou planifiées
 - Les partenaires et/ou maîtres d'œuvre
 - La charge de travail et le délai de mise en oeuvre prévisionnels
 - Les investissements nécessaires, les contraintes et les résultats attendus
- Déterminer les indicateurs et les moyens de mesure ainsi que les facteurs influents
- Recenser les leviers internes facilitateurs pour concrétiser les actions : mobilisation / motivation, communication, clés de réussite ...
- Valider le plan de mise en oeuvre



Objectifs

- Définir une stratégie de communication sur la base des facteurs d'adhésion et de résistance identifiés
- Planifier la communication du projet

Documents produits

- Plan de communication

Démarche

- Identifier les leviers et les freins du projet
- Concevoir et organiser le plan de communication :
 - Identifier les axes de communication internes et externes et les acteurs responsables de chacun
 - Segmenter les cibles et définir les messages clés en fonction de chaque catégorie
 - Etudier les supports de communication existants et choisir le(s) vecteurs de communication le(s) mieux adapté(s) au projet
 - Définir les principales actions de communication en fonction des grandes étapes du projet et leur fréquence (calendrier de communication)
- Formaliser et valider le plan de communication
- Préparer et initier les actions de communication