

# REVUE DES BONNES PRATIQUES DES EMPLOYEURS EN MOBILITÉ DURABLE À MONTRÉAL



Remise à la  
Commission du Transport et Travaux Publics (CTTP)  
et au  
Service de l'urbanisme et de la mobilité, Direction de la  
Mobilité, Division des plans et de la politique  
de la Ville de Montréal

Le 02 décembre 2019

# Avant-Propos

Cette revue des bonnes pratiques s'inscrit dans le cadre d'un mandat octroyé à Voyagez Futé par la Division des plans et des politiques de la Ville de Montréal.

La Commission du transport et des travaux publics (CTTP) souhaite se pencher sur les leviers jouant sur la volonté des montréalais et montréalaises à adopter des habitudes quotidiennes de mobilité durable, ceci afin de réduire à terme l'utilisation et la possession de véhicules privés, et plus spécifiquement de l'autosolisme.

En ce sens, la CTTP a récemment consulté les citoyens pour comprendre les facteurs qui dictent leur choix de mode de déplacements et leur degré de motivation à opérer une transition vers une mobilité durable, via le sondage diffusé en mai 2019, intitulé « La mobilité durable, où en êtes-vous? ».

Pour alimenter de manière exhaustive la démarche de consultation publique, la Ville souhaite à cet effet pouvoir également bénéficier d'un panel des bonnes pratiques mises en place par les employeurs pour encourager les employés à se déplacer avec des modes durables. Le recensement réalisé par Voyagez Futé va présenter les actions pouvant être mises en place dans le cadre des déplacements domicile-travail mais aussi des déplacements professionnels.

L'ensemble de cette étude enrichira le travail d'élaboration des orientations en faveur des modes de transports durables, éléments utiles dans le cadre de la mise en place de la démarche du plan de mobilité.

Ce corpus est agrémenté de différents textes de présentation, d'explications pour comprendre les différentes démarches et ensuite pouvoir les hiérarchiser, les combiner afin d'en tirer tout leur potentiel selon les situations et les contextes de chaque territoire et de chaque employeur.



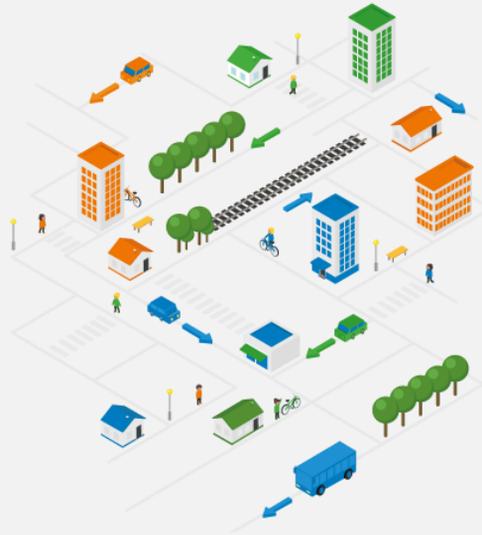
# Table des matières

Avant-propos .....	2
Table des Matières .....	3
Acronymes .....	4
Introduction .....	5
Principes de la mobilité durable en entreprise .....	9
Fiches actions des bonnes pratiques.....	14
Fiches exemples d’employeurs .....	71
Conditions gagnantes .....	106
Recommandations .....	114
Annexes .....	122

# Acronymes

- AMT : Agence Métropolitaine de Transport (ancien ARTM et EXO)
- ARTM : Autorité Régionale de Transport Métropolitain
- CGD : Centre de Gestion des Déplacements
- CRE : Conseil Régional de l'Environnement
- CRE MTL : Conseil Régional de l'Environnement de Montréal
- DD : Développement Durable
- EML : Est de l'Île et Lanaudière (CGD de l'Est de l'île)
- EXO : identité de marque du Réseau de transport métropolitain ou RTM
- GES : Gaz à Effet de Serre
- IKVM : Indemnité Kilométrique Vélo et Marche
- MOBA : Mobilité Alternative (CGD de l'Ouest de l'île)
- MTQ : Ministère des Transports du Québec
- PAFEMAP : Programme d'aide financière aux entreprises en matière d'activités physiques
- PGD : Plan de Gestion des Déplacements
- PLD : Plan Local des Déplacements
- PMAD : Plan Métropolitain d'Aménagement et de Développement
- PPAS-AU : Potentiel Piétonnier Actif Sécuritaire et Accessible Universellement
- REM : Réseau Express de Montréal
- RSE : Responsabilité Sociale de l'Entreprise
- RTL : Réseau de Transport de Longueuil
- SADR : Schéma d'Aménagement et de Développement Révisé
- STL : Société de Transport de Laval
- STM : Société de Transport de Montréal
- TOD : Transit-Oriented Development
- VPN : Virtual Private Network ou Réseau Privé Virtuel (RPV)





# INTRODUCTION



Rédiger une revue exhaustive sur les bonnes pratiques en mobilité durable s'est avéré être un défi passionnant, dans le sens où il existe une multitude d'actions et de variantes possibles, ainsi que des obstacles parfois importants à l'analyse.

Le principal obstacle auquel nous avons dû répondre est qu'il existe un manque relativement important de données d'évaluation des actions à cause de différents facteurs : arrêt de la subvention du MTQ en 2011 à la réalisation de PGD, changement de personne référente au projet ou de direction au sein de l'entreprise, manque de compétences ou de ressources humaines, manque de volonté ou de budget, etc.. Ce manque d'évaluation pose problème quand il s'agit de mesurer l'impact et l'efficacité d'une mesure et nous y avons été confrontés lors de la rédaction de cette revue\*.

De plus, les actions sont parfois interdépendantes et très différentes, nous avons donc dû trouver un moyen de les classer et de les comparer par des critères concrets. De ce constat, nous avons donc décidé de présenter les actions dans vingt fiches principales - et six thématiques - afin de pouvoir proposer un corpus le plus complet possible.

Enfin, notons que le mandat de réalisation de cette revue a été attribué à Voyagez Futé mais qu'il a été réalisé en étroite collaboration avec MOBA et le CGDEML, les deux autres CGD présents sur l'Île de Montréal.

\* Les CGD métropolitains redoublent d'efforts depuis quelques années pour systématiquement inclure la partie évaluative dans nos offres de services, et ainsi faire un diagnostic avant/après de la mobilité durable via principalement un sondage. Au fur et à mesure, nous nous dotons d'une base de données permettant de clairement mesurer les impacts des actions sur les déplacements.

# Les liens entre les planifications de la Ville et les CGD

Les CGD sont partenaires de la Ville de Montréal au travers de différentes planifications dans des thématiques intimement liées comme le transport, la santé et le développement durable. Régulièrement cités dans ces documents, les CGD ne jouissent pourtant pas d'un rôle clairement effectif car aucun outil réglementaire ne permet de faire appliquer tangiblement les orientations. Concrètement, les employeurs n'ont besoin de répondre à aucune conformité en matière de mobilité durable mis à part dans l'arrondissement Saint-Laurent. L'impact de ces documents de planification sur les bonnes pratiques des employeurs reste donc très limité malgré leur potentiel réglementaire.



## Plan de transport (2008)\*

- Mention des CGD pour la réalisation des Plans de gestion des déplacements (PGD) et des Plans locaux de déplacement (PLD)
- Volonté d'exiger la réalisation d'un PGD pour les entreprises et institutions de plus de 100 employés
- Seul l'arrondissement de Saint-Laurent l'a appliqué dans sa réglementation (pour les nouveaux projets) et a réalisé un PGD pour ses employés



## Guide des plans locaux de déplacements (2010)\*

- Mention des CGD comme partenaires privilégiés pour l'accompagnement dans la mise en place de mesures de gestion des déplacements



## Plan de réduction des émissions de GES de la collectivité montréalaise (2013-2020)\*

- Piste de solution 8 : Gérer la demande en transport de façon efficace
- Reconnaissance du besoin de garantir un financement suffisant et récurrent aux CGD pour assurer la pérennité de leur expertise



## Plan d'action régional Montréal physiquement active (2014-2017)\*

- Participation des CGD au comité des axes 1 et 2 du plan d'action
- Mandat aux CGD de réaliser des audits de potentiel piétonnier en collaboration avec la Direction régionale de santé publique
- Organisation d'évènements pendant les Semaines de la mobilité : Défi sans auto-solo, Park(ing) Day, Déjeuner des leaders en transport durable, etc.
- Projet visant à favoriser l'accessibilité par des modes de transport durables de deux cégeps de Montréal



## Plan de développement durable de la collectivité montréalaise (2016-2020)\*

- Participation des CGD au Réseau des partenaires.
- Participation souhaitable des CGD à la mise en œuvre de l'Action 1 du Plan d'action des organisations partenaires : « Inciter à l'utilisation des transports actifs et collectifs pour le déplacement des employés (déplacements résidence-travail et professionnels) »

\* Les titres sont des liens hypertextes vers les documents disponibles sur le net.

# Présentation des CGD Métropolitains

Présent depuis 2002, Voyagez Futé est un Centre de gestion des déplacements (CGD), membre de l'Association des Centres de gestion des déplacements du Québec (ACGDQ, [www.acgdq.com](http://www.acgdq.com)). Trois CGD couvrent le territoire du grand Montréal métropolitain :

- Voyagez Futé, pour les quartiers centraux et la Montérégie,
- MOBA, pour l'Ouest de l'île, Vaudreuil-Soulanges, Laval et les Laurentides, a été créé également en 2002.
- CGDEML, pour l'Est de l'île et Lanaudière, a été créé en 2018 pour répondre aux besoins de l'Est de l'île.



Pas moins de 500 entreprises ont fait appel aux CGD montréalais depuis leur création.

## Notre mission

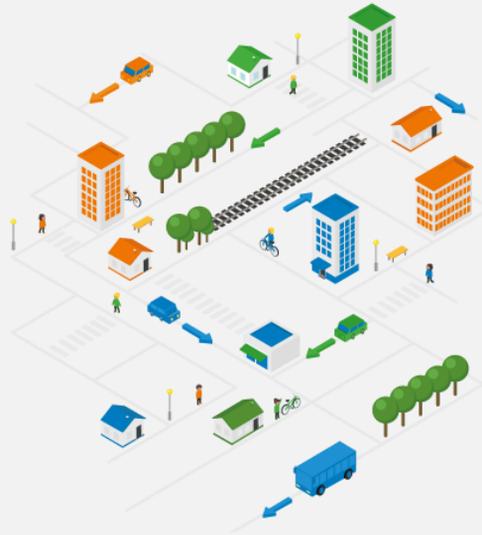
La mission des CGD métropolitains est de favoriser auprès des entreprises, institutions, promoteurs et gestionnaires immobiliers et municipalités de son territoire, le développement et la promotion des alternatives viables à l'automobile en solo, afin d'améliorer la mobilité et la qualité de l'environnement.

Créé en 2002 sur l'initiative de l'Agence métropolitaine de transport (AMT) et du ministère du Transport du Québec (MTQ), Voyagez Futé agit sur les comportements des travailleurs en accompagnant les employeurs dans la mise en place de mesures pour faciliter et encourager des habitudes de déplacement plus durables. La réussite de ses interventions s'appuie sur un partenariat de services entre les entreprises, les organismes de transport et les différents paliers de gouvernement.

## Nos services

Dotés d'une équipe dynamique et pluridisciplinaire, les CGD métropolitains proposent de nombreux services déclinés en trois grandes catégories :

- L'expertise-conseil : Plan de Gestion des Déplacements, Plan de Mobilité durable, représentation des besoins d'entreprises, comités inter-entreprises, analyse et conseils spécifiques (déménagement, stationnement, label LEED, déplacements professionnels, navette, calcul des GES, etc.)
- Les produits clés en main : Abonnements annuels aux transports collectifs (OPUS&Cie, OPUS+ Entreprise), services en transports actifs et vélo (BIXI corporatif, ateliers de réparation vélo, kiosques d'information et de sensibilisation, conférences), passeport mobilité, programmes de covoiturage, autopartage en entreprise, etc.
- Les activités et événements : Prix Leader en transport durable, Défi J'aime le vélo, Défi sans auto, comités thématiques, kiosques, vélo-fêtes, etc.



# PRINCIPES DE LA MOBILITÉ DURABLE EN ENTREPRISE

# Le PGD, la base de toute démarche

Le Plan de Gestion des Déplacements (PGD) est le document de planification de référence de la mobilité durable pour un employeur qui souhaite instaurer des mesures en faveur de ses employés. C'est une démarche qui lui permet d'avoir une vision claire et contextualisée des solutions à préconiser, tant pour les trajets domicile-travail que pour les déplacements d'affaires. Depuis 2002, Voyagez Futé, MOBA et le CGDEML ont accompagné près de 200 organisations de l'Île de Montréal dans cette démarche qui constitue notre principal corps de métier.

Le PGD permet de diagnostiquer la situation initiale en matière de déplacements, d'évaluer les besoins et les potentiels et ensuite d'établir un plan d'actions adapté et efficace selon les spécificités et le contexte de l'entreprise.

## Coûts et durée d'élaboration

Il faut compter de 15 000 à 20 000 \$ pour un PGD classique, ce qui ne prend pas en compte le coût des actions. Le prix peut augmenter selon le nombre d'édifices de l'entreprise, le nombre d'employés et les spécificités. Autrefois subventionné par le MTQ (jusqu'en 2011), son coût est aujourd'hui entièrement à la charge du client, ce qui est un frein certain : depuis, nous signons moins de contrats et les entreprises n'en réalisent qu'en cas de nécessité importante.

Sa durée d'élaboration est d'un an environ mais peut varier selon les cas. Il est conseillé d'évaluer le PGD tous les deux ans pour le réajuster si besoin. Ce n'est pas une démarche statique : elle se doit d'être évolutive, adaptative et renouvelée régulièrement, d'où le principe de cycle présenté dans notre schéma des étapes à la page suivante.

## Un plan d'actions parfois peu suivi de mesures et peu évolutif

Avoir le document rédigé avec le diagnostic et le plan d'actions n'est pas la finalité, il doit s'accompagner de mesures qui concrétisent la démarche et améliorent la mobilité des employés. Cependant, nous voyons régulièrement des clients ne mettre en œuvre que peu d'actions, et c'est une importante limite à la mobilité durable en entreprise. Pour diminuer cet effet, nous essayons d'adapter un maximum le plan d'actions au contexte et le rendre réaliste, afin de ne pas proposer une liste de courses irréalisable. L'engagement de la direction et le budget alloué à la mobilité durable sont primordiaux. Sans obligation réglementaire ni subventions conséquentes, il est difficile d'imposer au client de réaliser des mesures.

L'autre problématique constatée du PGD est qu'il nécessite une action constante et ambitieuse dans le temps si l'on veut obtenir des résultats sur long-terme. Or, deux ans après son élaboration, certaines entreprises n'ont pas forcément la volonté de continuer la démarche, pour plusieurs raisons : changement de personne ressource, changement de direction ou d'objectifs, baisse de budget, etc. Encore une fois, aucune obligation réglementaire ne contraint les employeurs à perpétuer la démarche.

Ainsi, le PGD est un formidable outil s'il est réalisé correctement à toutes ses étapes, avec une motivation constante de l'employeur et des moyens humains et économiques suffisants. Sans cela, il peut exister sans vraiment améliorer les conditions de mobilité des employés.

# Les étapes du PGD

Voici les 5 étapes principales du PGD. Elles sont réalisées les unes après les autres en s'alimentant de manière cyclique. C'est la démarche de mobilité durable en entreprise telle qu'elle est souhaitée : planifiée, évolutive et récurrente.



## 1. DIAGNOSTIC

La **première partie** de cette étape dresse le portrait complet des déplacements domicile-travail et professionnels des employés vers les lieux de travail (il peut également concerner des visiteurs et des étudiants). Un large sondage permet de connaître les parts modales, les habitudes de transport, les facteurs cognitifs et psychologiques influençant les comportements, les potentiels de transfert modaux, les besoins, etc. Tout ceci permet un portrait exhaustif de la mobilité, composé de nombreuses cartes et graphiques.

La **deuxième partie** de cette étape analyse le contexte géographique du ou des lieu(x) d'emplois ainsi que l'offre en transport alternatif déjà présente et dresse ainsi un portrait complet de l'accessibilité.

## 2. PLAN D'ACTION

Cette étape propose un plan d'action stratégique et cohérent, basé sur les faits saillants du diagnostic réalisé à l'étape précédente. Ce plan permet de prioriser les actions selon les potentiels de transfert modal, les coûts et la faisabilité de chacune. Il amène concrètement à la réalisation de mesures de mobilité durable. C'est à cette étape que l'employeur doit s'engager durablement pour que le PGD soit efficace.

## 3. SOUTIEN À LA MISE EN PLACE D'ACTIONS

Pour que les actions soient mises en place dans les meilleures conditions, Voyagez Futé accompagne l'employeur dans leur mise en place par le biais d'outils et de conseils. Bien qu'une grande partie de ce travail se fait en général à l'interne de l'organisation, notre soutien permet de guider les personnes ressources pour leur rendre la tâche simple et efficace.

## 4. PROMOTION ET COMMUNICATION

Sans communication, un plan d'actions est inefficace car il touchera peu d'employés. Pour que les actions mises en place à l'étape précédente atteignent leur public cible de manière optimale, il est nécessaire d'adopter une stratégie de promotion et de communication efficace et adaptée au contexte. Voyagez Futé peut conseiller chaque employeur et proposer une stratégie personnalisée. En complément des outils classiques (intranet, infolettre, affichage, etc), Voyagez Futé propose notamment des kiosques d'informations subventionnées par l'ARTM.

## 5. ÉVALUATION

Une fois que les actions sont mises en place et dûment communiquées, il est nécessaire d'évaluer les retombées. L'évaluation consiste à un sondage numérique distribué aux employés et aux visiteurs. Une brève analyse permettra d'ajuster les actions mises en place. De plus, les données du sondage pourront servir à mettre à jour les statistiques de part modales et à prioriser de nouvelles actions.

# Motivations des employeurs et avantages de la mobilité durable

Les employeurs montréalais mettent en place des actions de mobilité durable depuis de nombreuses années au sein de leur organisation pour rechercher des bénéfices variés. La grande raison pour laquelle les employeurs font appel à nos services est qu'ils doivent répondre à des problématiques de ressources humaines ou de financements menaçant la pérennité de leurs activités. On peut classer les employeurs en trois catégories :

Les employeurs les plus motivés sont généralement confrontés à des problématiques d'**accessibilité** (manque de stationnement, manque d'offre en transport collectif,..) ou à des problématiques de **recrutement ou de rétention**, qu'il faut solutionner à **court-terme**. Ce sont par exemple des entreprises situées loin des réseaux structurants, des entreprises dans des édifices avec un stationnement sous-dimensionné, des entreprises dans un domaine très concurrentiel pour recruter et où l'embauche est difficile, etc. Depuis quelques mois, nous constatons également que les employeurs nous contactent par rapport aux **travaux du REM** notamment de la fermeture de la ligne Deux-Montagnes. Ils nous font part des inquiétudes des salariés concernés et cherchent à mettre en place des alternatives pour leur garantir un déplacement domicile-travail le moins contraignant possible, sous peine de les voir quitter l'entreprise pour certains.

Également, des entreprises font appel à nos services pour **réaliser des économies à moyen et long-terme** tout en améliorant les conditions de mobilité de leurs employés et donc dépenser le budget transport de manière plus intelligente et durable. Leur situation n'est pas urgente comme dans le premier cas mais elle est totalement justifiée financièrement. Dans la majeure partie des cas, c'est lié au stationnement, jugé trop onéreux : nombre trop élevé de places par rapport à la demande des employés, absence de politique de stationnement (pas de règle d'attribution, stationnement libre), gestion et entretien, etc. Nous les aidons également à établir une politique de déplacements professionnels durable afin de sortir du modèle classique du remboursement des frais de déplacement avec les voitures personnelles. Également, nous les accompagnons pour réaliser des économies via les avantages fiscaux.

Enfin, si une entreprise n'est pas directement confrontée à ces problématiques, elle cherche en général à offrir de meilleures conditions de travail à ses employés, à améliorer son image corporative et à répondre à des objectifs de développement durable ou RSE. Dans ce cas de figure, ce sont en général de **grandes entreprises** pouvant se permettre de consacrer de l'argent à ces objectifs plus globaux, et d'anticiper à **long-terme** leur attractivité vis-à-vis du recrutement. Cela leur permet notamment de répondre aux aspirations des nouvelles générations de travailleurs, de plus en plus soucieuses de l'engagement social et environnemental de leur entreprise.

Dans tous les cas et peu importe la cause, la qualité des déplacements domicile-travail et professionnels des employés est primordiale pour les entreprises car elle impacte directement leur santé financière et leur pérennité. Agir pour la mobilité, c'est agir pour le **développement territorial et économique**. Le rôle des CGD du Québec est de les accompagner pour les faire bénéficier des avantages de la mobilité durable, décrits à la page suivante.

**Court-terme**  
Répondre à une problématique

**Long-terme :**  
Améliorer son image, sa visibilité

**Manque d'accessibilité**

**Recrutement et rétention d'employés**

**Santé et productivité des employés**

**Développement durable / RSE**

**Manque de stationnement**

**Déménagement**

**Gestion financière (coûts de stationnement, déplacements pros, flotte..)**

# Motivations des employeurs et avantages de la mobilité durable

## Principaux bénéfices des actions de mobilité durable

Pour un employeur, les bénéfices sont nombreux et variés. Ils ont été approuvés par de nombreuses études universitaires et scientifiques et sont largement appuyés par les sondages et les évaluations que nous réalisons. Nous pouvons les classer en trois catégories :

### Ressources Humaines

- Baisse des retards au travail et hausse du présentisme
- Augmentation de la motivation au travail
- Diminution des impacts psychologiques dus aux déplacements en voiture
- Amélioration du recrutement et de la rétention des employés
- Gestion du changement facilitée (déménagement ou changement mode de vie)
- Meilleure équité entre les employés

### Santé des employés

- Réduction du stress des employés et des conflits relationnels
- Amélioration de la santé des employés (exercices physiques), du bien-être au travail, de la motivation et de l'esprit d'équipe

### Finances

- Diminution des coûts de stationnement, des allocations auto et des frais de déplacements professionnels
- Avantages fiscaux (l'employeur a droit à des déductions fiscales pour ses dépenses en transport auprès du gouvernement fédéral et au gouvernement provincial, majorées à 200 % pour ce dernier)
- Augmentation de la productivité
- Amélioration de l'attractivité et la compétitivité
- Amélioration de l'image corporative et du sentiment d'appartenance et de fierté de l'employé

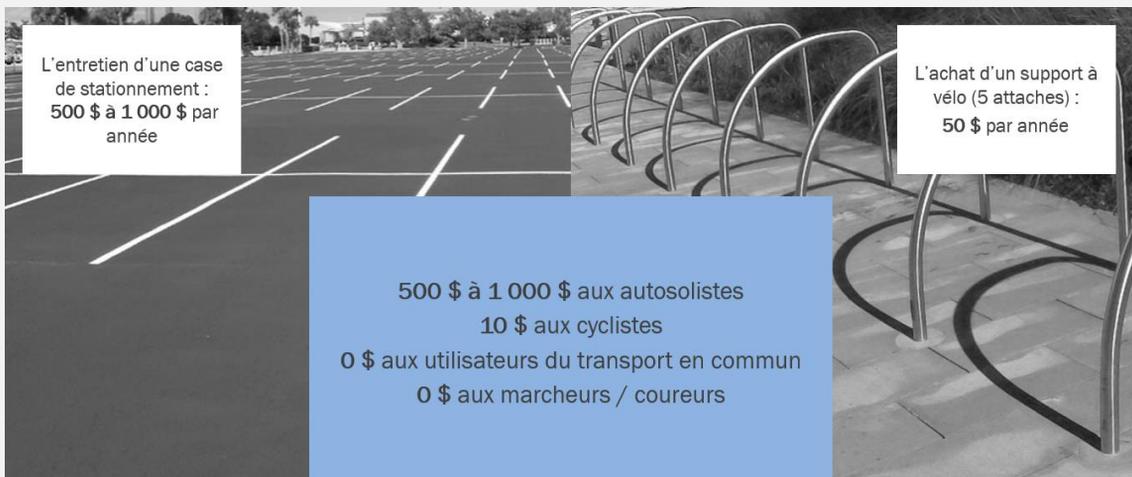
### Santé et productivité



↑ Productivité  
Motivation



*Données issues des sondages des CGD, transport actif versus modes motorisés.*



*Extrait de notre présentation du coût du stationnement par rapport aux installations vélo, présentant l'iniquité entre les modes ainsi que les économies potentielles.*



# FICHES ACTIONS DES BONNES PRATIQUES

# Lecture des fiches actions

Les fiches actions présentent les principales bonnes pratiques de mobilité durable à mettre en place dans les organisations et les entreprises. Étant donné la multitude de mesures et de variantes pouvant être déployées, nous les avons regroupées dans vingt fiches recto-verso synthétiques.

Elles sont classées par volet thématique afin de faciliter la lecture :

	Volet A : Transport collectif
 	Volet B : Transport actif
	Volet C : Covoiturage et autopartage
  	Volet D : Gestion du stationnement, de la flotte de véhicules et des déplacements professionnels
   	Volet E : Communication et sensibilisation
	Volet F : Actions transversales

Afin de mieux comprendre les mesures et les conditions pour les mettre en place de manière efficace, les fiches actions présentent les éléments suivants :

- La description sommaire de l'action (principe)
- Les objectifs visés par l'action
- La description des types de mesures possibles
- Les étapes de mise en œuvre
- Les facteurs de succès
- Les obstacles principaux
- Les indicateurs de suivi
- Les outils à utiliser ou à développer
- Les subventions disponibles, les financements et les coûts
- Les autres actions et mesures liées (combinables, complémentaires)
- Les exemples dans quelques organisations

## Indicateurs

- Le délai de mise en œuvre
- Sa complexité
- Son coût
- Son impact sur le transfert modal
- Son impact sur la satisfaction des usagers des transports durables

# Indicateurs des fiches

## La complexité de mise en œuvre de chaque action



Action simple à mettre en place reposant majoritairement sur le **bon vouloir** de l'organisation, avec une élaboration et une mise en place **facile**, souvent sans besoin d'implication d'instance (municipalité, sociétés de transport, autres organisation...).



Action à complexité moyenne, avec une élaboration et une mise en place nécessitant une **analyse** et/ou une **concertation**. L'action peut nécessiter le conseil et l'expertise d'un CGD et/ou l'implication d'une instance.



Action à complexité forte, mesure pour laquelle l'élaboration et la mise en place nécessite une **négociation** ou une représentation avec une ou plusieurs instances qui doivent être impliquées. La faisabilité technique est relativement complexe.

## La durée d'élaboration



Courte : nécessitant quelques heures à quelques jours pour sa mise en œuvre.



Moyenne : nécessitant plusieurs semaines pour sa mise en œuvre.



Longue : nécessitant plusieurs mois pour sa mise en œuvre.

## Le coût pour les mettre en place



Faible : nécessitant jusqu'à 5 000\$ pour sa mise en œuvre.



Moyen : nécessitant de 5 000\$ à 25 000\$ pour sa mise en œuvre.



Élevé : nécessitant de 25 000\$ à 100 000\$ pour sa mise en œuvre.

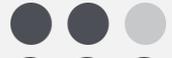


Très élevé : nécessitant plus de 100 000\$ pour sa mise en œuvre.

## Impact sur les transferts modaux (auto-solo vers un mode alternatif)



Faible



Moyen



Élevé

## Impact sur la satisfaction des usagers des transports durables



Faible



Moyen



Élevé

Ces informations sont données à titre indicatif, et peuvent varier selon le type d'action (incitatif financier, infrastructure, programme d'abonnement, etc.) ainsi que le contexte (taille de l'entreprise, stratégie de financement, etc.).

# Liste des fiches actions



Volets	Fiches	page
A : Transport collectif	A.1 Accorder au personnel des rabais pour le transport collectif	21
	A.2 Offrir au personnel l'essai du transport collectif	23
B : Transport actif	B.1 Mettre des vélos en libre-service à la disposition du personnel	27
	B.2 Mettre à la disposition du personnel des services et infrastructures facilitant les déplacements à vélo	29
	B.3 Offrir des formations, des ateliers mécaniques et du coaching pour les cyclistes	31
	B.4 Mettre en place des aménagements conviviaux pour les piétons	33
	B.5 Offrir une indemnité kilométrique vélo-marche	35
C : Covoiturage et autopartage	C.1 Proposer une plateforme facilitant les jumelages pour covoiturer	39
	C.2 Offrir des incitatifs/actions dédiés au covoiturage	41
	C.3 Adhérer à un service d'autopartage	43
D : Gestion du stationnement, de la flotte de véhicules et des déplacements professionnels	D.1 Appliquer une gestion écoresponsable de ses stationnements	47
	D.2 Gérer la flotte de manière efficace	49
	D.3 Mettre en place un programme de déplacements professionnels durables	51
E : Communication et sensibilisation	E.1 Informer et sensibiliser le personnel aux alternatives à l'auto-solo	55
	E.2 Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo	57
F : Actions transversales	F.1 Adapter les heures de travail du personnel et permettre le télétravail	61
	F.2 Offrir le retour garanti à domicile en cas d'urgence	63
	F.3 Offrir une allocation au transport durable	65
	F.4 Mener des démarches auprès des municipalités, des sociétés de transport en commun et d'autres partenaires en transport pour obtenir des améliorations de services et d'infrastructures	67
	F.5 Créer un fonds pour la mobilité durable	69

# Tableau comparatif des actions

Actions		Indicateurs					
Thématique	Réf.	Intitulé	Complexité	Durée d'élaboration	Coût	Impact transfert modal	Impact sur la satisfaction
Transport collectif	A.1	Accorder au personnel des rabais pour le transport collectif	⚙️⚙️	🕒🕒🕒	\$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	A.2	Offrir au personnel l'essai du transport collectif	⚙️⚙️	🕒🕒🕒	\$ → \$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
Transport actif	B.1	Mettre des vélos en libre-service à la disposition du personnel	⚙️⚙️	🕒 → 🕒🕒🕒	\$ → \$ \$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	B.2	Services et infrastructures facilitant les déplacements à vélo	⚙️ → ⚙️⚙️⚙️	🕒 → 🕒🕒🕒🕒	\$ → \$ \$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	B.3	Formations, ateliers mécaniques et coaching pour les cyclistes	⚙️⚙️	🕒🕒🕒	\$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	B.4	Mettre en place des aménagements conviviaux pour les piétons	⚙️⚙️	🕒🕒🕒	\$ → \$ \$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	B.5	Offrir une indemnité kilométrique vélo-marche	⚙️⚙️	🕒🕒🕒	\$ → \$ \$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
Covoiturage et autopartage	C.1	Proposer une plateforme facilitant les jumelages pour covoiturer	⚙️ → ⚙️⚙️⚙️	🕒 → 🕒🕒🕒	\$ → \$ \$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	C.2	Offrir des incitatifs/actions dédiés au covoiturage	⚙️⚙️	🕒🕒🕒	\$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	C.3	Mettre en place un service d'autopartage	⚙️⚙️ → ⚙️⚙️⚙️⚙️	🕒🕒 → 🕒🕒🕒🕒	\$ → \$ \$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
Stationnement, flotte de véhicules et déplacements pros.	D.1	Appliquer une gestion écoresponsable de ses stationnements	⚙️⚙️	🕒🕒🕒	\$ → \$ \$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	D.2	Gérer la flotte de manière efficace	⚙️⚙️	🕒🕒🕒	\$ → \$ \$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	D.3	Mettre en place un programme de déplacements professionnels durables	⚙️⚙️	🕒🕒🕒	\$ → \$ \$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
Communication et sensibilisation	E.1	Informier et sensibiliser le personnel aux alternatives à l'auto-solo	⚙️ → ⚙️⚙️	🕒 → 🕒🕒🕒	\$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	E.2	Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo	⚙️⚙️	🕒🕒🕒	\$ → \$ \$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
Actions transversales	F.1	Adapter les heures de travail du personnel et permettre le télétravail	⚙️⚙️	🕒🕒🕒	\$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	F.2	Offrir le retour garanti à domicile en cas d'urgence	⚙️⚙️	🕒🕒🕒	\$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	F.3	Offrir une allocation transport durable	⚙️ → ⚙️⚙️	🕒 → 🕒🕒🕒	\$ → \$ \$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	F.4	Mener des démarches de représentation	⚙️⚙️	🕒🕒🕒	\$ → \$ \$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●
	F.5	Créer un fonds pour la mobilité durable	⚙️⚙️	🕒🕒 → 🕒🕒🕒🕒	\$ \$ \$ \$	●●●●	●●●●



## VOLET A : TRANSPORT COLLECTIF







## Complexité



## Durée d'élaboration



## Coût



## Impact: Transfert modal



## Impact: Satisfaction



## Principe

- Financer, en entier ou en partie, les titres de transport collectif des employés pour leurs déplacements domicile-travail.
- Offrir un rabais sur les titres mensuels de transport en commun est un incitatif très intéressant pour les employés et se révèle le plus efficace. Cette mesure permet de plus à l'employeur qui subventionne le stationnement d'être plus équitable envers les utilisateurs du transport en commun vis-à-vis des automobilistes.

## Mesures possibles

- Adhésion de l'employeur au programme de fidélisation de la société de transport, OPUS&Cie pour la STM, et OPUS+ Entreprise pour EXO. Chaque employé s'inscrit directement sur la plateforme dédiée.
- Achat et distribution de titres de transport par l'employeur, avec retenue à la source sur le salaire des employés.
- Remboursement d'une portion des titres de transport achetés par les employés.

## Objectifs

- Récompenser les employés qui utilisent déjà le transport collectif.
- Attirer de nouveaux usagers du transport collectif.

## Étapes de mise en œuvre

- Choix de la mesure.
- Détermination du budget alloué à la mesure.
- (Évaluation de divers scénarios en fonction du taux de rabais offert et du nombre estimé d'employés abonnés.)
- Conclusion d'une entente avec la société de transport si besoin.
- Identification d'une personne à l'interne responsable de la gestion des inscriptions.
- Envoi de l'information aux employés pour inscription.
- Validation de l'inscription des participants si besoin.
- Suivi de l'inscription des participants et bilan annuel.
- Promotion récurrente du programme (et aux nouveaux employés).

## Facteurs de succès

- Promotion et communication de qualité autour du programme pour le faire connaître des employés.
- Nomination d'une personne responsable de soutenir les employés et de répondre à leurs questions.
- Amélioration de l'offre en TC si le lieu de travail est mal desservi.
- Le montant du rabais doit être bien jaugé entre attirer un maximum d'employés et ne pas coûter trop cher à l'année pour l'employeur.

## Obstacles principaux

- 2 programmes différents (OPUS&Cie et OPUS+Entreprise), avec rabais et fonctionnements différents.
- Temps de gestion.
- Hétérogénéité des tarifs (de 85\$ à 268\$ selon les zones) pouvant rendre complexe l'équité.
- Desserte en transport collectif du lieu de travail parfois inadéquate.
- Abonnement à l'année (peut dissuader les utilisateurs de transport actif notamment l'été).
- Fin du rabais de la Campagne Mobilité du MTQ (1 mois gratuit).

## Exemples de mise en place

- Mouvement Desjardins : 20% OPUS&Cie et OPUS+ Entreprise. FSTQ (60% OPUS&Cie et 58,33% OPUS+ Entreprise).
- Ville de Montréal (20% OPUS&Cie et 16,66% OPUS+ Entreprise).
- Transat (20% OPUS&Cie et OPUS+ Entreprise).

## Subventions et financement

- **OPUS & Cie** : La STM participe au rabais jusqu'à hauteur de **10%**. Rabais de 4,16% minimum de l'entreprise. 10 employés minimum.
- **OPUS+ Entreprise** : EXO offre **8,16%** de rabais (1 mois) peu importe le rabais octroyé par l'employeur. Pas de rabais minimum. 10 employés minimum.
- **Déduction d'impôt** par le Québec de **200%** du montant total en rabais pour l'entreprise. Vérifier l'éligibilité et les conditions auprès d'un comptable agréé.

## Indicateurs de suivi

- Nombre de participants / utilisation
- Incitatif financier octroyé (mensuel)
- Transfert modal de l'auto-solo vers le transport collectif
- Satisfaction des participants

## Autres mesures liées

Le rabais doit s'accompagner d'autres mesures si l'on veut que les employés adhèrent durablement au programme.

- Fiche A.2 – Offrir au personnel l'essai du transport collectif
- Fiche B.4 - Mettre en place des aménagements conviviaux pour les piétons
- Fiche D.3 - Mettre en place un programme de déplacements professionnels durables
- Fiche E.1 – Informer et sensibiliser le personnel aux alternatives à l'auto-solo
- Fiche E.2 – Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo
- Fiche F.2 - Offrir le retour garanti à domicile en cas d'urgence
- Fiche F.4 – Mener des démarches auprès des [...] sociétés de transport en commun [...] pour obtenir des améliorations de service

## Outils à utiliser

- Analyse des lieux de résidence des employés.
- Sondage sur les habitudes de transport.
- **Calculateur des coûts**.
- Les **CGD métropolitains** sont missionnés par l'ARTM et accompagnent les entreprises dans la mise en place des programmes d'abonnement annuel au transport collectif OPUS & Cie et OPUS+ entreprise. C'est le guichet unique pour une entreprise souhaitant s'inscrire au programme.

## Coûts

### • OPUS & Cie (STM)

La STM égalise jusqu'à 10% le rabais choisi par l'employeur.

Contribution de l'employeur / mois	Contribution STM par mois	Mois gratuit pour l'employé
4,16 % = 3,6 \$	4,16 % = 3,6 \$	1 mois
10 % = 8,65 \$	10 % = 8,65 \$	2,4 mois
25 % = 21,625 \$	10 % = 8,65 \$	4,2 mois
50 % = 43,25 \$	10 % = 8,65 \$	7,2 mois

### • OPUS+ Entreprise (Exo)

Le rabais mensuel EXO (8,33%) est fixe et va de 8\$ en zone 1 jusqu'à 21,86\$ en zone 8. L'employeur choisit ensuite son montant ou pourcentage de rabais.

Prix des titres TRAM (train+métro+bus) mensuel ordinaire par zone (réseau Exo) :

1	2	3	4	5	6	7	8
100\$	116\$	141\$	151\$	173\$	209\$	240\$	273\$

**Complexité****Durée d'élaboration****Coût****Impact: Transfert modal****Impact: Satisfaction**

## Principe

- Offrir aux employés qui viennent au travail en automobile des titres de transport en commun à l'essai, pendant une période ou pour un nombre déterminé de passages.
- Le programme « Le transport collectif, je l'essaie ! » a été mis en place entre 2007 et 2012 à Montréal mais n'existe plus (voir fiche-exemple dédiée).
- Peut se jumeler avec un programme d'échange de permis de stationnement contre l'essai gratuit en transport collectif, efficace lorsqu'il y a un manque de places de stationnement actuel ou futur.

## Mesures possibles

- Financement, total ou partiel, de titres mensuels. Conseillé au minimum 1 mois, voire 3 mois pour avoir plus d'effets de rétention vers le transport en commun (après 3 mois, généralement 70% de rétention).
- Financement de quelques passages, par exemple une semaine. Moins efficace que la première mesure.
- Mise en place, en parallèle à ces mesures, de mesures d'information (trajets, avantages) et des activités (kiosque, défi, journée transport).

## Objectifs

- Permettre aux employés qui se déplacent en automobile d'expérimenter le transport collectif, de façon à les amener à changer leurs habitudes de déplacement.
- Sensibiliser les usagers sur les avantages du transport en commun.
- Augmenter la part des usagers du transport en commun.

## Étapes de mise en œuvre

1. Choix de la mesure.
2. Détermination du budget alloué à la mesure.
3. Conclusion d'une entente avec la société de transport si possible.
4. Identification d'une personne à l'interne responsable de la gestion des inscriptions et de la distribution des titres.
5. Communication aux employés et inscription des participants.
6. Validation des inscriptions (preuve de l'usage de la voiture avant la mesure, renonciation au permis de stationnement, engagement à utiliser les titres offerts à son propre usage seulement).
7. Achat et distribution des titres de transport.
8. Sondage initial.
9. Suivi et bilan de l'essai : taux de satisfaction et de rétention au TC des participants.

## Facteurs de succès

- Essai d'une durée suffisante pour que les nouveaux usagers surmontent les difficultés, trouvent leurs repères et se sentent à l'aise. 1 mois minimum, 3 mois conseillés.
- Promotion de la mesure pour la faire connaître.
- Soutien personnalisé à la planification du trajet avant de démarrer l'essai.
- Suivi et soutien aux nouveaux usagers dans les difficultés rencontrées au cours de l'essai.
- Offrir le retour garanti à domicile en taxi en cas d'urgence.
- Accorder un rabais sur le TC aux employés par la suite.
- Mener les campagnes d'essai deux fois par année (automne et printemps).

## Obstacles principaux

- Réticente ancrée d'une part des autosolistes à cause de plusieurs facteurs notamment psychologiques.
- Temps de parcours parfois multipliés en passant de l'automobile aux transports en commun.
- Sans incitatif ou subvention, presque aucune entreprise ne décide de mettre en place cette mesure.

## Exemples de mise en place

- 2009-2011 – Programme de Voyagez Futé “ Le transport collectif, je l'essaie !” 20 entreprises et 400 employés participants – taux de rétention vers le TC de 68%.
- Aéroports de Montréal (1 mois offert).
- Ville de Montréal, édifice Louis-Charland, 2007 (1,75 mois offerts sur 3, 85% de rétention parmi les participants).
- Hydro-Québec, 2010 (1,75 mois offerts sur 3, 43% taux de transfert de l'auto vers le TC).

## Subventions et financement

- La STM et l'ARTM ne donnent pas de titres de transport à l'essai sauf dans des cas exceptionnels.
- Auparavant, l'AMT fournissait régulièrement des titres à l'essai pour une durée d'un mois aux CGD pour organiser des programmes incitatifs en entreprise. (Programme de Voyagez Futé “ Le transport collectif, je l'essaie !” ).

## Indicateurs de suivi

- Nombre de participants à l'essai.
- Taux de rétention des nouveaux usagers après la période d'essai.
- Nombre de déplacements auto quotidiens éliminés.

## Autres mesures liées

Afin d'avoir un taux de rétention intéressant d'utilisateurs du transport collectif après l'essai, il est vivement recommandé d'accorder un rabais OPUS à l'année.

- Fiche A.1 Accorder au personnel des rabais pour le transport collectif
- Fiche E.1 : Informer et sensibiliser le personnel aux alternatives à l'auto-solo
- Fiche E.2 : Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo
- Fiche F.2 : Offrir le retour garanti à domicile en cas d'urgence

## Outils à utiliser

- Analyse des lieux de résidence des employés.
- Sondage sur les habitudes de transport.
- **Calculateur des coûts.**
- Bilan de la mesure.
- Plus particulièrement pour cette action :
  - Analyse des lieux de résidence des employés
  - Sondage sur les habitudes de transport
  - Calculateur des coûts
  - Conception des outils de suivi
  - Bilan

## Coûts

- L'organisation peut choisir de financer l'essai pendant 1 à 3 mois. Le coût mensuel par employé varie de 86,5\$ pour la STM, jusqu'à 268\$ en zone 8 EXO (tarifs en vigueur).

1	2	3	4	5	6	7	8
100\$	116\$	141\$	151\$	173\$	209\$	240\$	273\$



## VOLET B : TRANSPORT ACTIF



**À PIED • À VÉLO**  
**JUSQU'AU BOULOT!**





### Complexité



### Durée d'élaboration



### Coût



### Impact: Transfert modal



### Impact: Satisfaction



## Principe

- Mettre des vélos à disposition des employés ou des clés du système de vélo en libre-service BIXI afin de leur permettre de se déplacer lors des déplacements professionnels ou personnels en journée, ou pour le trajet domicile-travail.

## Objectifs

- Faciliter l'utilisation du vélo pour les déplacements professionnels et personnels.
- Encourager les employés à venir travailler en vélo et à se déplacer à vélo pour leurs déplacements professionnels et personnels.
- Attirer de nouveaux usagers cyclistes.
- Faire la promotion du vélo.
- Encourager l'activité physique dans le cadre des déplacements.
- Diminuer les frais de déplacements professionnels (par exemple BIXI au lieu du taxi).

## Mesures possibles

### Mesures principales :

- S'il existe un système de vélo en libre-service BIXI à proximité de l'édifice : se procurer des **clés multi-usagers BIXI** et les laisser à l'accueil de l'édifice ou du service/bureau.

- Si le service BIXI n'est pas disponible à proximité de l'édifice : acheter ou louer une flotte de vélos (traditionnels et/ou électriques).

### Mesures complémentaires :

- Faire de la représentation des besoins auprès de BIXI pour étudier la possibilité d'ajouter une station BIXI au près du lieu d'emploi.
- Rembourser totalement ou partiellement l'abonnement individuel à BIXI ou un abonnement individuel à un service de location de vélo.
- Faire la promotion des abonnements à un système de vélo en libre service (notamment pendant la campagne BIXI en début de saison).
- Mettre à disposition des casques et des bandes réfléchissantes.

## Étapes de mise en œuvre

1. Détermination du budget ; Achat/location des vélos ou des clés multi-usagers BIXI.
2. Conception de la procédure, des outils d'emprunt et de promotion et l'entretien des vélos au besoin.
3. Promotion auprès des employés.
4. Suivi et bilan en fin de saison (utilisation, satisfaction des usagers...).

## Facteurs de succès

- Promotion du programme et des installations vélo du quartier auprès des employés.
- Privilégier l'emprunt gratuit.
- Nomination d'une personne responsable afin de soutenir les employés et de répondre à leurs questions.
- Présence d'une station BIXI et de voies cyclables à proximité (auquel cas si possible, faire une démarche de représentation auprès de BIXI).
- Demande à la ville d'amélioration des infrastructures cyclistes (voies cyclables).
- Flotte de vélo : contrat d'entretien régulier, équipement adéquat (sacoche, panier, etc.) et stationnement accessible de la flotte.
- Autoriser l'emprunt pour des déplacements professionnels et personnels en journée et domicile-travail (par ex. : retour à la maison en vélo).
- Possibilité de mettre en place un système d'emprunt automatisé, ou un système du premier arrivé-premier servi. Faire compléter un registre d'emprunt et demander une carte d'identité à l'emprunteur (ou faire signer une fiche d'inscription au premier emprunt).

## Obstacle principal

- Réticence d'utiliser le vélo lors des déplacements (manque de sécurité et de connaissance des trajets).

## Exemples d'entreprises

- Arrondissement de Saint-Laurent (flotte de 12 vélos et projet-pilote avec BIXI).
- Ivanhoé Cambridge (gestionnaire immobilier, mise à disposition de 41 clés multi-usagers BIXI pour les employés des entreprises locataires dans 5 édifices du centre-ville de Montréal).
- Hydro-Québec (clés multi-usagers BIXI dans plusieurs édifices).
- SUM – Ville de Montréal.

## Indicateurs de suivi

- Nombre d'emprunts, nombre d'heures d'emprunt et nombre de participants.
- Utilisation : professionnelle, personnelle.
- Transfert modal.
- Connaissance de la mesure et satisfaction des participants.

## Autres mesures liées

- Fiche B.2 : Mettre à disposition du personnel des services et infrastructures facilitant les déplacements à vélo.
- Fiche B.3 : Offrir des formations, des ateliers mécaniques et du coaching pour les cyclistes.
- Fiche B.5 : Indemnité kilométrique vélo-marche.
- Fiche E.2 : Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo (ex. organiser en parallèle à l'action un défi, des concours, des journées Vélo, entretiens gratuits de vélo, etc.).
- Fiche F.3 : Allocation au transport durable.
- Fiche F.4 : Mener des démarches auprès des municipalités, [...] d'autres partenaires en transport (BIXI) pour obtenir des améliorations de services.

## Outils à utiliser

- Analyse des besoins en infrastructure pour la mise en place d'une flotte de vélo.
- Flotte de vélo : achat/location, outils de gestion, promotion, entretien, bilan.
- Sondages et bilan.
- Certification Vélo sympathique Vélo-Québec
- Représentation : CGD ou <https://www.bixi.com/fr/suggerer-une-station>

## Subventions et financement

- 15% de rabais pour l'abonnement individuel nominatif à BIXI, à partir de 20 inscrits (campagne de promotion annuelle de BIXI à durée limitée).

## Coûts

- **Abonnement individuel BIXI** : l'organisation peut offrir un rabais supplémentaire de son choix en plus des 15% offerts par BIXI (campagne annuelle de promotion à durée limitée). Prix initial : 94\$/année. Prix après rabais BIXI : 79,90\$.
- **Clé multi-usagers BIXI** : 250\$/clé/an. 60 minutes d'utilisation gratuite par trajet au lieu de 45 min.
- **Flottes de vélo (entretien)** : 300\$/vélo pour 5 entretiens par saison (de mai à septembre).
- **Flotte de vélo à assistance électrique (location)** : A partir de 1495\$ /an pour une location d'un vélo à assistance électrique chez Vélo Transit, comprenant les assurances et l'entretien. [www.velotransit.ca](http://www.velotransit.ca)



## Complexité



## Durée d'élaboration



## Coût



## Impact: Transfert modal



## Impact: Satisfaction



## Principe

- Une offre efficace de stationnement pour vélo sur le lieu de travail est un élément essentiel de la chaîne de déplacement et le moyen principal contre le vol.
- Tous services et/ou infrastructures qui facilitent et encouragent la pratique du vélo : des supports et enclos sécurisés pour vélo, des douches, des casiers, des vestiaires, des pompes à air, des bornes mécaniques, des portes-cadenas, etc.
- Certaines infrastructures servent aussi aux autres usagers des transports actifs : marcheurs, coureurs, etc.

## Objectifs

- Faciliter l'utilisation du vélo pour les déplacements en offrant des services de qualité aux cyclistes et aux usagers des autres transports actifs. Offrir une protection contre le vol et le vandalisme.
- Assurer de répondre aux besoins et demandes des employés et visiteurs cyclistes en termes de nombre de supports à vélo (quantité, qualité et sécurité) et d'infrastructures cyclistes.
- Encourager les employés à venir travailler en vélo et faire la promotion du vélo et de ses multiples avantages (efficace, énergisant, économique, écologique, etc.).
- Attirer de nouveaux usagers cyclistes.

- Encourager l'activité physique
- Afficher une image saine et dynamique.

## Étapes de mise en œuvre

1. Évaluer les infrastructures actuelles (nombre de places pour vélo, localisation, etc.).
2. Déterminer les besoins (sondage) en termes de nombre de supports et d'autres infrastructures pour cyclistes pour vérifier si les infrastructures sont adéquates.
3. Déterminer le budget disponible.
4. Déterminer les emplacements disponibles ou facilement aménageables, autant à l'extérieur de l'édifice, à proximité des entrées, que dans l'édifice ou dans son stationnement souterrain.
5. Choisir le type d'infrastructure en fonction de l'emplacement et des besoins à combler.
6. Faire un plan d'implantation.
7. Installer les infrastructures.
8. Faire le bilan annuel d'utilisation des infrastructures et d'appréciation, afin de les améliorer au besoin.

## Mesures possibles

Mesures à mettre en place dans l'ordre de priorité suivant :

### 1. Supports à vélo de qualité, en nombre suffisant et dans un endroit sécurisé

Assurer un stationnement bien organisé (évite les vélos attachés à des arbres ou à du mobilier urbain).

- Ratio d'emplacements pour vélo conseillé par Vélo Québec : 1 place pour 10 à 40 employés en milieu urbain.
- Envisager de mettre en place des enclos à vélo sécurisés avec carte magnétique ou clé, ainsi qu'un toit pour les vélos.

### 2. Douches, casiers et vestiaires

- Des vestiaires avec douches et casiers sont appréciés des cyclistes qui parcourent une bonne distance. Ils devraient être facilement accessibles à partir des stationnements pour vélos. Ratio de douches par employé conseillé par Vélo Québec : 1 douche pour 400 employés.

### 3. Borne de réparation libre-service ou matériel à disposition (pompe, rustine, clés, etc.)

4. **Mener des démarches** auprès de la ville ou de l'arrondissement pour ajouter des supports à vélo à proximité de l'édifice.

### + Carte interactive – Plan d'accès transport durable

Modélisable selon les besoins du client, elle présente aux employés les alternatives à l'auto-solo dont les services, infrastructures et pistes cyclables disponibles.

## Exemples d'entreprises

- Mouvement Desjardins
- Hydro-Québec, UQAM, Tornatech, PME Centre-Ouest

## Subventions et financement

- Programme PAFEMAP, pour l'aménagement d'installations sportives (volet 1), l'achat de matériels et d'équipements (volet 2), ou à l'organisation et la promotion des activités physiques (volet 3) - [Infos](#)

## Indicateurs de suivi

- Nombre de supports, casiers, douches, pompes et bornes mécaniques ~~vélo~~ installés.
- Ratio d'équipements par employés.
- Taux d'utilisation des équipements.
- Connaissance des équipements et satisfaction des participants.

## Facteurs de succès

- Nomination d'une personne responsable du projet.
- Information, signalisation et communication auprès des employés sur la localisation et le type d'infrastructures cyclistes au sein de l'organisation.
- Présence de voies cyclables à proximité.
- Information sur les voies cyclables, et connaissance des employés sur la pratique du vélo en ville.

## Obstacles principaux

- Manque de place ou impossibilité de faire des travaux.
- Gestionnaire ne souhaitant pas faire de travaux.

## Autres mesures liées

- Fiche B.3 : Offrir des formations, des ateliers mécaniques et du coaching pour les cyclistes.
- Fiche B.5 : Offrir une indemnité kilométrique vélo-marche.
- Fiche D.1 : Appliquer une gestion écoresponsable de ses stationnements
- Fiche E.2 : Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo
- Fiche E.3 : Allocation au transport durable.
- Fiche F.4 : Mener des démarches auprès des municipalités, des sociétés de transport en commun et d'autres partenaires en transport pour obtenir des améliorations de services.

## Outils à utiliser

- Évaluation et diagnostic des besoins en aménagements cyclables et conseil en services et infrastructures.
- Mouvement Vélosympathique (Vélo Québec) et sa certification, développe la culture vélo au sein de l'organisation.
- Sondages et bilan pour évaluer le potentiel des employés pouvant se tourner vers le vélo.

## Coûts

- **Diagnostic infrastructures vélo** : 635\$ / lieu d'emploi
- **Supports à vélo** : environ 50\$/vélo
- **Borne de réparation libre-service** : à partir de 500\$
- **Carte interactive** : 1700\$ + 340\$ pour une mise à jour



## Complexité



## Durée d'élaboration



## Coût



## Impact: Transfert modal



## Impact: Satisfaction



## Principe

- Organiser des activités autour du vélo permettant d'informer et de former les employés à la pratique du vélo. Permet d'avoir un vélo bien entretenu via des mises au point ou des formations mécaniques et/ou sécuritaires organisées gratuitement sur le lieu d'emploi.
- Ces activités peuvent se mettre en place en parallèle avec les autres actions dédiées au vélo comme l'accès à un service de vélos en libre-service ou des installations vélos, ainsi qu'avec d'autres activités (journée des transports alternatifs à la voiture ou journée transports actifs ou vélo-fête).

## Objectifs

- Valoriser et récompenser les cyclistes actuels.
- Informer sur la pratique du vélo utilitaire au niveau théorique, pratique et sécuritaire.
- Permettre aux employés d'avoir un vélo entretenu.
- Encourager les employés à se déplacer à vélo la journée de l'activité et les suivantes.
- Faire la promotion du vélo et de ses multiples avantages (efficace, énergisant, économique, écologique, etc.).
- Attirer de nouveaux usagers cyclistes.

- Encourager l'activité physique dans le cadre de ces déplacements.
- Afficher une image saine et dynamique.

## Étapes de mise en œuvre

- Choix de la mesure.
- Détermination du budget alloué à la mesure.
- Organisation et planification de l'activité incluant tirages et autres éléments pour attirer.
- Communication aux employés et inscription des participants.
- Réalisation de l'activité.
- Fiche-bilan de l'activité (avec appréciation des participants et améliorations).

## Facteurs de succès

- Nomination d'une personne responsable du projet.
- Présence de cyclistes au sein de l'organisation.
- Information et communication auprès des employés sur l'activité.
- Présence de voies cyclables à proximité.

## Mesures possibles

Plusieurs activités peuvent être organisées seules ou dans le cadre d'un événement (vélo-fête) :

### 1. Entretien mécanique vélo sur le lieu d'emploi

- Organiser un entretien mécanique vélo sur le lieu d'emploi annuellement (généralement activité organisée en début de printemps). Offert gratuitement à l'employé par l'employeur. Inscription préalable de l'employé. Activité se déroulant généralement sur une matinée ou une journée.

### 2. Cours mécanique vélo

- Les employés réalisent l'entretien mécanique de base sur leur vélo avec un mécanicien qui leur explique la théorie et les guide dans la pratique. Au-delà de 10 participants, deux mécaniciens.

### 3. Cours pratique de vélo urbain

- Par groupe de 10, on y apprend les spécificités du vélo comme mode utilitaire et les règles de base pour se familiariser avec la pratique de manière responsable et sécurisée.
- Offert par un animateur (Vélo Québec) sur l'heure du dîner, avec des BIXI : consignes, itinéraire de 30 min et questions se succèdent.

### 4. Midi-Conférence Vélo

- Une heure le midi de conférence sur le vélo, sa pratique en ville, ses bienfaits, ses principes de sécurité, etc. C'est l'occasion pour l'entreprise de faire la promotion du vélo en faisant passer un message de qualité par un organisme reconnu (Vélo-Québec). 30 min de présentation + 30 min de questions.

### 5. Kiosque de sensibilisation au vélo

- Un kiosque d'information dédié au vélo peut être organisé une fois par an afin d'informer les employés sur les meilleurs trajets, sur les équipements cyclistes (vélo, vêtements, accessoires), sur les bénéfices du vélo, sur la sécurité et sur la pratique du vélo en ville.

### 6. Vélo-fête - sensibiliser dans une ambiance festive

- La vélo-fête peut être entièrement personnalisée selon les besoins des organisations. Elle peut être composée des activités ci-dessus en y ajoutant des activités et services ludiques : camions de bouffe, vélos spéciaux (café, beignes, etc), burinage de vélo par le SPVM, etc.

## Outils à utiliser

- Accompagnement dans l'organisation et la coordination des événements
- Registre des participants
- Fiches pour le coaching
- Carte interactive
- Sondage auprès des participants
- Fiches bilan

## Indicateurs de suivi

- Nombre de participants et appréciation.

## Obstacles principaux

- Communication parfois insuffisante, entraînant un faible nombre de participants.
- Manque d'indications pour se rendre à certains événements.
- Intempéries.

## Actions liées dans la boîte à outils

- Fiche B.1 : Mettre des vélos en libre-service à la disposition du personnel
- Fiche B.2 : Mettre à disposition du personnel des services et infrastructures facilitant les déplacements à vélo
- Fiche B.5 : Offrir une indemnité kilométrique vélo-marche
- Fiche E.2 : Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo (ex. organiser en parallèle à l'action un défi, des concours, des journées Vélo, entretiens gratuits de vélo, etc.)
- Fiche F.3 : Allocation au transport durable

## Exemples d'entreprises

- Hydro-Québec, 100 entretiens de vélo par an.
- SDC District Central – Vélo-fête.
- Arrondissement de Saint-Laurent – Vélo-fête.
- Nombreux contrats entre CGD, Vélo Québec et employeurs pendant la saison vélo.

## Subventions et financement

- Pas de subvention ou crédit d'impôt disponible.

## Coûts

- **Entretien mécanique vélo** : 40\$/vélo
- **Cours mécanique vélo** : 35\$/vélo (min. 6 participants, max 14 participants)
- **Cours pratique de vélo urbain** : 380\$/cours (max. 10 participants)
- **Midi-Conférence vélo** : 265\$
- **Kiosque de sensibilisation vélo** : 480\$
- **Organisation d'une vélo-fête** : à partir de 1000\$

**Complexité****Durée d'élaboration****Coût****Impact: Transfert modal****Impact: Satisfaction**

## Principe

- Rendre les premiers et les derniers mètres à pied conviviaux et sécurisés pour favoriser la marche et les liaisons avec les infrastructures de modes alternatifs et les stationnements.
- Mettre les déplacements piétons au centre des investissements en aménagement lors de travaux de réfection (stationnement, accès).

## Étapes de mise en œuvre

1. Évaluation des problématiques en matière de sécurité et d'accessibilité pour les modes de transport actifs.
2. Analyse de la planification de la municipalité en matière d'aménagements.
3. Élaboration d'options d'aménagement spécifique au contexte de l'organisation.
4. Choix des aménagements selon le budget, le contexte et la planification municipale.
5. Mise en place des aménagements (peut se faire en partenariat avec la municipalité).
6. Évaluations des mesures implantées.

## Objectifs

- Augmenter la part modale des déplacements en TC, à pied et à vélo des employés.
- Améliorer la sécurité des piétons et des cyclistes.

## Mesures possibles

- Aménager des sentiers piétonniers ou des pistes cyclables sur le terrain de l'organisation.
- Aménager des mesures d'atténuation de la vitesse des automobilistes dans les stationnements et les voies de desserte.
- Assurer un déneigement adéquat entre les bâtiments et les infrastructures liées à la mobilité durable (par exemple : déneigement entre le terrain de l'organisation et un abribus, s'assurer que le déneigement du stationnement ne vienne pas créer des barrières pour les piétons).
- Verdir les trajets empruntés par les piétons ou cyclistes.
- Améliorer la signalisation des cheminements piétons.

## Facteurs de succès

- Assurer un bon arrimage entre la planification de l'organisation et celle de municipalité afin d'orienter de manière optimale la mise en place future d'infrastructures publiques.
- Créer des aménagements audacieux qui ne nécessiteront aucune modification à court terme ou à moyen terme.
- Dégager rapidement un budget pour l'aménagement et durablement pour l'entretien.

## Obstacles principaux

- Coordination parfois difficile et longue entre les personnes ressources, les gestionnaires immobiliers et les municipalités.
- Représentation auprès des municipalités pour les aménagements sur l'espace public parfois infructueuses, longues ou complexes.
- Peut s'avérer coûteux en cas de gros travaux.

## Exemples d'organisations

- CÉGEP Marie-Victorin, aménagement d'un trottoir.
- UQAC (Université du Québec à Chicoutimi), aménagement du sentier Val-Lomberette.

## Subventions et financement

- Possibilité de prise en charge de l'aménagement sur voie publique par la municipalité.

## Indicateurs de suivi

- Variation de la part modale.
- Sentiment de sécurité des piétons (sondage).
- Statistiques sur les accidents piétons sur la voie publique.
- Part du budget alloué aux aménagements piétons et cyclables sur celui alloué aux infrastructures automobiles.

## Actions mesures liées

Les aménagements piétons ne favorisent pas seulement les modes actifs, ils doivent aussi compléter des stationnements écoresponsables, la desserte en transport collectif et peuvent se mener avec l'appui des municipalités.

- Fiche B.3 : Mettre à disposition des services et infrastructures facilitant les déplacements actifs
- D.1 Appliquer une gestion écoresponsable de ses stationnements
- F.4 Mener des démarches auprès des municipalités, des sociétés de transport en commun et d'autres partenaires en transport pour obtenir des améliorations de services.

## Outils à utiliser

- Accompagnement et conseil dans la représentation auprès des municipalités (réalisation de PPAS-AU).
- Plan d'aménagement (pour des organisations ayant plusieurs bâtiments de type « campus »).
- Outils de planification de la municipalité (PU, SADR, PMAD).
- Sondage auprès des employés pour connaître leurs habitudes de déplacement et les besoins en aménagements piétons.

## Coûts

- Variable selon le type d'aménagement qui peut aller de la simple signalisation à la construction complète d'un cheminement piéton.

**Complexité****Durée d'élaboration****Coût****Impact: Transfert modal****Impact: Satisfaction**

## Principe

- Rembourser une partie ou la totalité des coûts des déplacements domicile-travail et des déplacements professionnels des employés se déplaçant en transport actif (marche et vélo) soit par une indemnité au kilomètre parcouru ou par un montant forfaitaire. C'est l'IKVM, l'**indemnité kilométrique vélo-marche**.
- Permet de récompenser les bons gestes et assurer l'égalité de traitement entre les employés, quel que soit le mode de transport qu'ils utilisent.

## Objectifs

- Valoriser et récompenser les employés se déplaçant en transport actif (cyclistes, marcheurs).
- Encourager plus de déplacements à vélo et sur une plus longue distance (voir les effets du [projet pilote en France](#)).
- Faire la promotion des transports actifs dans le cadre des déplacements quotidiens et de leurs avantages.
- Attirer de nouveaux usagers du vélo et de la marche.
- Encourager l'activité physique
- Favoriser une meilleure productivité au travail et une meilleure santé des employés.
- Afficher une image saine et dynamique comme organisation.

## Étapes de mise en œuvre

1. Évaluation du nombre potentiel de participants (sondage).
2. Détermination du budget alloué à la mesure et des modalités.
3. Planification et organisation des étapes.
4. Communication aux employés et inscription des participants.
5. Lancement avec sensibilisation, information sur la pratique du vélo et accompagnement (coaching, conférences, kiosques).
6. Bilan annuel (nombre de participants, appréciation des participants, effet sur le transfert modal, budget et améliorations).

## Facteurs de succès

- Nomination d'une personne responsable du projet.
- Cyclistes et marcheurs au sein de l'organisation.
- Information et communication auprès des employés des avantages de l'utilisation du vélo et de la marche.
- Présence de voies cyclables à proximité et d'infrastructures piétonnière de qualité.

## Mesures possibles

L'**indemnité kilométrique vélo et marche** (IKVM) désigne la prise en charge par l'employeur de tout ou partie des frais de transport des employés effectuant le trajet entre leur domicile et leur lieu de travail en vélo et/ou lors des déplacements professionnels.

### Fonctionnement suggéré de la mesure :

- Indemnité kilométrique Vélo-Marche (IKVM) à l'année pour les marcheurs et les cyclistes dans le cadre des déplacements domicile-travail et d'affaires.
- Deux fonctionnements sont envisageables (ou autre formule) : forfaitaire mensuel (plafond pour la plupart des entreprises : 50% à 75% de l'équivalent de la carte mensuelle de transport en commun) ou déclaration mensuelle des kilomètres avec remboursement de 0,25\$/km à 0,35\$/km (plus efficace pour le transfert modal que le montant forfaitaire).
- Versement mensuel sur la paie ou autre système (carte cadeau, etc.).
- Déclaration régulière de l'employé et contrôle par l'organisation. Un seul aller-retour domicile-travail par jour travaillé sera accepté.
- Mesure qui doit s'accompagner de sensibilisation et d'information à la pratique de l'activité physique dans le cadre des déplacements afin d'attirer de nouveaux usagers cyclistes et marcheurs (kiosque, défi, information). Un défi pour lancer le programme est tout à fait approprié pour accompagner les employés à faire le pas.

## Obstacles principaux

- Difficulté de contrôle (déclaration de bonne foi).
- Identifier des modalités de remboursement adaptées au contexte de l'organisation.
- Le pass annuel OPUS est engageant et dissuade les utilisateurs à quitter le TC l'été au profit du vélo ou de la marche.

## Subventions et financement

- Pas de subvention ou crédit d'impôt disponible.

## Indicateurs de suivi

- Nombre de participants et appréciation.
- Transfert modal.
- Nombre d'usagers cyclistes et marcheurs.
- Diminution des GES.

## Autres mesures liées

- Fiche B.1 : Mettre des vélos en libre-service à la disposition du personnel
- Fiche B.2 : Mettre à disposition du personnel des services et infrastructures facilitant les déplacements à vélo
- Fiche B.3 : Offrir des formations, des conférences, des entretiens mécaniques vélo et du coaching pour les cyclistes
- Fiche E.2 : Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo (ex. organiser en parallèle à l'action un défi, des concours, des journées Vélo, entretiens gratuits de vélo, etc.)
- Fiche F.3 : Allocation au transport durable

## Outils à utiliser

- Sondage initial et final : modes de transport actifs, potentiel de participation.
- Calculateur des coûts.
- Formulaire de déclaration des kilomètres parcourus ou système automatisé (calendrier en ligne, document Excel, formulaire en ligne, etc.).
- Registre des participants.

## Exemples d'entreprises

- Vélo Québec : 0,34 \$/km à ses employés se déplaçant à vélo dans le cadre de leurs fonctions. Les employés doivent l'inscrire dans leur compte de dépenses.
- Oakley : 5\$/jour aux employés se déplaçant à vélo pour les déplacements dans le cadre de leurs fonctions OU pour les trajets domicile-travail. Le remboursement se fait via la remise de cartes-cadeaux à la fin de la saison vélo, en septembre. Quinze employés sur les 73 se prévalent de cet avantage.
- Coractive Hightech : 5\$/jour.

## Coûts

- **Indemnité kilométrique suggérée** : 0,25\$ à 0,35\$ /kilomètre
- **Exemple** sur une base de 0,25\$/km, une distance moyenne aller-retour des usagers vélo entre leur lieu de résidence et leur lieu de travail de 12 km, et 5 fois par semaine pendant 6 mois : 390\$ / employé



## VOLET C : COVOITURAGE ET AUTOPARTAGE





**Complexité****Durée d'élaboration****Coût****Impact: Transfert modal****Impact: Satisfaction**

## Principe

- Mettre à la disposition des employés une plateforme (Internet et/ou application mobile) facilitant le jumelage entre des conducteurs et des passagers qui souhaitent effectuer du covoiturage pour leurs déplacements domicile-travail.

## Étapes de mise en œuvre

1. Établissement des critères de sélection de la plateforme.
2. Recherche d'information sur les plateformes existantes/rencontre avec les fournisseurs potentiels.
3. Choix de la plateforme à utiliser ou création de sa propre plateforme.
4. Conclusion d'une entente avec le fournisseur si besoin.
5. Suivi de l'implantation de la plateforme.
6. Diffusion de l'information et promotion auprès des employés.
7. Gestion des inscriptions et de la formation de groupes.
8. Soutien aux employés (réponses aux questions).
9. Production d'un bilan de l'utilisation.

## Objectifs

- Faciliter le jumelage des employés et offrir des incitatifs de façon à encourager le covoiturage chez les employés qui se déplacent seuls en voiture.
- Transformer le flux de voitures existant en un réseau de transport participatif.

## Mesures possibles

- Inscrire l'organisation à une plateforme existante (voir section « Références »).
- Créer une plateforme à l'interne (permet de l'adapter à ses besoins).

### Critères à considérer :

- Possibilité de créer des groupes.
- Possibilité de réserver et de payer en ligne, ce qui facilite d'autant plus la transaction.
- Possibilité de générer des rapports d'utilisation pour faciliter le suivi.
- Coûts d'inscription et annuel.

## Plateformes Internet existantes

**Covoiturage\_EXO** : plateforme sur internet du Réseau de transport métropolitain (Montréal). Donne aussi accès à des places privilégiées dans les stationnements incitatifs d'exo. Coût du trajet négocié entre conducteur et passagers, payé lors du déplacement. Possibilité pour l'employeur de s'inscrire pour créer un groupe parmi ses employés. Covoiturage local.

**Covoiturage.ca** : plateforme développée au Québec, possibilité de générer des rapports statistiques. Coût fixe à l'implantation puis tarif annuel selon la taille de l'organisation et les mesures incitatives mises en place. Covoiturage local et interurbain.

**Covik** : plateforme développée au Québec et dédiée au covoiturage en entreprise. Permet de créer et de gérer des groupes, et de gérer au quotidien qui sera conducteur dans chaque groupe. Tarif par utilisateur. Selon le forfait retenu, possibilité de générer des rapports statistiques et d'intégrer la plateforme à l'environnement corporatif. Covoiturage local.

**Netlift** : application mobile développée au Québec. Intégration des horaires de transport en commun pour optimiser les trajets des passagers. Comporte un volet spécifique pour les employeurs. Possibilité de considérer dans le calcul une contribution de l'employeur et de se faire rembourser une partie des frais de stationnement. Intégration prochaine de la gestion des retours garantis à domicile. Génération de rapports statistiques. Covoiturage local.

**OuiHop'** : application mobile de covoiturage urbain instantané, le conducteur inscrit son trajet et les passagers peuvent instantanément s'y intégrer. Une carte en temps-réel indique les trajets des différents conducteurs autour de lui. Interface employeur disponible.

## Exemples d'entreprises

- L'Oréal, centre de distribution.
- Mouvement Desjardins : a mis en ligne un logiciel de jumelage pour faciliter la formation d'équipes de covoitureurs. Des places de stationnement sont également réservées aux covoitureurs et le retour garanti à domicile en cas d'urgence est offert aux 1300 employés inscrits au logiciel.
- Allied-Cité Multimédia.
- Hydro-Québec.

## Indicateurs de suivi

- Nombre de conducteurs et de passagers inscrits sur la plateforme.
- Nombre d'équipes de covoiturage et d'employés covoiturant.
- Émissions de GES évitées.
- Connaissance du programme et satisfaction des usagers.

## Autres mesures liées

- Fiche C.2 : Offrir des incitatifs/actions dédiés au covoiturage
- Fiche D.1 : Appliquer une gestion écoresponsable de ses stationnements
- Fiche D.3 : Mettre en place un programme de déplacements professionnels durables
- Fiche E.1 : Informer et sensibiliser le personnel aux alternatives à l'auto-solo
- Fiche E.2 : Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo
- Fiche F.2 : Offrir le retour garanti à domicile en cas d'urgence
- Fiche F.3 : Offrir une allocation au transport durable

## Facteurs de succès

- Facilité d'utilisation de la plateforme.
- Nombre d'utilisateurs (présence d'une masse critique pour favoriser les jumelages).
- Mesures incitatives.
- Promotion de la mesure pour la faire connaître.
- Proposer le retour garanti.

## Obstacles principaux

- Offre en plateformes trop morcelée, empêchant la rencontre de tout le potentiel covoitureur.
- Plateforme EXO peu promue, peu attrayante.
- Peur du retour non garanti chez les employés.

## Outils à utiliser

- Cartographie des lieux de résidence et des stationnements incitatifs.
- Plateforme en ligne.
- Calculateurs (GES, coûts, ...).

## Coûts

- **Exo** : gratuit
- **Covoiturage.ca** : selon la taille de l'organisation, entre 8 000 \$ et 25 000 \$
- **Covik'** : selon la taille de l'organisation, aucune précision
- **Netlift** : selon la taille de l'organisation, aucune précision
- **OuiHop** : selon la taille de l'organisation



AIRE DE  
STATIONNEMENT  
POUR LE  
COVOITURAGE

COVOITURAGE



Cette aire de stationnement est une gracieuseté du RESTAURANT-MOTEL

### CODE DE CONDUITE

1. L'aire de stationnement vise à encourager les automobilistes à pratiquer le covoiturage. Ces espaces sont réservés exclusivement pour les véhicules de promenade.
2. Le stationnement est disponible 24 h. Le déneigement se fera en fonction des priorités du propriétaire du terrain.
3. Ne pas laisser de déchets ou d'autres objets sur le site.
4. Stationner son véhicule exclusivement à l'intérieur d'un des espaces de stationnement qui sont identifiés à cette fin.
5. Être courtois.

\* Le non-respect de ce code de conduite pourrait engendrer le remorquage du véhicule à vos frais.

\* L'utilisation du stationnement est aux risques et périls des utilisateurs. Nous ne sommes pas responsables des bris, dommages, vols ou du vandalisme pouvant survenir aux véhicules.

Information  
www.creddsagiac.com  
www.aplontransport.com  
Sûreté du Québec 2411

Établissement 401  
Interchange 401  
Sûreté du Québec

Établissement 401  
Interchange 401  
Sûreté du Québec

Établissement 401  
Interchange 401  
Sûreté du Québec

### Complexité



### Durée d'élaboration



### Coût



### Impact: Transfert modal



### Impact: Satisfaction



## Principe

- Mettre en place des mesures d'information ou de promotion et offrir des avantages pour les covoitureurs de manière à inciter les employés qui se déplacent seuls en voiture à opter pour le covoiturage.

## Étapes de mise en œuvre

1. Identifier les mesures susceptibles d'améliorer les taux d'attraction et de rétention des employés au covoiturage, en fonction du budget disponible.
2. Si les mesures retenues comprennent des privilèges pour les covoitureurs, en définir les conditions d'admissibilité et d'application.
3. Mise en place des mesures.
4. Promouvoir les mesures mises en place (via kiosque, dépliant, infolettre, intranet, etc.).
5. Assurer un soutien aux utilisateurs.
6. Faire le bilan des mesures.

## Objectifs

- Encourager le covoiturage chez les employés qui se déplacent seuls en voiture.
- Prioriser les usagers du covoiturage par rapport aux auto-solistes.
- Sensibiliser les covoitureurs potentiels.
- Donner de la visibilité au covoiturage.

## Mesures possibles

- Séances de sensibilisation et d'information sur le covoiturage.
- Réservation de places de stationnement privilégiées pour les covoitureurs.
- Tarif de stationnement réduit pour les covoitureurs.
- Priorisation des covoitureurs lors de l'attribution des places de stationnement.
- Cartes cadeaux, indemnités offertes.

## Détail des mesures possibles

### Places de stationnement réservées aux covoitureurs

- Déterminer le nombre et la localisation des places à réserver.
- Définir les modalités de délivrance des vignettes de covoiturage.
- Définir la procédure de vérification du respect des conditions d'application (gardien ou caméra à la guérite ou engagement écrit des employés si pas de guérite, parfois disponible dans certaines plateformes de covoiturage).
- Signaler les places (pancartes, peinture sur le pavé, etc.).

### Tarif de stationnement réduit

- Établir le tarif réduit.
- Définir les modalités de délivrance des vignettes à tarif réduit.
- Définir la procédure de vérification du respect des conditions d'application (gardien ou caméra à la guérite ou engagement écrit des employés si pas de guérite, parfois disponible dans certaines plateformes de covoiturage).

### Priorité dans l'attribution des places de stationnement (si la demande pour le stationnement dépasse l'offre)

- Intégrer le covoiturage parmi les critères d'attribution des places.

### Séances de sensibilisation et d'information

- Par exemple : activité de réseautage ou conférence sur le covoiturage (FAQ, présentation du programme avec les solutions et incitatifs).
- Informer les employés sur les potentiels existants par exemple avec une carte de localisation des codes postaux.
- Offrir le repas/collation gratuitement.

### Incitatif financier (indemnité, carte cadeau)

- Offrir aux covoitureurs une indemnité ou une carte cadeau, ou le remboursement de pleins d'essence. Peut se faire sous forme de loterie.

## Indicateurs de suivi

- Registre d'utilisation par mesure (nombre de participants).
- Réduction du nombre d'auto-solistes.
- Nombre d'infractions aux conditions d'application.
- Satisfaction des utilisateurs.

## Facteurs de succès

- Promotion des mesures.
- Respect des conditions d'application par les utilisateurs.
- Choisir un ou des incitatifs convaincants.

## Obstacles principaux

- Il peut y avoir des abus de la part des automobilistes qui au final utilisent peu le covoiturage mais bénéficient des incitatifs. Un contrôle est parfois nécessaire mais demande du temps de gestion.

## Autres mesures liées

- Fiche C.1 : Proposer une plateforme facilitant les jumelages pour covoiturer
- Fiche D.1 : Appliquer une gestion écoresponsable de ses stationnements
- Fiche E.2 : Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo
- Fiche F.2 : Offrir le retour garanti à domicile en cas d'urgence

## Outils à utiliser

- Cartographie des lieux de résidence et des stationnements incitatifs.
- Description de chaque mesure et des modalités d'application.
- Compte-rendu des activités.

## Subventions et financement

- Dans certains cas une subvention de la FAQDD est disponible via les CGD.

## Exemples d'entreprises

- Aéroports de Montréal : stationnement réservé et cartes cadeaux.
- L'Oréal : cartes cadeaux.
- Fonds de solidarité des travailleurs québécois (FSTQ).
- Commission de la Construction au Québec (CCQ).

## Coûts

- Cette mesure peut générer des économies de permis de stationnement avec le nombre de places réduit.
- Sensibilisation : voir avec les CGD.
- Incitatif financier : dépend du prix fixé, 100 dollars peuvent suffire.

**Complexité****Durée d'élaboration****Coût****Impact: Transfert modal****Impact: Satisfaction**

## Principe

- Mettre à disposition une ou des voitures en autopartage pour les déplacements professionnels, afin d'éviter que les employés utilisent leur voitures personnelles ou les véhicules de la flotte corporative.

## Étapes de mise en œuvre

1. Identifier les besoins (fréquence, distance, durée estimée d'utilisation, etc.) et les contraintes (budget, espace disponible pour le stationnement si pertinent, etc.).
2. Conclure une entente avec un fournisseur de service pour un abonnement corporatif. Faire de la représentation pour ajouter des véhicules sur le terrain de l'organisme ou à proximité, pour de l'autopartage en station ou en libre-service.
3. Diffuser l'information et promouvoir la mesure auprès des employés (activités comme kiosque, feuillets d'information). L'organisation peut aussi faire la promotion des services d'autopartage auprès des employés sans nécessairement avoir d'abonnement corporatif.
4. Valider les inscriptions et soutenir les employés.

## Objectifs

- Faciliter les déplacements professionnels tout en réduisant les déplacements domicile-travail en voiture personnelle.
- Réduire les besoins de la flotte corporative.
- Réduire les coûts des déplacements professionnels.
- Familiariser le personnel avec l'autopartage.

## Mesures possibles

- Abonnement corporatif à un service d'autopartage existant et inscription des employés.
- Mise à disposition d'espaces de stationnement réservés aux véhicules d'autopartage sur le lieu d'emploi de l'organisation ou à proximité du site (autopartage en boucle ou autopartage en libre-service).
- Diffusion d'information sur les services d'autopartage existants (corporatifs ou individuels).

## Fournisseurs d'autopartage

- **Communauto** [www.communauto.com](http://www.communauto.com)

**En station** : location allant de la demi-heure à la journée ou plus longue durée, avec réservation et retour du véhicule à la même station (en boucle) ; divers forfaits; carburant, entretien et assurances inclus; comptes corporatifs disponibles.

**Libre-service** (service Flex) : sans réservation et déplacement d'un point A à un point B; facturation à la minute, à l'heure ou à la journée ; véhicules électriques ou hybrides; comptes corporatifs disponibles.

- **ShareNow (Car2go)** [www.car2go.com](http://www.car2go.com) )

Voitures en libre-service (sans réservation et déplacement d'un point A à un point B) ; facturation à la minute, à l'heure ou à la journée ; 3 modèles de voitures ; comptes corporatifs disponibles.

## Exemples d'entreprises

- PME Centre-Ouest, avec Car2Go
- Les CGD
- Exeko
- CSDM (en cours de mise en place)

## Subventions et financement

- Pas de subvention ou crédit d'impôt disponible.

## Outils à utiliser

- Calculateurs de comparaison de coûts.
- Fiche d'information sur le service d'autopartage.
- Fiche bilan des activités.
- Trousse entreprise sur le site Communauto.

## Indicateurs de suivi

- Réduction des déplacements professionnels en voiture personnelle.
- Impact sur le budget des déplacements professionnels.
- Part modale de la voiture personnelle dans les déplacements domicile-travail.
- Nombre d'utilisateurs.
- Connaissances de la mesure.
- Satisfaction des utilisateurs.

## Facteurs de succès

- Mise en place, en parallèle, de mesures de mobilité durable pour les déplacements domicile-travail.
- Simplicité du mode de fonctionnement du service.
- Disponibilité des véhicules.
- Promotion du service et soutien aux utilisateurs.

## Obstacles principaux

- En station et plus particulièrement en libre-service, les disponibilités sont parfois limitées si l'offre est restreinte dans certains secteurs.

## Autres mesures liées

- Fiche D.1 : Appliquer une gestion écoresponsable de ses stationnements
- Fiche D.2 : Mettre en place un programme de déplacements professionnels durables
- Fiche E.1 : Informer et sensibiliser le personnel aux alternatives à l'auto-solo
- Fiche E.2 : Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo
- Fiche F.4 : Mener des démarches auprès des municipalités, des sociétés de transport en commun et d'autres partenaires en transport pour obtenir des améliorations de service

## Coûts

- **Communauto** :
- **Abonnement corporatif complet** (station et libre-service) droit d'adhésion de 500\$ remboursable + frais annuels (2 comptes minimum) :
  - Économique Extra : 200 \$ par compte
  - Économique Plus : 100 \$ par compte
  - Économique : 40 \$ par compte
- Frais kilométriques :
  - Économique Extra : 2,35\$/h+24 ¢/km
  - Économique Plus : 2,75\$/h+33¢/km
  - Économique : 3,10\$/h + 41 ¢/km

- **Abonnement libre-service** : pas de frais d'inscription, frais kilométriques : 0,40¢/min ou 12\$/h

[Grille tarifaire Communauto](#)

**ShareNow** : 0,35¢/min, 15\$/h, 69\$/jour (en Smart, 200km max, 5 comptes minimum) [Grille tarifaire ShareNow](#)



## VOLET D : GESTION DU STATIONNEMENT, FLOTTE DE VÉHICULES ET DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS





**Complexité****Durée d'élaboration****Coût****Impact: Transfert modal****Impact: Satisfaction**

## Principe

- Adopter une stratégie sur le stationnement pour assurer une utilisation optimale des cases de stationnement, y intégrer de manière variée les transports durables (pôle de mobilité) et ainsi diminuer la compétitivité de l'auto-solo par rapport aux alternatives.
- Le meilleur incitatif contre l'auto-solisme est la baisse de nombre de stationnements ou son coût élevé (engendre cependant du mécontentement).
- Intégrer des objectifs environnementaux et de santé publique.

## Étapes de mise en œuvre

1. Élaborer une stratégie de stationnement.
2. Effectuer un comptage sur l'utilisation réelle des cases de stationnement.
3. Réaménager le stationnement en le verdissant et en diminuant le nombre de cases (selon le comptage).
4. Tarifier le stationnement et prioriser l'accès aux espaces de stationnement pour les utilisateurs n'ayant pas accès à d'autres modes de transport que l'automobile.
5. Évaluation des mesures.

## Objectifs

- Optimiser l'espace attribué au stationnement.
- Limiter les déplacements en auto-solo pour les individus ayant accès facilement aux alternatives en transport.
- Diminuer la compétitivité de l'auto-solo par rapport aux modes de transport durable.
- Rendre les sites plus conviviaux pour favoriser notamment le transport actif.
- Diminuer les effets des îlots de chaleurs créés par les espaces de stationnements. [Effets des îlots.](#)
- Améliorer l'esthétique et la biodiversité.

## Mesures possibles

- Diminuer les espaces de stationnement.
- Verdir les espaces de stationnement.
- Tarifier les espaces de stationnement et éventuellement y ajouter une taxe mobilité (*fiche F.5*).
- Prioriser l'accès aux espaces de stationnement.
- Mettre en place des voitures en autopartage et des places pour le covoiturage.
- Mettre en place des bornes pour véhicules électriques.

## Facteurs de succès

- Offrir des incitatifs aux autres modes de déplacement pour pallier à la réduction du nombre de cases.
- Prioriser les meilleures cases pour le covoiturage.
- Arrimer la stratégie sur les stationnements avec la réglementation municipale en vigueur pour les rues environnantes (modulation des tarifs).
- Assurer un espace adéquat pour le déneigement et les autres services (collecte des matières résiduelles).
- Aménager le stationnement en fonction des déplacements des piétons et lui donner la priorité.
- Communiquer aux employés les raisons des aménagements et des autres mesures en lien avec la stratégie sur le stationnement.

## Obstacles principaux

- Insatisfaction possible des automobilistes et risque de débordement du stationnement sur la rue.
- L'organisation doit être propriétaire du parking pour pouvoir réaliser l'aménagement ou il faut négocier avec le gestionnaire.
- Les démarches de demandes de subventions peuvent s'avérer longues.
- Le manque de soutien financier dans les projets.
- Absence d'obligation tarifaire pour les propriétaires.
- Manque d'exigence des règles d'urbanisme en matière de stationnement.

## Exemples d'entreprises

- Corporation d'Habitation Jeanne Mance
- Cégep de Sherbrooke, Ville de Drummondville, Cégep St-Laurent, Mouvement Desjardins

## Indicateurs de suivi

- Mesures mises en place : historique, réalisation, bilan.
- Le taux d'achalandage des stationnements.
- Montant généré par la tarification des espaces de stationnement.
- Variation de la part modale.

## Outils à utiliser

- Expertise-conseil du Conseil Régional de l'Environnement et leur démarche [Stationnement Écoresponsable](#). Boîte à outils complète disponible.
- Attestation Écoresponsable du CRE.
- Comptage de l'utilisation des stationnements.
- Registres de gestion de stationnement.

## Subventions et financement

### Conception et verdissement :

- Subvention fédérale **ÉcoAction** (échue en janvier 2019) pour :
  - la réalisation d'un plan concept de l'aire de stationnement (valeur maximale de 7 000 \$)
  - le verdissement et l'augmentation de la biodiversité (fournitures d'arbres, d'arbustes et d'un nichoir à oiseaux)
- Subvention SOVERDI et Alliance Forêt Urbaine : [Infos](#)
- Tarifs préférentiels ILEAU : [Infos](#)

**Vélo** : voir subventions fiche B.2

### Installation de bornes électriques :

- **Subvention fédérale**, peut atteindre jusqu'à 50% du coût total du projet. - [Infos sur RN Canada](#)
  - **Subvention provinciale** dans le cadre du projet **Roulez Vert – Volet Branché au travail** : l'aide financière accordée pour l'acquisition et l'installation de bornes de recharge en milieu de travail est égale à 50 % des dépenses admissibles jusqu'à un maximum de :
    - 5 000 \$ par connecteur (pour une borne munie d'un ou de plusieurs connecteurs) \*
    - 5 000 \$ par borne de recharge sans fil.
- [Infos sur Transition Énergétique Québec](#)

## Autres mesures liées

- B.2 Mettre à la disposition du personnel des services et infrastructures facilitant les déplacements à vélo
- B.4 Mettre en place des aménagements conviviaux pour les piétons
- C.2 Offrir des incitatifs/actions dédiés au covoiturage
- C.3 Adhérer à un service d'autopartage
- E.2 Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo
- F.5 Créer un fonds pour la mobilité durable

## Coûts

- Varie largement en fonction des mesures souhaitées et de la taille du stationnement.
- Lors d'une réfection d'un stationnement le surcoût moyen d'une vision écoresponsable peut varier entre 20 et 30%.

**Complexité****Durée d'élaboration****Coût****Impact: Transfert modal****Impact: Satisfaction**

## Principe

- Renouveler la flotte de véhicules à essence en les remplaçant par des véhicules alternatifs (hybrides branchables, électriques, véhicules de moindre consommation).
- Mettre en place un système de partage efficient de ces véhicules de manière à optimiser l'utilisation de la flotte de véhicules (abandon du principe une voiture = un employé).

## Étapes de mise en œuvre

1. Cibler les déplacements professionnels pouvant se réaliser autrement qu'avec la flotte.
2. Définir et qualifier les besoins de l'organisation en véhicules pour les déplacements professionnels, inter-sites et les livraisons.
3. Choix des types de véhicules et de la plateforme de gestion intelligente des réservations (ou choix d'un partenaire compétent).
4. Demande de subventions (fédéral et national).
5. Intégration dans la politique de déplacements professionnels durable.

## Objectifs

- Tendre vers la diminution de la taille de la flotte.
- Réduire le budget dédié à la flotte de véhicules.
- Assurer une gestion efficace de la flotte (diminution de la taille, optimisation).
- Réduire l'impact de l'émission des GES de la flotte de véhicules.
- Tendre vers la diminution de la taille de la flotte.

## Mesures possibles

- Gestion de la demande d'utilisation : transfert des déplacements professionnels vers d'autres modes alternatifs à la flotte corporative.
- Passer à une flotte plus écologique : diminution de la taille des véhicules (et donc de consommation de carburant), véhicules hybrides et électrification.
- Mutualiser la flotte entre services, directions et entités.
- Former les employés à l'écoconduite.
- Sensibiliser les employés au covoiturage pour les déplacements professionnels
- Ouvrir l'utilisation de la flotte aux citoyens pour les flottes des municipalités.

## Facteurs de succès

- L'outil-logiciel de réservation doit être simple d'utilisation (application mobile, « *userfriendly* », système d'ouverture par badge, etc.).
- La démarche et les processus doivent clairement être définis dans la politique de déplacements professionnels durables.
- Informer les utilisateurs sur les services offerts pour la flotte (applications mobiles de localisation des bornes de recharges électriques).
- Le type de véhicule doit être adapté aux besoins de déplacements (grandes distances, conduite ou livraison en ville, etc.).

## Exemples d'entreprises

Exemples d'organisations :

- Pièces d'autos Simon André
- Ville de Montréal – services municipaux
- Familiprix – Linda Gaudreault (Alma) (achat d'un véhicule électrique pour la livraison).

## Subventions et financement

### Achat/Location de véhicules électriques :

- **Rabais fédéral** sur l'achat d'un véhicule zéro émission (VZE) depuis le 1<sup>er</sup> mai 2019, pouvant aller jusqu'à 5000\$ par véhicule. (10 remises max / an).

[Infos sur Transport Canada](#)

- **Rabais provincial** sur l'achat d'un véhicule zéro émission, pouvant aller jusqu'à 8000\$ par véhicule.

[Infos sur Transition Énergétique Québec](#)

**Installation de bornes électriques :** Voir fiche D.1

## Indicateurs de suivi

- Réduction des GES du bilan carbone de l'organisation.
- Réduction des coûts liés à l'achat d'essence.
- Réduction des coûts de gestion de la flotte.

## Obstacles principaux

- La gestion de la recharge des véhicules électriques est cruciale pour assurer l'opérationnalité de la flotte.
- Les véhicules électriques ne sont pas tous adaptés à certains déplacements (de plus de 200 km ou dans des régions au faible maillage de bornes de rechargement).
- Perte d'autonomie de 10 à 50% des véhicules électriques en hiver.
- Le sentiment d'exclusivité à un véhicule de la part d'un employé ou d'un service est un gros frein. Cela nécessite un changement de culture d'entreprise à faire.

## Autres mesures liées

- C.1 - Proposer une plateforme facilitant les jumelages pour covoiturer
- C.3 - Adhérer à un service d'autopartage
- D.1 - Appliquer une gestion écoresponsable de ses stationnements
- D.3 – Mettre en place un programme de déplacements professionnels durables

## Outils à utiliser

- Expertise de l'AVEQ (association des véhicules électriques du Québec) [Site internet](#)
- Expertise d'IVÉO (pour les municipalités)
- Tableau des [prix d'achats](#)
- Applications de localisation des bornes de recharge publiques *Addénergie*, *PlugShare* et *ChargeHub*, *le Circuit électrique*

## Coûts

- Énergie : Les frais d'un véhicule électrique est 4 à 5 fois moins élevé qu'un véhicule à essence (économie de 570 à 790 \$ par tranche de 10 000 km).
- Entretien et Assurance : Moins d'entretien (pas de vidange, meilleure longévité des freins) et parfois 15 à 20% de rabais sur la prime d'assurance.
- Immatriculation : Pas de frais sur certains ponts payants (A25, A30) et certains traversiers.

[Infos sur Flore-ivi \(Institut du Véhicule Innovant\)](#)

**Complexité****Durée d'élaboration****Coût****Impact: Transfert modal****Impact: Satisfaction**

## Principe

- Mettre en place un programme qui encadre les déplacements professionnels afin de favoriser les modes de transport durables.

## Mesures possibles

- Évitement des déplacements (recours aux outils de télécommunication, réduction de la fréquence des déplacements, etc.).
- Optimisation des déplacements (fréquence, horaire pour compatibilité avec le transport en commun, jumelage de deux déplacements, covoiturage, etc.).
- Priorisation des modes de transport durables (modèle décisionnel).
- Mesures d'efficacité énergétique (location ou achat de véhicules écoénergétiques, formation à l'éco-conduite, déplacements aériens en classe économique, etc.).
- Mise en place de mesures facilitatrices (mise à disposition de titres de transport en commun, de vélos en libre-service, d'une plateforme de covoiturage, etc.).

## Objectifs

- Rationaliser le processus de décision relativement aux déplacements professionnels.
- Rendre les déplacements professionnels plus durables.
- Réduire les émissions de GES.
- Contribuer aux saines habitudes de vie des employés.
- Réduire les coûts associés aux déplacements professionnels.

## Étapes de mise en œuvre

1. Démarrage de la démarche.
2. Établissement du portrait actuel.
3. Définition des objectifs de l'organisation.
4. Définition de cibles (mesurables et réalistes) et d'indicateurs de suivi.
5. Développement ou acquisition des outils de collecte de données si inexistantes (logiciels de gestion, formulaire pour les employés, etc.).
6. Choix et mise en place de mesures facilitatrices.
7. Diffusion et promotion du programme.
8. Soutien aux employés.
9. Suivi et évaluation.
10. Rétroaction.

## Facteurs de succès

- Nomination d'un interlocuteur pour gérer le projet.
- Document support remis aux employés pour expliquer le programme.
- Promotion du programme et de ses objectifs.
- Récompense pour les bons comportements.
- Services et infrastructures de qualité en transport actif.

## Obstacles principaux

- Le remboursement kilométrique des trajets professionnels effectués en véhicules personnels (couramment 0,55\$/km) décourage l'utilisation des modes alternatifs.
- Les déplacements actifs peuvent être mal appréciés par les employés (intempéries, transpiration, etc.) surtout dans le cadre de rencontres ou d'événements.

## Exemples d'entreprises

- Hatch
- Polytechnique
- Arrondissement Hochelaga-Maisonneuve

## Subventions et financement

- Pas de subvention ou de crédit d'impôt disponible.

## Indicateurs de suivi

- Utilisation des outils de communication à distance.
- Nombre de déplacements effectués. Parts modales.
- Distance parcourue par mode. Émissions de GES.
- Coûts.
- Satisfaction des employés.

## Actions mesures liées

- Fiche B.1 Mettre des vélos en libre-service à la disposition du personnel
- Fiche B.2 Mettre à la disposition du personnel des services et infrastructures facilitant les déplacements à vélo
- Fiche B.4 Mettre en place des aménagements conviviaux pour les piétons
- Fiche B.5 Offrir une indemnité kilométrique vélo-marche
- Fiche C.1 Proposer une plateforme facilitant les jumelages pour covoiturer
- Fiche C.2 Offrir des incitatifs dédiés au covoiturage
- Fiche C.3 Adhérer à un service d'autopartage
- Fiche E.1 Informer et sensibiliser le personnel aux alternatives à l'auto-solo

## Outils à utiliser

- Sondage sur les déplacements professionnels.
- Logiciel de gestion des déplacements.
- Formulaire intranet. Calculateur de GES.
- Outils de télé et/ou de visioconférence.

## Coûts

- Voir coûts dans les fiches des mesures liées.



VOLET E : COMMUNICATION ET SENSIBILISATION



OBTENEZ  
**VOTRE  
 HORAIRE**  
 POUR LA SEMAINE







## Complexité



## Durée d'élaboration



## Coût



## Impact: Transfert modal



## Impact: Satisfaction



## Principe

- Mettre en place une série d'actions (campagne de communication) et d'outils afin d'informer, de sensibiliser les employés sur les services, programmes et incitatifs en mobilité durable disponibles au sein de leur organisation.
- Informer et sensibiliser les employés aux avantages de l'utilisation des transports durables et les aider dans leurs choix de mode de transport.

## Objectifs

- Faciliter l'accès à l'information sur les services et programmes ou activités incitatives existants au sein de l'organisation.
- Informer sur les modes de transport durables (horaires, trajets, tarifs, fonctionnement, etc.).
- Faire connaître les transports durables et leurs avantages.

## Étapes de mise en œuvre

1. Nommer un responsable du transport durable qui va organiser régulièrement les campagnes et créer les outils.
2. Définir les objectifs de la campagne de communication interne (cibles recherchées, type de transport promu, etc.).
3. Concevoir et mettre en œuvre les outils de communication (plateforme ou page web, feuillet d'information transport, carte interactive, babillards, affichage, etc.).
4. Organiser un kiosque info-transport sur le lieu de travail.
5. Accompagner les employés en réalisant des plans de transport personnalisés (coaching) en tête à tête avec possibilité de laisser un feuillet d'information transport personnalisé à l'employé.

## Mesures possibles

- Nommer un responsable de la mobilité durable au sein de l'organisation qui puisse informer les employés et déployer les outils.
- Concevoir des outils d'information et de communication sur les modes de transport durable : page Internet regroupant l'ensemble des informations utiles aux modes de transport durable (trajets, mesures en place, avantages, etc), feuillet d'information transport aux nouveaux employés, babillard avec information transport et activités/mesures en place, écran TV avec informations transports (horaires d'autobus), affichage dans les ascenseurs (ou autres lieux pertinents) des informations transports (horaires d'autobus, capsule avec les avantages des transports durables, lieux des supports à vélo, activités transport), développer une trousse mobilité pour les employés (actuels et nouveaux).
- Développer une carte interactive sur Internet regroupant toutes les informations en mobilité durable externes (les lignes de bus, métro, train les voies cyclables, les stations de vélo en libre-service ou d'autopartage, etc.) et internes (supports à vélo, douches, stationnement de covoiturage, etc.). Excellent outil d'information à destination de l'utilisateur.
- Faire découvrir les applications de planification de déplacement comme Transit ou Chrono et accompagner les employés dans leur utilisation.
- Offrir à tous les employés un plan de mobilité personnalisé (coaching) ou du soutien.
- Sensibiliser les cadres sur l'importance de jouer un rôle de modèle en termes de mobilité durable.

## Exemples d'entreprises

- Radio-Canada
- Desjardins
- Allied – Cité Multimédia
- Bell Média
- Aéroports de Montréal, Technoparc Montréal (carte interactive)

## Subventions et financement

- Le **kiosque info-transport** réalisé par les CGD est subventionné par l'ARTM (valeur de 850\$).

## Facteurs de succès

- Nomination d'un interlocuteur pour gérer le projet.
- Accès simple et rapide à l'information par des supports adaptés.
- Promotion du programme et de ses objectifs.
- Soutien aux unités administratives et aux employés.
- Suivi, évaluation, amélioration continue.

## Obstacles principaux

- Pas d'obstacles.

## Autres mesures liées

- E.2 : Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo

## Outils à utiliser

- Sondage sur les habitudes de déplacement des employés.
- Carte de localisation des lieux d'emploi des employés.
- Outils de promotion et d'information (à développer).
- Expertise en cartographie pour la carte interactive.

## Coûts

- Cartographie interactive de l'accessibilité : 1000 à 2000 \$ (mise à jour de 300 à 600 \$).
- Les autres outils d'information et de communication peuvent être réalisés en interne par l'équipe de communication. En externe, le prix peut sensiblement varier selon la qualité souhaitée.

## Indicateurs de suivi

- Nombre et types d'outils développés pour informer et sensibiliser.
- Nombre de plans de transport personnalisés ou de soutien aux employés.

**Complexité****Durée d'élaboration****Coût****Impact: Transfert modal****Impact: Satisfaction**

## Principe

- Organiser des activités afin de créer des opportunités pour que les employés intègrent à leurs habitudes de déplacement les transports durables.

## Objectifs

- Sensibiliser aux avantages de la mobilité durable.
- Faire connaître le transport durable et les faire essayer à un maximum de personnes pour des trajets domicile-travail.
- Faire connaître individuellement les solutions alternatives de déplacement qui s'offrent aux employés.
- Valoriser les bons comportements.

## Mesures possibles

- Créer un comité transport durable qui discute des activités et mesures, et qui fait le lien avec des employés ambassadeurs. Le coordonnateur de mobilité durable anime ce comité.
- Réaliser des activités autour du transport durable : kiosques de lancement de mesure ou d'information transport, conférences, journées vélo ou transport collectif, entretiens mécaniques vélo gratuits, déjeuners de réseautage pour covoitureurs, etc.
- Organiser des défis (Défi sans auto solo, Défi transport actif...)
- Valoriser les bons comportements : créer des concours pour les employés utilisant des modes de transport durable, offrir le café/croissants aux cyclistes, etc.
- Remettre des trousse de transport durable à ceux qui veulent en faire l'essai ou à ceux qui utilisent les modes de transport durable.
- Organiser des essais de transport en commun, de vélo, d'autopartage, etc.
- Jumeler les employés cyclistes au non-cyclistes pour les accompagner dans leur trajet de vélo.
- Identifier des employés comme ambassadeurs de la mobilité durable. Créer un noyau d'employés (ambassadeurs) qui utilisent déjà les transports durables.
- Identifier des semaines/mois thématiques pour les différents modes de transport (par exemple en septembre le covoiturage en avril/mai le vélo, en janvier le transport en commun) et organiser des activités reliées.

## Étapes de mise en œuvre

1. Nommer un coordonnateur de mobilité durable.
2. Former un comité de mobilité durable animé par le coordonnateur.
3. Concevoir les activités en comité.
4. Organiser les activités.
5. Recruter des ambassadeurs transport (idéalement une personne par mode) de transport.

## Obstacles principaux

- Financement des actions par les entreprises.
- Temps d'organisation et de suivi dans l'entreprise.
- Motivation du comité.

## Exemples d'entreprises

- FSTQ (Parking Cash-out)
- Transat (Défi sans auto)
- Université de Montréal – club cycliste et mon campus à vélo

## Subventions et financement

- Pas de subventions disponibles actuellement. Un programme nommé « Le Transport collectif, je l'essaie » existait jusqu'en 2012.

## Coûts

- Kiosque transport durable : 850\$/kiosque de 2h avec 2 animateurs
- Activités vélo : voir fiche B.3

## Indicateurs de suivi

- Satisfaction des participants.
- Nombre de participants.
- Coûts des activités.
- Variation de la part modale.
- Nombre d'événements.

## Facteurs de succès

- Nomination d'un interlocuteur pour gérer le projet (coordonnateur).
- Adhésion de la direction.
- Participation du comité de travail.
- Participation active des ambassadeurs.
- Rendre ludiques les différentes activités.
- Adapter les activités au contexte de l'organisation et aux besoins réels des employés.
- S'assurer de la participation du personnel-cadre lors des événements et des concours.
- Suivi, évaluation, amélioration continue.

## Autres considérations

- Assurer une variété d'événements tout au long de l'année et se doter d'un plan de communication au besoin.
- Déterminer un budget et trouver des commanditaires pour les prix de participation ou des activités.
- La participation à des concours ou à des événements permet de créer un sentiment d'appartenance à l'organisation.
- Les ambassadeurs et les coaching vélo permettent de développer des nouvelles relations entre les employés.

## Autres actions liées

- Fiches A.1 et A.2 : Transport collectif
- Fiches B.1, B.3 et B.5 : Transport actif
- Fiches C.1 et C.2 : Covoiturage
- Fiche E.1: Informer et sensibiliser le personnel aux alternatives à l'auto-solo
- Fiche F.2 : Offrir le retour garanti à domicile en cas d'urgence
- Fiche F.3 : Offrir une allocation au transport durable

## Outils à utiliser

- Kiosques transport et autres activités.
- Défi sans auto-solo ([www.defisansauto.com](http://www.defisansauto.com)) organisé par les CGD chaque année en septembre (gratuit).
- Utiliser les outils et plateformes des activités clés en main : mois du vélo de Vélo-Québec en mai ([www.moisduvelo.quebec](http://www.moisduvelo.quebec)), plateforme de promotion du vélo de Vélo-Québec ([www.lovetoride.net/quebec](http://www.lovetoride.net/quebec)), Parking Day, etc.



# VOLET F : ACTIONS TRANSVERSALES





**Complexité****Durée d'élaboration****Coût****Impact: Transfert modal****Impact: Satisfaction**

## Principe

- Mettre en place du **télétravail** lorsque possible et de façon occasionnelle pour les types d'emploi qui le permettent.
- Adapter les heures de travail pour moins subir la congestion, ou pour pouvoir prendre le transport en commun (s'arrimer avec les heures de passage des bus par exemple).
- Comptabiliser le travail dans le train ou les transports en commun comme temps de travail.

## Étapes de mise en œuvre

1. Déterminer les mesures possibles et les types d'emploi et de profil compatibles.
2. Concevoir la politique, les procédures et la mise en œuvre.
3. Trouver les outils informatiques pour les communications en cas de télétravail.
4. Promotion auprès des employés.
5. Suivi et bilan.

## Objectifs

- Limiter le nombre de déplacements des employés causant fatigue et stress en autorisant le télétravail régulier ou occasionnel.
- Permettre de limiter les besoins en stationnement et en espace de travail (lorsqu'il en manque).
- Faciliter la rétention et le recrutement des employés.
- Faciliter l'usage des modes de transport durables en adaptant les horaires.
- Améliorer la conciliation travail-famille.
- Améliorer la productivité.
- Offrir de la flexibilité aux employés.

## Mesures possibles

- Horaire flexible.
- Former différents quarts de travail à des heures différentes pour les adapter aux réseaux et horaires de transport en commun.
- Permettre le télétravail.
- Compter le temps de transport dans les transports en commun comme temps travaillé.

## Facteurs de succès

- Nomination d'un interlocuteur pour gérer le projet (coordonnateur) : suivi, évaluation, amélioration continue.
- Rédaction d'une politique claire et de procédures simples.
- Bien définir les responsabilités de l'employeur et de l'employé (entente individuelle).
- Développer de nouveaux modes de gestion pour l'évaluation et la performance.
- Intranet et accès au réseau performants.
- Sélection adéquate des profils d'employés autorisés à télétravailler (auto-motivation, autonomie, confiance,..).
- Promotion du programme pour le faire connaître auprès des employés.

## Obstacles principaux

- Adaptation de certaines pratiques de gestion.
- Nécessité d'opérer un changement de culture de la part des employeurs.
- Enjeux de confidentialité des données.
- Enjeux d'assurance pour l'équipement de travail.
- Risque d'isolement et perte de lien au travail.

## Exemples d'entreprises

- Plusieurs ministères/organisations du Québec
- L'Oréal
- UQAM
- Bonjour-Santé

## Subventions et financement

- Pas de subvention ni de crédit d'impôt disponible.

## Indicateurs de suivi

- Nombre de participants
- Productivité
- Indice de rétention du personnel (roulement)

## Autres mesures liées

- E.1 Informer et sensibiliser le personnel aux alternatives à l'auto-solo

## Outils à utiliser

- Outils informatiques pour le travail à distance (VPN, visioconférence, etc.).
- Guide d'implantation du télétravail en entreprise rédigé par TECHNOCompétences.
- Modèles de politique de télétravail.
- Outils de promotion et d'information sur les mesures.

## Coûts

- Les coûts découlent directement de l'exercice du télétravail, notamment le coût des matériels, logiciels, abonnements, communications et outils ainsi que de la maintenance de ceux-ci.
- Le télétravail entraîne des économies de surface de location immobilière.

**Complexité****Durée d'élaboration****Coût****Impact: Transfert modal****Impact: Satisfaction**

## Principe

- Permettre aux utilisateurs des transports collectifs (transport en commun et covoiturage) et actifs (vélo, marche, etc.) de retourner à leur domicile en cas d'imprévu (ex. heures supplémentaires, covoiturage indisponible pour le retour, arrêt des opérations du réseau de transport en commun, urgence familiale, maladie, roue de vélo à plat, météo...).
- Retour possible en taxi ou en transport en commun (si transports actifs).
- Autoriser ce retour pour tous les modes de transport alternatif à la voiture.

## Étapes de mise en œuvre

1. Établir la procédure pour rembourser les frais de taxi ou de transport en commun (montant maximum par course en taxi et nombre de fois par année).
2. Cibler les remboursements admissibles et non admissibles (covoitureur défaillant, urgence familiale...).
3. Informer les différents services de l'organisation qui auront à traiter ces demandes.
4. Communiquer aux employés de la mesure en place et intégration dans les documents de RH.

## Objectifs

- Inciter à l'usage des transports actifs et collectifs.
- Rassurer les usagers du transport en commun et du covoiturage sur leurs possibilités de retour au domicile en cas d'imprévu ou d'urgence (maladie, temps supplémentaire, urgence familiale, problème de covoitureur-conducteur, météo lorsque transport actif...).

## Mesures possibles

- Achat de coupons de taxi.
- Remboursement des courses de taxi sur demande.
- Achat de titres de transport en commun.
- Remboursement des passages en transport en commun.

### Notes :

- Ces mesures sont généralement peu utilisées par les employés puisque dépend d'une urgence mais permet de rassurer les utilisateurs des transports alternatifs à la voiture.
- Apporte un sentiment de sécurité et plus de flexibilité à l'utilisation des transports durables.

## Facteurs de succès

- Modalités simples et démarche de remboursement simple d'utilisation.
- Établir des ententes avec les compagnies de taxi ou la société de transport.
- Promotion du programme pour le faire connaître auprès des employés
- Système de communication interne.

## Obstacles principaux

- Éventuels abus possibles, donc bien clarifier dès le départ les conditions d'utilisation (cas très rare)

## Exemples d'entreprises

- Mouvement Desjardins
- Hydro-Québec (*60 \$ de frais de taxi par course, 3 courses maximum par an par employé*)
- Air Transat - Transat

## Subventions et financement

- Pas de subventions ni crédits d'impôts disponibles.

## Indicateurs de suivi

- Nombre de participants par mode de transport.
- Nombre de retours effectués durant l'année.
- L'argent investi dans la mesure.

## Autres mesures liées

- A.1 Accorder au personnel des rabais pour le transport collectif
- B.2 Mettre à la disposition du personnel des services et infrastructures facilitant les déplacements à vélo
- B.3 Offrir des formations, des ateliers mécaniques et du coaching pour les cyclistes
- C.1 Proposer une plateforme facilitant les jumelages pour covoiturer
- Fiche E.1 : Informer et sensibiliser le personnel aux alternatives à l'auto-solo
- Fiche E.2 : Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo

## Outils à utiliser

- Sondage sur l'utilisation et la satisfaction du service.
- Calculateur des coûts.

## Coûts

- Pour trois retours garantis à domicile par an par employé : 150\$ maximum si plafond de 50\$.

En réalité, le coût global de cette action peut être très faible car elle sert surtout à rassurer les employés, sans que ceux-ci ne l'utilisent forcément.



## Principe

- Offrir une allocation journalière, hebdomadaire, mensuelle ou annuelle aux employés qui utilisent les transports actifs et collectifs dans leurs déplacements domicile-travail pour influencer positivement le choix du mode de déplacement.
- Permet à l'employeur qui subventionne le stationnement d'être plus équitable envers les utilisateurs des autres modes de transport.

## Étapes de mise en œuvre

1. Identifier une personne à l'interne responsable du suivi de l'allocation (personne des ressources humaines préférable).
2. Choisir les catégories de transport actif concernées par l'allocation.
3. Déterminer le montant accordé, les catégories d'employés concernées et le budget estimé.
4. Envoyer l'information aux employés pour faire connaître l'allocation.
5. Bilan annuel et recommandations.

## Objectifs

- Récompenser les employés qui utilisent les transports durables.
- Attirer de nouveaux usagers aux transports durables.
- Offrir une grande flexibilité dans les choix alternatifs aux employés.

## Mesures possibles

- Allocation au transport durable périodique pour les utilisateurs des transports alternatifs à la voiture.
- Autres alternatives possibles : Coupons rabais, journées de congé, etc.
- C'est l'alternative à l'IKVM (*fiche B.5*) plus simple à gérer pour les déplacements domicile-travail.

## Facteurs de succès

- Choisir un montant d'allocation assez suffisant pour convaincre les employés d'utiliser un mode alternatif.
- À intégrer dans une équipe utilisant majoritairement les transports durables.
- Bien adapter le mode d'allocation au contexte de l'organisation (sur paie toutes les deux semaines, carte cadeau, jour de congé, etc.).
- Bien arrimer le montant de l'allocation avec le montant du rabais du transport collectif pour assurer l'équité entre transport collectif et actif.

## Obstacles principaux

- Difficulté de contrôle (déclaration de bonne foi).
- Cette indemnité est un avantage imposable si l'allocation est versée sur la paie.
- Peut engendrer du temps de gestion pour les grosses organisations avec de nombreux employés.
- Complexité de fixer le seuil d'admissibilité à l'allocation.
- Mesure peu méritocratique entre utilisateurs : un utilisateur faisant 20 km à vélo par jour aura le même montant qu'un utilisateur faisant 2 km.

## Exemples dans d'autres entreprises

- CGD Métropolitains (85\$ par mois)
- Oakley (5\$ par jour)
- Outdoor Gear Canada (25\$ par mois)
- DESTL (une demi journée de congés par saison de vélo)
- Centre culture et environnement Frédéric Back à Québec (500\$ par an)

## Indicateurs de suivi

- Nombre de participants.
- Taux d'occupation du stationnement.
- Part modale des transports durables.

## Autres mesures liées

- **Fiche B.5 Offrir une indemnité kilométrique vélo-marche**
- Fiche D.3 : Mettre en place une politique de déplacements professionnels durables
- Fiche E.1 : Informer et sensibiliser le personnel aux alternatives à l'auto-solo
- Fiche E.2 : Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo

## Outils à utiliser

- Expertise-conseil en matière d'IKVM.
- Analyse des lieux de résidence des employés.
- Sondage sur les habitudes de transport.
- Calculeur des coûts.

## Subventions et financement

- Pas de subventions ni crédits d'impôts disponibles.

## Coûts

- Un montant d'allocation suffisant peut se situer entre 300 et 400 \$ à l'année.
- Au maximum, il est recommandé de fixer le montant à hauteur du tarif de base de l'abonnement en transport collectif. À Montréal, c'est 1038 \$ à l'année.

Mener des démarches auprès des municipalités, des sociétés de transport en commun et d'autres partenaires en transport pour obtenir des améliorations de services et d'infrastructures

### Complexité



### Durée d'élaboration



### Coût



### Impact: Transfert modal



### Impact: Satisfaction



## Principe

- Mener des démarches auprès des municipalités, des sociétés de transport en commun et d'autres partenaires en transport pour obtenir des améliorations de service et d'infrastructure, et ainsi adapter l'offre à la demande des employés.
- Mettre en place un processus de consultation des employés et de développer des orientations à partager à la municipalité et à la société de transport en commun.

## Étapes de mise en œuvre

1. Créer un comité mobilité durable au sein de l'organisation.
2. Consulter les employés sur leurs habitudes et sur leurs besoins en matière de transport.
3. Analyser les besoins et définir les lacunes.
4. Rencontrer les organisations locales (ville, arrondissement, société de transport, partenaires de transport) pour leur faire part des besoins de l'organisation.
5. Assurer le suivi avec les différents partenaires.
6. Faire le bilan de la démarche.

## Objectifs

- Assurer une corrélation entre les besoins des employés et la planification des transports à l'échelle locale et régionale.

## Mesures possibles

- Créer un comité mobilité durable ayant pour but de faire des représentations auprès des instances municipales, des sociétés de transport et des organismes de transport locaux, afin d'obtenir des améliorations en termes d'infrastructures (abribus, bancs, voies cyclables, trottoirs, sentiers piétons...), d'horaires de bus adaptées, de bornes de vélos en libre-service ou d'autopartage, etc.

### Note :

- Viser tous les modes de transport au besoin dans la représentation auprès des organismes locaux : transport en commun, vélo, marche, autopartage.
- Le fait de consulter les employés sur leurs besoins en transport peut avoir un effet positif sur leur satisfaction envers l'organisation.
- Les améliorations provenant de ces démarches auront des effets positifs sur les services offerts à l'ensemble des utilisateurs des transports durables.

## Facteurs de succès

- Assurer un bon lien entre l'organisation et les acteurs locaux de transport.
- Prendre en compte l'ensemble des besoins des utilisateurs.
- Arrimer les demandes de l'organisation avec les planifications d'actions et les aménagements prévus par les acteurs locaux.

## Obstacles principaux

- Coordination parfois difficile et longue entre les personnes ressources, les gestionnaires immobiliers, les municipalités et les organismes de transport.
- Représentation auprès des municipalités pour les aménagements sur l'espace public parfois infructueuses, longues ou complexes.
- Peut s'avérer coûteux en cas de gros travaux.

## Exemples dans d'autres entreprises

- Ericsson : création d'un arrêt de bus et d'un passage piéton
- Sandoz (ajout abribus)
- L'Oréal
- Pages Jaunes (Immeuble le Nordelec)
- Tornatech

## Subventions et financement

- Sociétés de transport : pris en charge
- Municipalités : pris en charge
- Communauto (création d'une station) : pris en charge mais demande de compensation en cas de non-rentabilité

## Indicateurs de suivi

- Investissement et améliorations faites par la ville, les sociétés de transport à proximité du lieu de travail.
- Concordance entre les actions et les aménagements des demandes de l'organisation.
- Variation de la part modale.

## Autres mesures liées

- Fiche B.4 - Mettre en place des aménagements conviviaux pour les piétons
- Fiche C.3 - Adhérer à un service d'autopartage
- Fiche E.2 - Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo

## Outils à utiliser

- Expertise-conseil en matière de représentation auprès de ses partenaires en transport (via offre de services).
- Faire un questionnaire sur les habitudes et les besoins des employés en matière de mobilité durable pour récolter les besoins des employés.
- Analyse des lieux de résidence à fournir aux sociétés de transport pour ajuster leur offre si possible.
- Consulter les différents documents de planification (PU, SADR, PMAD) de la municipalité.

## Coûts

- Les principaux coûts sont liés aux mandats de représentation signés avec les CGD.
- En général, de 30 à 40 heures peuvent suffire pour un cas classique (représentation pour améliorer l'offre de transport collectif).
- Estimation : 2 500 \$ à 3 500 \$.

**Complexité****Durée d'élaboration****Coût****Impact: Transfert modal****Impact: Satisfaction**

## Principe

- Créer un fonds dédié aux actions pour les modes alternatifs financé principalement par les autosolistes via les vignettes de stationnement et les contraventions.
- Permet de récolter efficacement de l'argent ainsi que de rendre le stationnement moins attractif financièrement.
- Combiner le fonds avec des incitatifs des modes alternatifs pour consolider les transferts modaux.

## Étapes de mise en œuvre

1. Mettre en place un comité mobilité durable interne incluant des membres de l'administration, du personnel régulier et des utilisateurs.
2. Identifier une personne à l'interne responsable du suivi du comité.
3. Cibler les besoins pour encourager l'usage des transports durables et prioriser.
4. Choisir les mesures à mettre en place.
5. Déterminer un budget alloué aux mesures.
6. Envoyer l'information aux employés pour faire connaître les mesures.
7. Suivi des fonds amassés et dépensés et bilan annuel.

## Objectifs

- Inciter l'utilisation des modes de déplacements alternatifs à la voiture en solo.
- Permettre l'élaboration d'actions en faveur de la mobilité durable.
- Rendre les transports alternatifs plus compétitifs à l'auto-solo.

## Mesures possibles

- Créer un fond collectif pour la mobilité durable financé par la vente de vignettes de stationnement.
- Garder l'argent amassé par les contraventions émises aux contrevenants dans les stationnements.
- Augmenter le prix du stationnement et d'utiliser ces fonds pour financer le fond (la vignette ou le prix pour le public).
- Encourager les partenariats avec des organisations locales et régionales pour obtenir des rabais.
- Organiser des campagnes de financement : vente de vieux vélos remis à neuf, par exemple.
- Utiliser des frais du stationnement sécurisé à vélo.

**Note :**

- Les mesures qui découlent de cette initiative de la part de l'employeur auront un impact majeur sur le transfert modal des employés pour leurs déplacements domicile-travail.

## Facteurs de succès

- Planifier à l'avance le développement des infrastructures et les actions financées par le fonds créé.
- Prévoir une bonne communication et une promotion du fonds pour assurer son succès et son acceptabilité de la part des usagers.
- Intégrer des objectifs de développement durable à la démarche.
- Définir clairement la politique et le fonctionnement du fonds dans le règlement du stationnement.
- Amasser des sommes suffisantes pour développer des projets structurants et pour vraiment baisser la compétitivité du prix du stationnement.
- Réinvestir l'argent récolté dans des infrastructures est mieux apprécié et plus facilement accepté (douches, vestiaires, stationnement vélo, etc).

## Obstacles principaux

- Les autosolistes peuvent devenir mécontents de la hausse du prix de leur vignette.
- Étant donné le caractère innovant et singulier de la démarche, convaincre la direction peut prendre du temps et un bon argumentaire.

## Exemples dans d'autres entreprises

- CEGEP de Drummondville : taxe verte sur le prix de la vignette

## Indicateurs de suivi

- Changement de part modale.
- Argent investi dans chaque mesure.
- Taux d'occupation du stationnement.
- Pourcentage de réduction des GES

## Autres mesures liées

- Cette mesure est liée à toutes les autres car elle peut toutes les financer, et surtout elle devient très efficace quand elle est combinée à des incitatifs sur des modes alternatifs (rabais TC par exemple). En effet, les autosolistes reconsidèrent leurs habitudes de déplacement à cause du prix de la vignette et ils changeront plus facilement grâce à un incitatif.
- En priorité cependant, le fonds devrait financer les infrastructures pour les modes actifs :
- B.2 Mettre à la disposition du personnel des services et infrastructures facilitant les déplacements à vélo
- B.4 Mettre en place des aménagements conviviaux pour les piétons

## Outils à utiliser

- Expertise-conseil pour le conseil et l'élaboration du fonds (choix du coût, rédaction du règlement, etc.).

## Subventions et financement

- Une taxe de 15 % à 20 % supplémentaire sur la vignette de stationnement peut permettre d'encaisser des sommes intéressantes.
- Pour 15 dollars de plus sur une vignette et 1 000 vignettes vendues on arrive donc à 15 000 dollars.

## Coûts

- La mise en place de ce fonds de mobilité durable n'entraîne aucun coût mis à part la facturation des heures en cas de soutien d'un cabinet d'expertise-conseil.



# FICHES-EXEMPLES D'EMPLOYEURS

# Présentation des fiches exemples d'actions

Les fiches exemples ont pour objectif d'illustrer les bonnes pratiques en mobilité durable en présentant des actions réalisées par des organisations, des entreprises ou des institutions. Afin de mieux comprendre les enjeux de chaque mesure, elles présentent les mesures de manière détaillée et objective tout en prenant en compte le contexte général.

Ces exemples sont issus de l'expertise-conseil et de l'accompagnement réalisés depuis des années par les CGD métropolitains. Ils ont été choisis pour leur pertinence et grâce à la volonté de partage des bonnes pratiques de la part des organisations.

Ces fiches recueillent autant les bons coups que les moins bons, pour mieux comprendre les conditions du succès.

Elles sont classées par volet thématique :

	Volet A : Transport collectif
 	Volet B : Transport actif
	Volet C : Covoiturage et autopartage
  	Volet D : Gestion du stationnement, de la flotte de véhicules et des déplacements professionnels
   	Volet E : Communication et sensibilisation
	Volet F : Actions transversales

## Composantes des fiches exemples

- Identité de l'entreprise et du lieu d'emploi (secteur d'activité, nombre d'employés, horaires, etc.)
- Accessibilité du lieu d'emploi (score vélo, stationnements, etc.)
- Description sommaire de l'action
- Les bénéfices recherchés et groupes visés
- Les enjeux et défis particuliers
- Les parts modales avant la mesure (si données disponibles)
- La stratégie de communication adoptée pour faire connaître la mesure
- Les coûts, la stratégie et les subventions (si données disponibles)
- Les résultats (nombre de bénéficiaires ou taux d'utilisation, transfert modal si disponible, etc.)
- Les outils et ressources utilisés
- Les obstacles rencontrés et les solutions apportées (si données disponibles)

# Liste des fiches-exemples d'actions

Volets	Fiches	Entreprise Institution	page
<b>A : Transport collectif</b>	A.1 Accorder au personnel des rabais pour le transport collectif	Mouvement Desjardins	80
	A.1 Accorder au personnel des rabais pour le transport collectif	Ville de Montréal	82
	A.2 Offrir au personnel l'essai du transport collectif	Le transport collectif, je l'essaie	84
<b>B : Transport actif</b>	B.1 Mettre des vélos en libre-service à la disposition du personnel	Arrondissement Saint-Laurent	86
	B.2 Mettre à la disposition du personnel des services et infrastructures facilitant les déplacements à vélo	Mouvement Desjardins	88
	B.3 Offrir des formations, des ateliers mécaniques et du coaching pour les cyclistes	Hydro-Québec	90
	B.3 Offrir des formations, des ateliers mécaniques et du coaching pour les cyclistes	SDC District central	92
	B.4 Mettre en place des aménagements conviviaux pour les piétons	CEGEP Marie-Victorin	94
	B.5 Offrir une indemnité kilométrique vélo-marche	PME Centre-Ouest	96
<b>E : Communication et sensibilisation</b>	E.2 Mobiliser le personnel à l'essai et à l'usage des alternatives à l'auto-solo	Transat (DSA)	98
<b>F : Actions transversales</b>	F.1 Adapter les heures de travail du personnel et permettre le télétravail	Bonjour Santé – Tootelo	100
	F.3 Offrir une allocation au transport durable	Les CGD Métropolitains	102
	F.5 Créer un fonds pour la mobilité durable	CEGEP Drummondville	104

# Légende des fiches

## Fiche d'identité de l'entreprise

- **Milieu** : nature du secteur d'implantation : *centre-ville / mixte / industriel / dominante résidentielle / autre (préciser)*.
- **Engagement en DD** : caractérise si l'organisation mène une politique de développement durable plus générale.
- **Engagement en RSE** : caractérise si l'organisation mène une politique de responsabilité sociétale.
- **Accessibilité du lieu** : détermine le niveau d'accessibilité du ou des lieu(x) d'emploi(s) en termes de marche à pied, vélo et transport collectif. Les cotes sont issues du site [walkscore.com](https://www.walkscore.com) et prennent en compte différents critères et vont de 0 à 100. Bien qu'éprouvés, ces scores peuvent parfois ne pas refléter des caractéristiques singulières de certains lieux.

- **Score marche** :

0-24 : presque tous les trajets nécessitent la voiture.

25-49 : la plupart des trajets nécessitent la voiture.

50-69 : certains trajets peuvent être effectués à pied.

70-89 : la plupart des trajets peuvent être accomplis à pied.

90-100 : les trajets ne nécessitent pas de voiture.



Ce score analyse le potentiel piétonnier des adresses en calculant les distances aux commodités de plusieurs catégories, en analysant la densité de population, et des mesures propres aux routes telles que la densité des intersections. <https://www.walkscore.com/methodology.shtml>

- **Score vélo** :

0-49 : infrastructures de vélo minimales.

50-69 : certaines infrastructures de vélo.

70-89 : le vélo est pratique pour la plupart des trajets.

90-100 : tous les trajets quotidiens peuvent être accomplis en vélo.



Ce score analyse si une adresse est propice au vélo. Il est calculé en mesurant les infrastructures comme les pistes et bandes cyclables, le dénivelé, les destinations, la connectivité routière, et le nombre de cyclistes alentours. <https://www.walkscore.com/bike-score-methodology.shtml>

- **Score transport collectif (si disponible)** :

0-24 : service minimal, il est possible de monter dans un bus.

25-49 : service correct, quelques options de transport collectif à proximité.

50-69 : bon service, nombreuses options de transport collectif à proximité.

70-89 : excellent service, le transport collectif est à proximité pour la plupart des trajets.

90-100 : service optimal, le transport collectif structurant (métro, train) est à proximité pour la plupart des trajets.



Ce score analyse le niveau de services en transport collectif du ou des lieu(x) d'emploi(s). Il est basé sur les données standards des agences de transport, comme les itinéraires, la fréquence, la distance des arrêts, et combine le score selon la qualité des lignes. En cours de développement, il n'est disponible que pour quelques adresses. <https://www.walkscore.com/transit-score-methodology.shtml>

# Légende des fiches

## Fiche d'identité de l'entreprise - suite

- **Distance station de métro la plus proche** : Temps de parcours en minutes à pied jusqu'à la station de métro la plus proche. Les noms de la station et de la ligne sont indiqués. Si aucune station de métro est à moins de 20 minutes à pied, la distance est indiquée pour l'arrêt de bus le plus proche d'une ligne majeure de bus reliant au métro.
- **Nombre de stationnements** : nombre de stationnements privés sur le lieu d'emploi, réservés ou appartenant à l'entreprise. Les stationnements publics ne sont pas pris en compte. Si payant, le prix est indiqué (selon données disponibles).
- **Ratio par employé** : nombre d'employés pour une place. Exemple pour un lieu comptant 500 employés et 100 places : 1 place / 5 employés. Ce ratio permet d'avoir une idée sur la contrainte de stationnement pour les employés car le stationnement est le plus gros incitatif pour prendre sa voiture.
- **Secteur d'activité** : la nomenclature IC.GC.CA est utilisée pour classer le secteur d'activité de l'entreprise. <https://www.ic.gc.ca/app/scr/app/cis/search-recherche?lang=fra>
- **Nombre d'emplois** : nombre d'emplois sur le ou les lieu(x) d'emploi(s).
- **Horaires de travail** : caractérise les types d'horaires de travail présents au lieu de travail, il peut y en avoir plusieurs. Choix possibles : *normaux (jour), irréguliers, postes du soir, postes de nuit, autres (préciser)*.
- **Proportions de types d'horaire** : indique globalement la proportion des employés selon les types d'horaire de travail (si données disponibles).

## Description

- **Résumé** : résumé de l'action mise en place par l'organisation, avec un rapide contexte et des détails s'il y a des spécificités qu'il faut savoir.
- **Année de lancement** : année où la mesure a été disponible pour les employés. Ce n'est pas l'année de lancement de la réflexion ou de la mise en place.
- **Poste de la personne ressource** : définit le poste de la personne porteuse du projet au sein de l'organisation. Choix possibles : *ressources humaines, immobilier, environnement/développement durable, autre (préciser)*.
- **Type d'action** :
  - **projet-pilote** : mesure préliminaire menée à petite échelle afin de déterminer la faisabilité, le coût et l'efficacité avant de déployer la mesure à plus grande échelle.
  - **classique** : mesure classique.
  - **action d'un plan d'actions (PGD)** : action issue d'un plan d'actions du plan de gestion des déplacements réalisé par un CGD métropolitain, avec en général un accompagnement dans la promotion et la mise en place.
- **Durée d'élaboration** : temps estimé pour mettre en place la mesure (comprend les études, la coordination, etc.).
- **Réaction des employés à la mesure** : détermine l'accueil réservé par les employés quand ils ont appris la mesure. Choix possibles : *Très satisfaits, satisfaits, peu satisfaits, très peu satisfaits* (si donnée disponible).

# Légende des fiches

## Bénéfices recherchés et groupes visés

- **Bénéfices principaux recherchés** : Décrit les besoins qui ont motivé la mise en place de la mesure par l'organisation. Exemples : ressources humaines avec meilleure rétention/recrutement, amélioration de l'image corporative, accessibilité du site, amélioration de la santé et du bien-être des employés, démarche intégrée dans une politique de développement durable, optimisation du stationnement, amélioration des parts modales alternatives à l'automobile, obtention de points pour des certifications (*préciser*), etc.
- **Groupes visés** : Décrit les types d'employés ou publics que la mesure cible. Choix possibles : *employés, visiteurs, étudiants, autres* (*préciser*). Pour les cas spécifiques, il sont précisés dans la catégorie autres.

## Enjeux et défis particuliers

- **Description** : si l'organisation est confrontée à un enjeu ou défi singulier qui sort de l'ordinaire et des bénéfices recherchés, ceux-ci sont décrits ici pour mieux comprendre le contexte. Exemples : grosse diminution du nombre de stationnement, déménagement, fusion de services dans un seul lieu d'emploi, adoption d'une politique de développement durable ou de responsabilité sociétale ambitieuse, etc.

## Parts modales avant intervention

- **Tableau des parts modales** : ce tableau présente les différentes parts modales des employés pour le trajet domicile-travail, en été et en hiver. Les données sont issues des sondages réalisés par les CGD dans le cadre du diagnostic du Plan de gestion des déplacements et le mode est celui utilisé principalement. La question posée est la suivante : « Quel mode de transport utilisez-vous principalement pour vos déplacements entre le domicile et le lieu de travail ? Indiquez le mode de transport le plus important dans votre chaîne de déplacement et que vous utilisez le plus souvent pour vous rendre au travail. » (selon données disponibles).

## Stratégie de communication

- **Moyens mis en place** : décrit l'ampleur de la stratégie de communication. Choix possibles : *Importants, normaux, faibles*.
  - **Importants** : gros moyens de promotion mis en œuvre combinés avec tous types de supports et événements (kiosque d'information, infolettre, diffusion sur les TV du lieu d'emploi, intranet, etc.) et suivi très régulier tous les ans ou toutes les saisons de la promotion avec récurrence.
  - **Normaux** : bonne promotion et suivi classique avec événement ou support, mais pas de manière régulière.
  - **Faibles** : peu de promotion de la mesure, mis à part des actions limitées (exemple : création d'un onglet sur l'intranet mais avec peu de visibilité, petit article dans l'infolettre générale, etc.). Pas ou peu de suivi dans le temps.
- **Description** : résumé de la stratégie de communication (spécificités, personne ressource assistée par un responsable communication en interne, aide d'un CGD, etc.).
- **Outils privilégiés** : décrit les supports ou événements choisis : infolettre, TV, intranet, kiosques, vélo-fête, foire, etc. Les spécificités sont détaillées si cela est pertinent.

# Légende des fiches

## Coûts, stratégie et subventions

- **Détail des coûts** : description des coûts engendrés par la mesure, tant pour l'élaboration que pour son fonctionnement, selon les cas : coût de l'étude, coût mensuel ou annuel si abonnement ou location, coût d'entretien, etc. Le temps passé par la personne ressource n'est pas inclus. La description varie selon le type de mesure et l'information reçue.
- **Coût par employé** : ratio en dollar par employé du coût de la mesure, peut se décliner en une fois ou périodiquement (dans ce cas, détail donné par mois et par an). (si donnée pertinente).
- **Stratégie de financement** : description de la stratégie choisie par l'organisation pour financer la mesure (si donnée pertinente).
- **Subventions utilisées** : description des subventions utilisées.

## Résultats

- **Nombre de participants, bénéficiaires ou taux d'utilisation** : donnée quantitative permettant de jauger combien d'employés ou visiteurs ou étudiants bénéficient de la mesure. Les données peuvent varier selon le type de mesure. Pour le nombre de participants ou bénéficiaires, il est noté entre parenthèses le pourcentage par rapport au total d'employés, si cela est pertinent.
- **Financement octroyé** : seulement applicable pour les mesures permettant d'engendrer des recettes.
- **Transfert modal de l'auto-solo vers le transport collectif / transport actif** : évolution des parts modales avant et après intervention si un sondage-bilan a été effectué (principalement lors du bilan du plan de gestion des déplacements). Ces transferts modaux sont parfois à interpréter avec précaution, car plusieurs facteurs peuvent empêcher d'avoir un résultat fiable, notamment : le changement d'employés pendant la mesure, un faible taux de participation au sondage-bilan donnant une marge d'erreur statistique au dessus de 4-5%, etc.
- **Commentaires employés** : réaction des employés après un an, une saison ou plus suite à la mise en place de la mesure, problématiques ou plaintes relevées, commentaires pertinents.
- **Succès** : évaluation globale de la mesure. Choix possibles : *important, moyen, faible*.
  - **Important** : les bénéfices recherchés ont été atteints, la mesure a réussi à viser les groupes, et a répondu aux enjeux et défis particuliers de manière efficace.
  - **Moyen** : les bénéfices recherchés ont été partiellement atteints, la mesure a partiellement réussi à viser les groupes, et a répondu aux enjeux et défis particuliers de manière partielle.
  - **Faible** : c'est un échec. Les bénéfices recherchés n'ont pas été atteints, la mesure n'a pas réussi à viser les groupes, et n'a pas répondu aux enjeux et défis particuliers de manière efficace.
- **Avis de l'organisation** : avis de la personne ressource par rapport à la démarche. (si disponible).

## Légende des fiches

### Outils / Ressources utilisées

**Décrit les outils et les ressources utilisées**, comme ceux issus de l'expertise-conseil des CGD : par exemple l'analyse cartographique des lieux de résidence des employés, le sondage sur les habitudes de transport, le calculateur des coûts, etc. Cela peut également être un outil informatique (plateforme covoiturage, outil intranet, etc.), une ressource humaine spécifique (chargé de communication, etc.) ou encore un comité décisionnel organisé au sein de l'organisation (comité de développement durable, etc.).

### Obstacles rencontrés / Solutions

Cette dernière section décrit les obstacles éventuellement rencontrés par la mesure mais aussi ses défauts, que ce soit pendant son élaboration, ou sa mise en place, ainsi que les solutions apportées pour y remédier. Surtout en cas d'échec ou de résultat phénoménal, les facteurs d'échec ou de succès sont détaillés.





## Fiche d'identité de l'entreprise

Employeur : Fédération et Caisse Desjardins

Localisations des lieux d'emploi : sur l'Île de Montréal

Service ressource :

Bureau du chef de l'exploitation  
Développement durable et finance responsable  
Lévis (siège social)

Milieu : centre-ville / mixte / dominante résidentielle

Engagement en DD : Oui

Engagement en RSE : Oui

## Description

Le Mouvement Desjardins offre :

- 10% de rabais mensuels aux employés inscrits à OPUS & Cie. La STM ajoute 10% de rabais afin d'égaliser le rabais employeur.
- 11,67% aux employés inscrits à OPUS+ entreprise. EXO ajoute son habituel 8.33% pour un rabais mensuel total de 20% par mois.

Les employés profitent donc de 20% de rabais mensuels sur la valeur de leur titre soit l'équivalent de 2,4 mois gratuits par année pour l'abonné.

- Année de lancement : avril 2014
- Poste de la personne ressource : conseiller principal développement durable (Lévis)
- Type d'action : action d'un PGD
- Durée d'élaboration : 6 mois
- Réaction des employés à la mesure : Très satisfaits



- Secteur d'activité : Finances et assurances
- Nombre d'emplois : environ 13 000 sur l'île de Montréal, repartis dans 5 lieux majeurs et dans les caisses
- Horaires de travail : 80 à 90% de postes normaux (jour), 10 à 20% postes irrégulier, du soir ou de nuit

## Bénéfices recherchés et groupes visés

- Bénéfices principaux recherchés : ressources humaines (rétention/recrutement), image corporative, accessibilité des sites, santé et productivité, développement durable
- Groupes visés : employés

## Enjeux et défis particuliers

- Travaux du REM : beaucoup de ressources en interne sont déployées pour trouver des solutions
- L'offre en transport collectif ne se déploie pas au rythme nécessaire pour satisfaire la demande
- Nombreux lieux d'emploi avec contextes particuliers
- Nombreux emplois hors de la zone EXO

## Parts modales avant intervention

Mode	Toutes saisons
Transport collectif	62,4 %
Vélo et Marche	3,2 %
Multimodes	7 %
Auto solo	19,2 %
Covoiturage	8,1 %

Parts modales des employés de la fédération et des filiales. Ne représente pas l'entièreté des employés Desjardins de l'île.

## Stratégie de communication

- Moyens mis en place : normaux
- Outils privilégiés : portail intranet, kiosques
- Le portail des employés présente toute l'information nécessaire
- Pas de promotion actuellement
- Le rabais est présenté à chaque rencontre d'accueil d'un nouvel employé
- Pas de kiosque au lancement mais un kiosque a été organisé en 2018

## Résultats

- Nombre de participants / utilisation : 5 500 (2600 STM, 2900 EXO)
- Entre 50 et 100 nouveaux abonnés par mois
- Transfert modal de l'auto-solo vers le transport collectif / transport actif : entre 2 et 5%
- **Sondage employés :**
- 65 % sont abonnés en raison du rabais conjoint entre Desjardins et Exo
- EXO : 44 % ne resteraient pas abonnés au programme s'il n'y avait plus de contribution financière de l'employeur
- STM : 63 % ne resteraient pas abonnés au programme à l'année s'il n'y avait plus de contribution financière de la STM et de l'employeur
- 84 % recommanderaient l'abonnement
- 96 % sont satisfaits de leur expérience d'abonnement
- Perception de Desjardins : amélioration entre 43 et 51%
- **Succès :** ● ● ●
- Avis de l'employeur : excellente mesure avec effets tangibles. Le temps de gestion est faible, les plateformes de gestion STM et EXO sont simples. Cela a apporté de la notoriété au Mouvement.

## Coûts, stratégie et subventions

- Détail des coûts : disponibles sur demande à l'adresse [transport.alternatif@desjardins.com](mailto:transport.alternatif@desjardins.com)

## Outils / Ressources utilisées

- **Gestion/Fonctionnement :**
- 20h par mois (deux personnes en sont chargées)
- 30h en fin d'année pour les formulaires d'imposition
- Tableau Excel avec un onglet pour chaque mois (archivage complet avec traçage de chaque nouvel inscrit en cas de problème)
- Plateforme EXO et STM mise à disposition des employeurs
- **Mise en place :**
- Analyse des lieux de résidence des employés (2014)
- Sondage sur les habitudes de transport (2011)

Montréal : Voyagez Futé et MOBA ont accompagné la personne ressource dans la mise en place des programmes d'abonnement annuel au transport collectif OPUS & Cie et OPUS+ entreprise.

## Obstacles rencontrés / Solutions

- **Outil** : parfois de la confusion à l'inscription car 4 entités différentes donc 4 codes différents pour les employés. La personne ressource doit vérifier chaque mois les erreurs et les corriger en conséquence. De plus, les modalités EXO de résiliation sont très compliquées et prennent du temps.
- **Contexte** : Les travaux du REM risquent de faire perdre des usagers en transport collectif. Des mesures compensatoires en interne sont en cours pour y remédier.
- **Manque de temps pour développer le bassin** : Une partie des employés potentiellement utilisateurs du transport collectif n'arrive pas à être captée. Une stratégie de communication pourrait être faite, mais ce n'est pas la plus grosse priorité de la personne ressource. Elle estime qu'on pourrait capter 1000 nouveaux usagers.
- **Pendant l'élaboration** : trouver le financement, avoir les autorisations des différents services, monter les processus avec un manque de ressources humaines.



## Fiche d'identité de l'entreprise

Employeur : ville de Montréal

Localisation des lieux d'emplois : tous les arrondissements (programme offert à tous les employés municipaux)

Service ressource :

Bureau de la transition écologique et de la résilience  
Direction générale adjointe - Qualité de vie  
Division de la planification et du suivi environnemental  
1555, rue Carrie-Derick, 2e étage  
Montréal (Québec) H3C 6W2

Milieu : centre-ville, industriel, mixte, dominance résidentielle

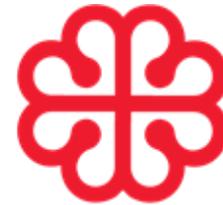
Engagement en DD : Oui

Engagement en RSE : Oui

### Description

La ville de Montréal offre un rabais sur la valeur des titres de transport des employés municipaux dans le cadre des programmes d'abonnement corporatifs OPUS & Cie (STM) et OPUS+ entreprise (EXO).

- La ville offre 10% de rabais mensuels aux employés inscrits à OPUS & Cie. La STM ajoute 10% de rabais afin d'égaliser le rabais employeur. Les employés profitent donc de 20% de rabais mensuels sur la valeur de leur titre, soit l'équivalent de 2,4 mois gratuits par année pour l'abonné.
- La ville offre 8,33% aux employés inscrits à OPUS+ entreprise. EXO ajoute son habituel 8.33% pour un rabais mensuel total de 16,66% par mois, l'équivalent de deux mois gratuits par an pour les employés.
- Année de lancement : été 2018
- Poste de la personne ressource : environnement/développement durable.
- Type d'action : classique
- Durée d'élaboration : 1 an (formation d'un comité, validation par commission)
- Réaction des employés à la mesure : satisfaits



## Ville de Montréal

- Secteur d'activité : administration publique municipale
- Nombre d'emplois : environ 28 000
- Horaires de travail : normaux (jour), irréguliers,, postes du soir, postes de nuit

### Bénéfices recherchés et groupes visés

- Bénéfices principaux recherchés : rétention et recrutement, image corporative, santé et productivité, développement durable, amélioration des parts modales.
- Groupes visés : employés.

### Enjeux et défis particuliers

- Grand nombre d'employés répartis sur plusieurs sites
- Montrer l'exemple et créer un effet d'entraînement sur les employeurs montréalais
- Réduire le nombre de cases de stationnements. Lors de signatures de nouveaux baux, la ville diminue constamment le ratio de case par employé pour les bâtiments bien desservis en transport collectif.

### Parts modales avant intervention

Mode	Hiver
Transport collectif	
Vélo	
Marche	Données non disponibles
Auto solo	
Covoiturage	

## Stratégie de communication

- Moyens mis en place : faibles
- Outils privilégiés : intranet, courriel, affiches distribuées pour chacun des bâtiments (leur affichage n'a cependant pas été vérifié).

Afin de toucher un maximum d'utilisateurs pour la mise en place d'un rabais sur le transport collectif, il est recommandé de déployer une stratégie de communication plus efficace, surtout dans le cas d'organisations de taille importante où l'information circule moins bien. Cela permet une sensibilisation et une promotion bien supérieure.

## Résultats (juin 2019)

- Nombre d'inscrits : 2 214 soit 7,3% des employés
- 1 464 STM (66%)
- 750 EXO (34%)
- Transfert modal de l'auto-solo vers le transport collectif / transport actif : donnée indisponible.

## • Succès : faible ●

La ville observe une constante progression des abonnements mais la part des employés reste peu importante en comparaison avec d'autres employeurs de l'île. Une meilleure politique de communication interne pourrait améliorer sensiblement le nombre d'utilisateurs.

- Avis de l'employeur : « Il s'agit d'un bon départ pour cette mesure qui a été implantée récemment à la ville, en juin dernier. Nous remarquons qu'il y a une progression constante des inscriptions à ces programmes venant des employés »

## Coûts, stratégie et subventions

Coût global :

- STM : environ 150 000 dollars par an
- EXO : de 135 000 à 150 000 dollars par an environ (calcul réalisé en effectuant une moyenne de prix des zones tarifaires, peut varier de quelques milliers de dollars selon la localisation des employés)

Coût par employé :

- STM : 103,8 \$ par an
- EXO : de 180 à 200 \$ par employé

- Subventions utilisées : rabais EXO et STM aux mêmes montants tarifaires. L'accompagnement des CGD pour la gestion est subventionné par la STM et l'ARTM à 100%

## Outils / Ressources utilisées

Expertise des CGD pour :

- Voyagez Futé et MOBA accompagnent les entreprises dans la mise en place des programmes d'abonnement annuel au transport collectif OPUS & Cie et OPUS+ entreprise
- Kiosques gratuits pour les organisations de 250 employés et plus (subvention)
- Calculateur des coûts

## Obstacles rencontrés / Solutions

- Peu d'adhésions malgré le potentiel
- De nombreux bâtiments sont mal desservis par le réseau de transport collectif
- Obstacle pendant sa mise en place : l'arrondissement de Saint-Laurent a dû basculer dans le nouveau programme
- Temps de gestion administrative important (car 30 000 employés)
- Gros manque de communication, de sensibilisation et d'accompagnements
- Solution : la ville va lancer un sondage en juin pour tenter de faire adhérer davantage d'employés



## Fiche d'identité du programme « Le transport collectif, je l'essaie »

### Employeurs participants de 2009 à 2011 :

- Air Transat
- Agence de Santé Publique et services sociaux de Montréal
- CAE
- Cégep Saint-Laurent
- CGI
- Collège Jean-de-Brébeuf
- Cossette
- CSDM
- CSSS Ahuntsic/Montréal-Nord
- Desjardins
- Direction de la Santé publique de Montréal
- Hôpital Général Juif
- Hydro Québec
- Ministère de l'immigration et des communautés culturelles du Québec
- Ville de Montréal

Localisation des lieux d'emploi : Île de Montréal

Milieux : centre-ville / mixte / industriel / dominante résidentielle

### Description

Le programme « *Le transport collectif, je l'essaie* » a été mis en place de 2007 à 2012 et permettait de faire découvrir le transport collectif aux automobilistes (autosolistes et covoitureurs) pendant 3 mois. Le programme était offert seulement aux entreprises qui avaient mis en place un programme Allégo, l'ancien nom du Plan de Gestion des Déplacements (PGD). L'objectif était simple : encourager les employés automobilistes à expérimenter le transport collectif de façon à augmenter leur niveau d'appréciation de ce mode de déplacement et à les amener à l'adopter durablement.

Les CGD ont assuré la gestion, la promotion et l'évaluation du programme. Deux campagnes par an étaient proposées, au printemps et à l'automne.

- Année de lancement : 2007
- Type d'action : action d'un plan d'actions (PGD)
- Durée d'élaboration : mois
- Réaction des employés à la mesure : satisfaits.

Un sondage lancé après le programme a révélé que 56% des participants ont vu le rabais octroyé comme principal incitatif, suivi de l'amélioration de l'environnement (46%) et de la réduction du stress dû à la congestion (42%).



### Bénéfices recherchés et groupes visés

- Bénéfices principaux recherchés : rétention/recrutement, optimisation du stationnement (réduction des besoins), développement durable (atteindre ses objectifs environnementaux).
- Groupes visés : employés

### Stratégie de communication

- Moyens mis en place : importants
- Outils privilégiés : site internet, kit de communication offert aux entreprises participantes

La promotion était assurée par les CGD ainsi que le recrutement d'employeurs. La promotion interne était assurée par les employeurs, aidés par le kit.

Le kit comprenait : affiches autoportantes, affiches promotionnelles, carton promotionnel, publicités.

Un site web complet était dédié au programme : [www.jelessaie.ca](http://www.jelessaie.ca)

84% des participants ont pris connaissance du programme via la promotion interne dans leur entreprise.

## Résultats (janvier 2009 à décembre 2011)

- Nombre de participants : 412
- Nombre d'employeurs : 20
- **71 %** des participants ont apprécié leur expérience en transport collectif
- **73 %** des participants envisagent continuer à utiliser le transport collectif de façon régulière
- **43 %** des participants utilisent toujours le transport collectif plusieurs années plus tard (chiffres Hydro-Québec, 58 répondants sur 136 participants)
- Taux de transfert de l'automobile vers le TC : 68%
- GES épargnés : 296 tonnes de CO<sup>2</sup> par an
- Commentaires employés : « J'ai adopté le train et depuis cela me permet de lire un livre par semaine et de marcher à chaque jour de la gare au bureau, ce que je n'aurais pas fait sans cette promotion. Merci! » ; « It was a much better experience than I anticipated. Very few delays with the timing of the trains was really great ».

## Parts modales avant - après

Mode	Avant	Après
Transport collectif	<b>4,8 %</b>	<b>63,3 %</b>
Vélo – Marche	2,7 %	3,7 %
Covoiturage	5,9 %	1,1 %
Auto solo	<b>75,5 %</b>	<b>14,4 %</b>
Multimode hors TC	5,9 %	2,7 %
Multimode avec TC	5,3 %	14,9 %

- Succès : Important ●●●

## Forces du programme

- Cible les automobilistes
- Taux de transfert modal vers le TC (68%) et de fidélisation au TC (43%) élevés
- Service clé en main pour l'entreprise
- Facilité de paiement pour les usagers et de commande des titres via l'AMT
- Auto-financement du programme pour le CGD

## Coûts, stratégie et subventions

Stratégie de financement du programme pour 3 mois d'essai :

1 <sup>er</sup> mois	<b>GRATUIT (offert par l'AMT ou la STM)</b>
2 <sup>e</sup> mois	<b>50 % (payé par l'employé) + 50 % (subventionné par l'employeur)</b>
3 <sup>e</sup> mois	<b>75 % (payé par l'employé) + 25 % (subventionné par l'employeur)</b>
En prime	<b>Un retour garanti à domicile* jusqu'à concurrence de 20 \$</b>

Pour assurer la gestion, 60\$ de frais étaient également payés aux CGD par employé.

- Coûts par participant pour 3 mois :
- Employeur : 75% d'un tarif mensuel +60\$ de frais
- Employé : 125% d'un tarif mensuel
- Subventions utilisées : un mois gratuit offert par l'AMT (actuel EXO) ou STM

## Outils / Ressources utilisées

- CGD pour la gestion, la promotion, le recrutement et l'évaluation
- Plateforme sur internet jelessaie.ca

## Conditions de succès du programme

- Incitatif économique pour les participants
- Titres gratuits offerts par l'AMT et la STM
- Accompagnement de l'entreprise et des employés par le CGD
- Campagnes de promotion internes soutenues et régulières dans l'entreprise pour favoriser l'adhésion d'un maximum d'employés automobilistes (processus de décision lent)

## Défis pour les CGD

- Mettre à jour les ententes de partenariat avec l'AMT et la STM
- Poursuite du programme
- Pas de restriction dans le nombre de participation des entreprises
- Intégration du RTL et de la STL (de façon à desservir les entreprises situées à Laval et sur la Rive-Sud )
- Adaptation et renouvellement des outils de communication

## Fiche d'identité de l'employeur

Employeur : arrondissement de Saint-Laurent

Localisation(s) des lieux d'emploi : plusieurs bâtiments municipaux de Saint-Laurent

Milieu : mixte

Engagement en DD : Oui

Engagement en RSE : Oui

Accessibilité du lieu : mairie de Saint-Laurent

Walk Score  
**87**

Bike Score  
**63**

Distance station de métro la plus proche : 10 min

Nombre de stationnements : donnée indisponible

## Description

**Depuis 2004** : Une flotte de 12 vélos en libre-service est disponible pour les déplacements professionnels sur les heures de travail et sur l'heure de dîner des employés municipaux. Les utilisateurs doivent se présenter à la réception d'un bâtiment pour récupérer la clé d'un vélo et signer une décharge. Les utilisateurs sont éligibles à un tirage à la fin de la saison. Le comité AlterAuto de l'arrondissement gère l'entretien régulier de la flotte.

- Année de lancement : 2004
- Poste de la personne ressource : comité AlterAuto (plusieurs employés en poste)
- Type d'action : classique
- Durée d'élaboration : 4 mois
- Réaction des employés à la mesure : peu satisfaits, puis satisfaits. Manque de succès au départ en raison de l'arrivée tardive dans la saison estivale lors de la première année. L'utilisation des vélos a connu une grande augmentation pour les années suivantes.

## Bénéfices recherchés et groupes visés

- Bénéfices principaux recherchés : santé et productivité, développement durable, optimisation du stationnement, amélioration des parts modales.
- Groupes visés : employés



- Secteur d'activité : administration publique - arrondissement
- Nombre d'emplois : 997
- Horaires de travail : normaux (jour) et horaires particuliers pour certains bâtiments (bibliothèque, centre des loisirs, etc.)

**En 2018** : Cinq vélos à assistance électrique en libre-service (VAELS) de BIXI ont été mis gratuitement à disposition d'employés de l'arrondissement de Saint-Laurent pendant quelques mois. Le circuit, avec une station au métro Côte-Vertu et une autre aux ateliers municipaux (boulevard Cavendish) permet des déplacements rapides et efficaces pour les employés une fois sortis du métro. Le projet-pilote a duré de août à octobre 2018 et a permis d'évaluer l'intérêt de déployer des flottes de VAE à l'échelle montréalaise pour les usagers, et de vérifier la technique (batteries).

- Année de lancement : 2018 (août à octobre)
- Poste de la personne ressource : comité AlterAuto (plusieurs employés en poste) / BIXI
- Type d'action : projet-pilote
- Durée d'élaboration : un an
- Réaction des employés à la mesure : très satisfaits

## Enjeux et défis particuliers

- L'arrondissement doit mettre en place des mesures qui répondent aux besoins de plusieurs bâtiments avec des réalités différentes.

## Stratégie de communication

- Moyens mis en place : normaux
- Outils privilégiés : infolettre, intranet, vélo-fête

## Résultats

- Utilisation : en moyenne 145 par année
- Transfert modal de l'auto-solo vers le transport actif : les vélos sont utilisés pour les déplacements sur les heures de travail et ne peuvent être utilisés pour les déplacements domicile-travail. C'est donc difficile d'évaluer le changement de comportement.
- Commentaires employés (flotte de vélo) : Très bons commentaires généralement, les mauvais commentaires concernent seulement l'entretien des vélos.
- Commentaires employés (BIXI électrique) : « C'est ce qui me manquait entre le métro et le travail » ; « J'ai hâte d'arriver et de prendre le vélo, c'est un moment de plaisir. » .

- Succès : moyen ● ●

Le nombre d'utilisations par année reste assez restreint malgré le millier d'employés (24 utilisations par mois pendant la période estivale).

## Coûts, stratégie et subventions

- Détail des coûts :  
Investissement initial : 1 500 \$  
Entretien annuel: 400 \$
- Coût annuel par utilisation : 2,75\$
- Coût par utilisation depuis la mise en service : 3,45\$ (amortissement de l'investissement compris)

## Outils / Ressources utilisées

Expertise des CGD pour :

- Participation à un comité de mobilité
- Mise en place d'un programme de vélo
- Calculateur des coûts

## Obstacles rencontrés / Solutions

- Lors de la première année, le lancement a été un échec en raison de l'arrivée tardive des vélos dans la saison estivale (fin août). La solution a simplement été de faire le lancement le plus tôt possible pour les années suivantes, dans le cadre de vélo-fêtes organisées en mai dans certains bâtiments municipaux.

## Fiche d'identité de l'entreprise

Entreprise : Mouvement Desjardins

Localisation du lieu d'emploi : complexe Desjardins, 150 Rue Sainte-Catherine O, Montréal, QC H2X 3Y2

Milieu : centre-ville

Engagement en DD : Oui

Engagement en RSE : Oui

Accessibilité du lieu :



Distance station de métro la plus proche : 5 min de Places d'Armes (ligne orange) et 5 min de Place des Arts (ligne verte)

Nombre de stationnements : 1046

Ratio par employé : 1 place pour 5,25 employés

## Description

Le complexe Desjardins met à disposition des employés de l'entreprise une infrastructure complète à l'égard des cyclistes et coureurs à pied. Elle comprend un stationnement vélo souterrain (250 places dont 36 en enclos sécurisé), cheminements signalisés et sécurisés, 6 douches, 206 casiers, 2 vestiaires (H/F). La station de réparation mécanique sera installée en 2020. Les places sécurisées sont en location avec liste d'attente. 60 casiers à utilisation quotidienne sont gratuits, le reste des casiers sont en location.

- Année :
  - 2011 (réfection du stationnement)
  - 2012 (construction de vestiaires, douches et casiers)
- Poste de la personne ressource : environnement/développement durable
- Type d'action : action d'un plan d'actions (PGD)
- Durée d'élaboration : plusieurs années pour avoir l'accord. Travaux : quelques mois.
- Réaction des employés à la mesure : très satisfaits



- Secteur d'activité : finances et assurances
- Nombre d'emplois : 5500
- Horaires de travail : normaux (jour), irréguliers, postes du soir.
- Proportions de types d'horaires : 80/90% normaux (jour), les autres en centres appels.

## Bénéfices recherchés et groupes visés

- Bénéfices principaux recherchés : ressources humaines (rétention/recrutement), image corporative, accessibilité des sites, santé et productivité, développement durable, équité entre utilisateurs.
- Groupes visés : employés

## Enjeux et défis particuliers

- Complexité de construire des vestiaires dans un bâtiment existant
- Obtenir l'accord rapidement pour lancer la mesure dans un groupe aussi important que le Mouvement Desjardins.

## Parts modales avant intervention

Mode	Toutes saisons
Transport collectif	67,8 %
Vélo et Marche	3 %
Multimodes	6,8 %
Auto solo	13,7 %
Covoiturage	8,7 %

## Stratégie de communication

- Moyens mis en place : normaux
- Outils privilégiés : pour la réfection des douches et vestiaires, portail intranet et visites guidées en juillet 2012

## Résultats

- Nombre d'utilisateurs : 1 000 employés ont leur carte d'accès au programme pour aller aux douches en bas. Deux-tiers de ces employés l'utilisent pour le trajet domicile-travail.
- Transfert modal de l'auto-solo vers le transport actif : de 2 à 5 %

## Succès : Important

- Avis de l'employeur : les équipements sont très utilisés et très appréciés, et la saturation montre que les employés ont un besoin important.
- La saturation nuit en partie à l'expérience utilisateur, mais des travaux en 2020 vont y remédier.

## Coûts, stratégie et subventions

- Détail des coûts : disponibles sur demande à l'adresse [transport.alternatif@desjardins.com](mailto:transport.alternatif@desjardins.com)
- Stratégie de financement :
  - La prise en charge de la réfection et des travaux a été calculée en proportion du nombre d'employés par entité sur le site du complexe, et divisé en parts équitables entre les entités.
  - Les 10 places automobiles supprimées ont nécessité de trouver un financement autre part dans le budget pour palier au manque à gagner.

## Outils / Ressources utilisées

Fonctionnement :

- Formulaire de programmation de carte d'accès et portail informatif avec photos et détails sur l'intranet
- Le service administratif au complexe est en charge de la gestion des inscriptions et désinscriptions.

Mise en place :

- Communication aux instances pour demande (6 espaces d'auto prises, budget trouvé pour palier)
- Certification stationnement vert du CRE

## Obstacles rencontrés / Solutions

- Saturation des équipements avec une demande très importante notamment pour les casiers et les stationnements sécurisés en enclos. Des travaux en 2020 vont remédier à l'écart entre l'offre et la demande : sécurisation d'un grand espace en enclos, ajout de casiers, station de réparation mécanique.
- L'équité entre utilisateurs est diminuée par la saturation car les premiers arrivés ont été les premiers servis et le système de liste d'attente entraîne des attentes de plusieurs mois ou années.
- Temps très long entre l'idée et la mise en service car beaucoup de services et d'entités en jeu et pour plusieurs sujets : financier, administratif, gestion immobilière, sécurité, ménage et entretien... L'autorisation fût accordée en 2012 pour un projet lancé en 2005.
- Problème d'usage : les casiers sont en sous-nombre, ce qui entraîne de la sous-location et de la vacance, sans contrôle précis.

## Fiche d'identité de l'entreprise

Entreprise : Hydro-Québec

Localisation(s) du lieu d'emploi : 75 boulevard René-Lévesque Ouest (siège social)

Milieu : centre-ville

Engagement en DD : Oui

Engagement en RSE : Oui

Accessibilité du lieu :



Distance station de métro la plus proche : Place-d'Armes, (ligne orange) 6 minutes, Place-des-arts (ligne verte) 7 minutes et Saint-Laurent (ligne verte) 5 minutes.

Nombre de stationnements (vélos) : 240

### Description

- Tous les ans au printemps, Hydro-Québec offre un entretien vélo sur le lieu d'emploi à ses employés du siège social et d'autres édifices importants. Le prestataire vient avec son équipe et son matériel pendant deux jours. Les employés s'inscrivent sur rendez-vous, déposent leur vélo puis le récupèrent en fin de journée. Voyagez Futé s'occupe entièrement de l'organisation et de l'inscription des employés. C'est le système du premier inscrit, premier servit qui prévaut.
- Année de lancement : 2006
- Poste de la personne ressource : conseiller(ère) performance environnementale
- Type d'action : classique
- Durée d'élaboration : 1 mois
- Réaction des employés à la mesure : très satisfaits

### Enjeux et défis particuliers

- Aucun



- Secteur d'activité : production, transport et distribution d'électricité - 2211
- Nombre d'emplois : 1750
- Horaires de travail : normaux (jour)
- Proportions de types d'horaires : majoritairement entre 7h et 18h

### Bénéfices recherchés et groupes visés

- Bénéfices principaux recherchés : développement durable et responsabilité sociale de l'entreprise, santé et productivité.
- Groupes visés : employés

### Parts modales (2010)

Mode	Été	Hiver
Transport collectif	69 %	74 %
Vélo	8 %	1 %
Marche	2 %	1 %
Auto solo	7 %	7 %
Covoiturage	4 %	5 %
Multimode	10 %	12 %

Les parts modales présentées sont celles de 2010. Un sondage sera prochainement diffusé en 2019.

## Stratégie de communication

- Moyens mis en place : importants
- Outils privilégiés : intranet, courriels, talon de paie, formation en ligne

La personne responsable du programme collabore avec l'équipe des communications internes pour toute la promotion relative à la mobilité durable. De nombreux outils sont utilisés :

- Intranet dédié au programme Allégo et aux transports durables
- HQ-Info (bulletin électronique interne destiné à tous les employés)
- Hydro-Presse (magazine mensuel envoyé par courriel ou par la poste à tous les employés et retraités d'Hydro-Québec)
- Formation en ligne « Agir en faveur du développement durable » dans laquelle on retrouve des informations sur l'utilisation des modes de transport durable

Avant chaque entretien vélo, une communication est effectuée pour que les employés s'inscrivent (HQ-Info et courriel). C'est HQ-Info qui est privilégié comme mode de communication principal. Chaque année, un article concernant un mode de transport alternatif à la voiture et les actions réalisées paraît dans l'Hydro-Presse.

## Outils / Ressources utilisées

Expertise des CDG pour :

- Analyse des lieux de résidence des employés
- Gestion de l'activité avec le fournisseur de service
- Gestion de l'inscription des participants

## Obstacles rencontrés / Solutions

- Compte-tenu des désistements fréquents de dernière minute, les employés inscrits sur la liste d'attente sont invités à se déplacer le jour de l'évènement afin de remplacer les inscrits non présents, ce qui permet à un plus grand d'employés de profiter de cette mesure. Il y a toujours moins de participants que d'inscrits.
- Certains participants sont à l'extérieur lors des journées de mise au point ou sont localisés dans des bâtiments où la demande est moins importante. Le cas échéant, nous leur remboursons la mise au point de leur vélo sur présentation de facture et après confirmation de leur gestionnaire immédiat.

## Coûts, stratégie et subventions

- Détail des coûts pour le siège social (80 entretiens)

Prestation	Prestataire	Prix
Mise au point mécanique vélo	Entreprise de mécanique vélo	40 \$ / vélo
Frais de gestion (organisation et inscription)	Voyagez Futé	400 \$

- Un budget annuel est prévu pour assurer la mise en place de mesures visant à encourager l'utilisation d'autres moyens de transport que l'auto en solo pour les déplacements des employés, notamment pour la mise au point de vélos et les retours à domicile garantis.

## Résultats

- Nombre de participants / utilisation : 80 personnes au siège social, soit 4,5 % du total.
- Commentaires employés : les participants sont très satisfaits de ce service offert.

### • Succès : Important

- Cette activité facile à mettre en place permet de soutenir les utilisateurs du vélo qui font le trajet domicile-travail et s'assurer qu'ils se déplacent de manière sécuritaire.
- Le nombre d'entretiens réalisé par rapport au nombre d'employés au siège social est très intéressant et montre d'une part que les employés utilisent fréquemment le vélo, et d'autre part que la communication interne est efficace car elle permet de rassembler un nombre d'inscrits conséquent.

## Fiche d'identité de l'entreprise

SDC District central

Localisation de l'événement :

place Iona Monahan (District central)  
Arrondissement Ahuntsic-Cartierville

Milieu : mixte

Engagement en DD : Oui

Engagement en RSE : Non

Accessibilité du lieu :



Distance station de métro la plus proche :  
20 min de la station Sauvé et Crémazie (ligne orange)

Nombre de stationnements : plus de 5 000 cases

Ratio : 1 place pour 4 employés (environ)

### Description

En 2018, la SDC District central a fait appel à MOBA afin d'organiser la première édition de la **vélo-fête** du District central. La vélo-fête vise premièrement à encourager la pratique du vélo dans le District central et dans l'arrondissement afin de renforcer la culture vélo. De plus, la vélo-fête permet de récompenser les cyclistes, répondre aux questions des gens d'une part sur la pratique du vélo et d'autre part sur les problèmes qu'ils rencontrent dans leurs déplacements.

- Année de lancement : 2018
- Poste de la personne ressource : chargée de projets
- Type d'action : classique
- Durée d'élaboration : environ deux mois
- Réaction des employés à la mesure : très satisfaits

### Enjeux et défis particuliers

- En tant qu'organisme assez récent, les liens avec la communauté sont toujours à renforcer. Ainsi, la communication des événements est plus difficile.
- L'image de marque de la SDC a changé en 2018, ce qui a nécessité de retravailler les outils promotionnels entre la première et la deuxième édition de la vélo-fête.
- L'accessibilité cyclable vers le secteur est faible (aucune piste cyclable)



- Secteur d'activité : associations de gens d'affaires - société de développement commercial
- Nombre d'emplois : plus de 20 000
- Horaires de travail : tous types d'horaires

### Bénéfices recherchés et groupes visés

- Bénéfices principaux recherchés : accroître ou créer des liens entre la communauté d'affaires, commerciales et résidentielle, promouvoir l'image corporative de l'organisation
- Groupes visés : employés, visiteurs, commerçants et citoyens

### Parts modales avant intervention

Mode	Été	Hiver
Transport collectif	26%	N/A
Vélo	9%	N/A
Marche	3%	N/A
Auto solo	56%	N/A
Covoiturage	5%	N/A

## Stratégie de communication

- Moyens mis en place : normaux
- Outils privilégiés : réseaux sociaux, infolettre, pancartes sur espace publics, courriels personnalisés aux grandes entreprises
- Dans la semaine suivant l'événement, les photographies et un montage vidéo de l'événement sont partagés sur la page Facebook de l'événement. Ils permettent de créer du contenu réutilisable pour les prochaines éditions.
- Plusieurs concours ont été organisés afin d'inciter les gens à participer à l'évènement.

## Résultats

- Nombre de participants : environ 150 chaque année. En 2018, 28 vélos ont été réparés et 15 vélos burinés. En 2019, plus de 44 vélos ont été réparés et 10 vélos burinés.
- Commentaires employés : les cyclistes sont généralement très contents d'obtenir gratuitement un entretien mécanique vélo, d'une valeur d'environ 40 à 80\$ en magasin.

- Succès : moyen 

Compte tenu du gros bassin d'employés et de citoyens ainsi que du budget alloué, l'affluence de l'événement reste restreinte.

## Coûts, stratégie et subventions

- Détail des coûts : en excluant les honoraires reliés à l'organisation de l'évènement, le coût s'élève à 4 000\$, sans déduire la valeur des commandites.
- Stratégie de financement : les coûts reliés aux honoraires ont été prévus en début d'année dans l'offre de service avec les CGD. Un petit plan de commandite a été réalisé pour solliciter les partenaires.
- Subventions utilisées : rabais sur la mécanique vélo (Cyclochrome) via un partenariat avec les CGD.
- En 2018, la caisse Desjardins Marché Central a offert une commandite de 2 000\$ en plus d'offrir différents outils promotionnels aux participants. Plusieurs autres commerçants ont contribué financièrement à l'événement en offrant du café gratuit ou des rabais sur leur produit.

## Outils / Ressources utilisées

Expertise des CGD pour : l'organisation de l'événement et l'animation d'un kiosque.

- Atelier et entretien vélo offert gratuitement
- Burinage vélo offert gratuitement
- Essai de vélo électrique
- Kiosques de sensibilisation de partenaires locaux
- Kiosque de vente de produits écoresponsables
- Kiosque de vente alimentaire (commerce local)
- Séance d'entraînement H.I.I.T extérieur

## Obstacles rencontrés / Solutions

- La météo influe beaucoup sur les participations.
- La communication et la promotion de l'événement sont compliquées du fait que l'organisme est récent et encore peu connu.
- Malgré de nombreuses démarches, très peu d'entreprises locales ont accepté d'être partenaire ou d'offrir des commandites matérielles lors de la vélo-fête par manque de temps, d'intérêt ou de visibilité offerte.
- Aucune participation de l'arrondissement Ahuntsic-Cartierville malgré les sollicitations.
- Réticence quant à l'occupation de quelques espaces de stationnement en bordure la place publique pour sécuriser les abords de l'événement.
- La localisation de certains kiosques et activités s'est avérée non-optimale, sans raison particulière.

## Fiche d'identité de l'entreprise

Cégep Marie-Victorin

7000, rue Marie-Victorin (campus principal); arrondissement de Rivière-des-Prairies–Pointe-aux-Trembles

Milieu : mixte

Engagement en DD : Oui (depuis 2004)

Engagement en RSE : Oui



Accessibilité du lieu :



Distance station de métro la plus proche : 15 min de Radisson en Express (ligne verte) ou 45 min de Sauvé ou Henri-Bourassa (ligne orange)

Nombre de stationnements : 900

Ratio par employé et étudiant : 1 place pour 6 utilisateurs

- Secteur d'activité : services d'enseignement/collèges communautaires et cégeps
  - Nombre d'emplois : 830
  - Nombre d'étudiants : 4800
  - Horaires de travail : normaux (jour), irréguliers, postes du soir (cours du soir de formation continue jusqu'à 21h et également des spectacles jusqu'à 22h)
- Total : 5630

## Description

- Parmi les actions adoptées dans son Plan de mobilité durable élaboré avec Voyagez Futé, le Cégep souhaitait sécuriser les cheminements piétonniers. Il a alors profité de la réfection d'un tronçon de la rue Marie-Victorin (portion privée sur le campus appartenant au Cégep) pour intégrer un trottoir du côté où il n'y en avait pas. Ce tronçon de rue est très achalandé par les étudiants et deux circuits d'autobus y circulent, dont un à haute fréquence.
- Année de lancement : 2018
- Poste de la personne ressource : environnement/développement durable
- Type d'action : action d'un plan d'actions (PGD)
- Durée d'élaboration : 2 mois
- Réaction des usagers à la mesure : très satisfaits

## Bénéfices recherchés et groupes visés

- Accessibilité et sécurité
- Groupes visés : étudiants, employés, visiteurs

## Enjeux et défis particuliers

- Intégrer d'urgence le trottoir avant le début des travaux de réfection du tronçon de la rue Marie-Victorin
- Délai très court pour l'équipe administrative afin de débloquer les fonds (passage devant le comité de direction)

## Parts modales avant intervention

Mode	Été	Hiver
Transport collectif	49%	51%
Vélo	1%	0%
Marche	2%	3%
Auto solo	21%	22%
Covoiturage	2%	2%

## Stratégie de communication

- Moyens mis en place : faibles
- Outils privilégiés : vidéo, communiqué (pour la démarche globale de mobilité durable)
- Aucune communication spécifique n'a été utilisée car les usagers ont eu naturellement connaissance du trottoir dès sa mise en service.
- Grâce à l'obtention du Prix « Recrue » aux déjeuners Leader en mobilité durable décerné par Voyagez Futé, le CEGEP a bénéficié gratuitement d'une capsule vidéo pour présenter la démarche globale de mobilité durable. La vidéo fait mention du trottoir.

[Lien vers la vidéo](#)

## Résultats

Le trottoir est très utilisé par les piétons descendant du bus et sécurise les cheminements jusqu'au bâtiment. Il encourage l'utilisation du transport collectif.

- Nombre d'utilisateurs : plusieurs centaines par jour
- Aucun transfert modal ne peut directement être lié au trottoir mais il contribue à l'augmentation de l'utilisation du transport collectif, jadis moins sécuritaire.
- Commentaires étudiants : « On se sent bien accueillis par le CÉGEP, les équipements sont nombreux et c'est sécurisé » ; « Je suis fier de faire partir d'un CÉGEP qui se soucie autant des étudiants et de l'environnement. »

## • Succès : Important ● ● ●

- Avis de l'employeur : l'aménagement apporte de la sécurité et de l'accessibilité nécessaire au CÉGEP car la moitié des usagers utilise le transport collectif. Le trottoir a permis de répondre efficacement au besoin, et les usagers ne traversent plus en plein milieu de la rue.

## Obstacles rencontrés / Solutions

- Aucun obstacle particulier n'a été rencontré.
- L'action s'est menée très efficacement.

## Coûts, stratégie et subventions

- Détail des coûts :
  - 35 000 \$ pour le trottoir
  - 325 000 \$ pour le total de la réfection de la portion de rue

Le surcoût occasionné a été de 10% du total.

- Stratégie de financement : augmentation du budget total des travaux en faisant une demande au comité de direction.

## Outils / Ressources utilisées

- Sondage sur les habitudes de transport (a permis d'appuyer un constat observé par le ressenti des usagers)
- Équipe administrative pour le montage de la demande



## Fiche d'identité de l'entreprise

Entreprise :

Localisation du lieu d'emploi : 1350 Rue Mazurette  
bureau 400, Ahuntsic-Cartierville

Milieu : industriel

Engagement en DD : Oui

Engagement en RSE : Oui

Accessibilité du lieu :



Distance station de métro la plus proche : 18 min de  
Sauvé ou 25 min de Côte-Vertu (ligne orange)

Nombre de stationnements : 15

Ratio par employé : 1 place pour 1,5 employés



- Secteur d'activité : services professionnels - conseil en gestion entrepreneuriale
- Nombre d'emplois : 23
- Horaires de travail : normaux (jour)

## Description

PME Centre-Ouest en tant qu'acteur du développement économique du territoire favorise les déplacements durables via une politique écologique de frais de déplacement et de stationnement. L'organisation a mis en place l'indemnité kilométrique vélo (IKV) pour ses employés. Cela consiste à permettre et à rembourser partiellement les déplacements professionnels réalisés en vélo sur la base d'un montant forfaitaire au kilomètre. Le maximum autorisé par déplacement est de 7 km.

- Année de lancement : 2017
- Poste de la personne ressource : ressources humaines - administratif
- Type d'action : classique
- Durée d'élaboration : 1 mois
- Réaction des employés à la mesure : très satisfaits

## Enjeux et défis particuliers

- L'enjeu principal était d'établir une équité entre les employés pour les déplacements professionnels, car certains cyclistes utilisaient le vélo sans aucun remboursement
- Manque d'infrastructure pour l'accueil des vélos
- Le recrutement et la rétention devient plus difficile

## Bénéfices recherchés et groupes visés

- Bénéfices principaux recherchés : équité entre modes, rétention/recrutement, image corporative, optimisation stationnement.
- Groupes visés : employés

## Parts modales avant intervention

Mode	
Transport collectif	
Vélo	35 %
Marche	
Auto solo	65 %
Covoiturage	-

## Stratégie de communication

- Moyens mis en place : faibles
- Outils privilégiés : aucun
- L'annonce aux employés a été faite verbalement, la politique a été ajoutée à la politique des ressources humaines existante.
- L'IKV est indiquée dans les offres d'emplois.
- Étant donné la taille restreinte de l'entreprise, il a été jugé non nécessaire de réaliser une communication interne.

## Résultats

- Nombre d'utilisateurs : 8 (35% des employés)
- Transfert modal de l'auto-solo vers le transport actif : donnée non disponible. 2 employés sur les 23 (9%) sont passés de l'auto à un mode alternatif, mais grâce au cocktail transport global proposé.
- Commentaires employés : « Le déplacement professionnel à vélo est parfois plus rapide qu'en TC ou en voiture. L'IKV incite à utiliser le vélo car auparavant c'était décourageant de ne pas être remboursé. »
- Succès : moyen ● ●
- Avis de l'employeur : L'IKV permet l'équité entre les modes. La mise en place est très simple et très rapide, et la gestion pour les frais de déplacement ne demande pas plus de temps que pour les autres modes.

## Obstacles rencontrés / Solutions

- Le milieu industriel dans lequel se situe PME Centre-Ouest décourage les cyclistes car les aménagements sont restreints et la place de l'automobile est importante, ce qui limite les déplacements professionnels en vélo.
- La destination du déplacement professionnel ne propose pas toujours d'aménagements adéquats pour garer son vélo en toute sécurité.

## Coûts, stratégie et subventions

- Détail des coûts : 0,25\$ / kilomètre parcouru pour tout déplacement professionnel réalisé en vélo
- L'ensemble de l'IKV représente un coût mensuel inférieur à 100 dollars par mois pour l'ensemble des employés de PME Montréal
- Coût par employé :
 

4,3 \$ / mois / tous
12,5\$ / utilisateur IKV

## Outils / Ressources utilisées

- Expertise des CGD (MOBA) pour le conseil sur la mesure
- Barème kilométrique suggéré par Vélo Québec
- Sondage sur les habitudes de transport

## Fiche d'identité de l'entreprise

Entreprise : Transat

Localisation(s) du lieu d'emploi : 300, rue Léo-Pariseau, H2X 4B3

Milieu : centre-ville

Engagement en DD : Oui

Engagement en RSE : Oui

Accessibilité du lieu :



Distance station de métro la plus proche : 9 min de la station Place des arts (ligne orange)

Nombre de stationnements : gestion par Vinci Parks, aucune donnée disponible.

## Description

Transat participe chaque année au Défi sans auto solo qui est une compétition amicale entre les entreprises et les institutions québécoises. Pendant une semaine, les employés inscrivent leurs trajets en modes alternatifs sur le site internet dédié et géré par les CGD.

Transat ajoute en plus des prix décernés du défi, 10 cartes-cadeaux (voyage) de 100\$ via un concours : les employés doivent publier une photo en rapport avec le défi avec le hashtag « DSA » sur le réseau social d'entreprise.

Le défi est accompagné d'une stratégie de communication puissante et de moyens incitatifs intéressants pour les employés : carte aller-retour STM, code BIXI 24h.

- Année de lancement : 2014
- Poste de la personne ressource : conseillère en communication
- Type d'action : action d'un plan d'actions (PGD)
- Durée d'élaboration : 1 mois
- Réaction des employés à la mesure : satisfaits



- Secteur d'activité : voyage vacances
- Nombre d'emplois : 1 200
- Horaires de travail : normaux (jour), irréguliers, postes du soir (centre d'appel)
- Proportions de types d'horaires si disponibles

## Bénéfices recherchés et groupes visés

- Bénéfices principaux recherchés : image corporative, Santé et productivité, développement durable, reddition de compte pour certification (BOMA Best avec le gestionnaire immobilier de l'édifice REDBOURNE, certification Vélo Sympathique).
- Groupes visés : employés

## Enjeux et défis particuliers

- Nombre limité de places de stationnement
- L'entreprise est très soucieuse d'adhérer à des principes de développement durable et de responsabilité sociale pour le bien-être de ses employés.

## Parts modales avant intervention

Mode	Été	Hiver
Transport collectif	66 %	74 %
Vélo	9 %	0 %
Marche	6 %	6 %
Auto solo	13 %	14 %
Covoiturage	6 %	6 %

## Stratégie de communication

- Moyens mis en place : importants
- Outils privilégiés : TV, intranet, kiosques, tirage, alertes, affiches
- Le plan de communication est très important et utilise un large panel de moyens et de supports. Les messages sont affichés largement dans la tour Transat deux semaines avant, un recrutement est fait via un kiosque au rez-de-chaussée avec des tablettes, une alerte est envoyée chaque matin pour ne pas oublier d'inscrire les trajets sur le site, une infolettre est également diffusée une semaine avant.
- Le tout est accompagné d'un message suggérant des modes de déplacement comme la course, la marche à pied ou le covoiturage.

## Résultats

- Nombre de participants / utilisation : 439 participants (34% - meilleur pourcentage pour les grandes entreprises de la région métropolitaine)
- Transfert modal de l'auto-solo vers le transport collectif / transport actif : 4% pendant la semaine (pourcentage de participants ayant identifié l'auto solo comme mode de transport principal)

### Succès : important

Malgré le faible transfert modal apporté par le défi, il permet de récompenser les usagers des modes alternatifs et de faire circuler largement au sein de l'entreprise les principes de mobilité durable.

## Coûts, stratégie et subventions

Détail des coûts :

- STM : 100 \$
- Codes BIXI : 20x5 \$ = 100 \$
- Cartes-cadeaux : 10x100 \$ = 1 000 \$
- Total = 1 200 \$
- Stratégie de financement : accompagnement pour la promotion financé à même les mesures du PGD et financement interne pour la commande de titres à l'essai.
- Subventions utilisées : subvention ARTM pour la promotion (kiosque).

## Outils / Ressources utilisées

Expertise des CGD pour :

- Accompagnement pour l'inscription
- Accompagnement pour la promotion (création de visuels et animation d'un kiosque)
- Commande des titres à l'essai auprès de la STM et de BIXI

## Avis de Voyagez Futé

- Le Défi sans auto solo est un gros succès chez Transat grâce à l'importante implication de la responsable des communications internes. La promotion de l'événement et les tirages additionnels ont permis aux employés de participer en grand nombre et à Transat de gagner un prix dans la région métropolitaine. La participation au Défi contribue à créer une culture de mobilité durable au sein de l'organisation.
- L'une des limites du Défi sans auto solo est de maintenir le changement modal après l'événement. Il s'agit d'une compétition amicale qui permet de découvrir les modes alternatifs, mais d'autres mesures doivent être mises en place pour assurer un changement de comportement durable.

## Fiche d'identité de l'entreprise

Entreprise : Tootelo

Localisation(s) du lieu d'emploi : Boucherville, St Jean, Victoriaville (coworking) et Polyclinique Levasseur a St Léonard

Milieu : mixte

Engagement en DD : Oui

Engagement en RSE : Oui

Accessibilité du lieu :



Distance station de métro la plus proche : Terminus Longueuil, 25 min en bus (Boucherville)

Nombre de stationnements : suffisants (dans des espaces commerciaux).



- Secteur d'activité : nomenclature IC.GC.CA
- Nombre d'emplois : 185
- Horaires de travail : normaux (jour), irréguliers, postes du soir, fin de semaine.

## Description

Tootelo a élaboré une politique de télétravail depuis plusieurs années, axée sur la gestion des résultats et la confiance.

Tout se synchronise à distance et la compagnie valorise le travail collaboratif sur des documents partagés sur des clouds, facilitant le télétravail. Le matériel est fourni à l'employé, en tout ou en partie.

L'entreprise est dotée d'outils informatiques performants pour combler les désavantages du travail à distance notamment pour les réunions.

Le télétravail est vu comme un privilège et non un droit, et est permis dès les 3 mois d'embauche.

- Année de lancement : depuis les débuts de Tootelo
- Poste de la personne ressource : ressources humaines
- Type d'action : classique
- Réaction des employés à la mesure : très satisfaits

## Bénéfices recherchés et groupes visés

- Bénéfices principaux recherchés : rétention/recrutement, accessibilité, santé et productivité, développement durable.
- Groupes visés : employés

## Enjeux et défis particuliers

- Plusieurs employés dans des localisations différentes à travers le Québec.
- Horaires variés.

## Parts modales avant intervention

Mode	Hiver
Transport collectif	
Vélo	
Marche	Données non disponibles
Auto solo	
Covoiturage	

## Stratégie de communication

- Moyens mis en place : normaux
- Outils privilégiés : intranet, réseau social d'entreprise, médias sociaux.
- Un document est disponible en interne pour présenter les règles du télétravail et les bonnes pratiques.
- Chaque nouvel employé est informé de la possibilité de faire du télétravail.

## Résultats

- Nombre de participants : plus de la moitié des employés utilisent le télétravail régulièrement, certains à temps plein.
- Commentaires employés : très satisfaits de la politique. Certains employés ont pu travailler de France, San Diego ou encore du Mexique.
- Témoignages : « Je peux ainsi profiter du temps en famille sans stress » ; « Grâce aux outils technologiques, je suis en communication constante avec mes collègues ».

## • Succès : Important ● ● ●

- La politique de télétravail de Tootelo est très efficace et repose sur des outils de qualité, un management basé sur le résultat et la confiance. Elle permet d'éviter les déplacements domicile-travail pour de nombreux employés et ce, plusieurs fois par semaine.

## Obstacles rencontrés / Solutions

- S'adapter à l'aisance de chacun à remplir ses objectifs en télétravail. Cela entraîne la nécessité de concevoir un horaire adapté et des suivis personnalisés. Il faut y aller graduellement plutôt que de devoir ramener un employé au bureau.
- Avant la mise en place de logiciels de visioconférence efficaces, il y avait régulièrement des problèmes de son, d'image pendant les réunions à distance. Depuis, tout le monde peut y assister facilement et de manière fiable.
- Attention à l'isolement : chaque gestionnaire s'assure de faire un suivi constant auprès des employés pour mesurer sa motivation et son besoin d'encadrement.

## Coûts, stratégie et subventions

- Données non disponibles.
- Le seul coût supplémentaire est pour le matériel informatique à fournir aux employés, et les licences pour les logiciels de visioconférence.

## Outils / Ressources utilisées

- Logiciels de visioconférences : ZOOM et Google Meet
- Discussion instantanée : Google Hangout et Slack
- Hébergement Cloud : suite Google en ligne
- Achats d'ordinateurs portables.

## Fiche d'identité de l'entreprise

Les Centres de Gestion des Déplacements (CGD) de Montréal

Localisation des lieux d'emploi :

- 465 rue Saint-Jean #1004, Montréal
- 710 rue Saint-Germain, Saint-Laurent

Milieu : centre-ville / dominante résidentielle

Engagement en DD : Oui

Engagement en RSE : Oui

Accessibilité du lieu :

- Score marche : 100 / 94
- Score vélo : 75 / 78
- Score transport collectif : 98 / -



- Distance de la station de métro la plus proche :
- Station Place d'armes : 4 minutes
- Station du Collège : 4 minutes
- Nombre de stationnements : aucun
- Secteur d'activité : services de soutien aux entreprises
- Nombre d'emplois : 16
- Horaires de travail : normaux (jour), 100% horaires normaux

## Description

Une allocation au transport durable est offerte à tous les employés se déplaçant en transport actif ou collectif pour se rendre au travail. Cette allocation vise à compenser pour les coûts de la passe de transport en commun, de l'utilisation et de l'entretien d'un vélo par exemple.

Si l'employé utilise le transport en commun à l'année, il lui sera offert un abonnement annuel Opus et Cie, sinon une allocation de 85 \$ par mois sera versée directement sur sa paye.

Il est à noter que cette indemnité est considérée comme un avantage imposable.

- Année de lancement : 2019
- Poste de la personne ressource : adjointe administrative
- Type d'action : classique
- Durée d'élaboration : 2 mois
- Réaction des employés à la mesure : très satisfaits

## Bénéfices recherchés et groupes visés

- Bénéfices principaux recherchés : rétention/recrutement, santé et productivité, développement durable.
- Groupe visé : employés

## Enjeux et défis particuliers

- Devenir un leader en responsabilité sociétale.
- Montrer l'exemple en mobilité durable et prouver que la mesure est vertueuse en tous points.

## Parts modales avant intervention

Mode	Été	Hiver
Transport collectif	25 %	100 %
Vélo	75 %	0 %
Marche	0 %	0 %
Auto solo	0 %	0 %
Covoiturage	0 %	0 %

## Stratégie de communication

- Moyens mis en place : normaux
- Outils privilégiés :
  - Intégration au manuel de l'employé.
  - Présentation de la mesure aux nouveaux employés à leur arrivée en poste.

La communication se fait facilement car la taille de l'organisation est restreinte et ne nécessite pas de gros moyens. L'adjointe administrative gère l'attribution des allocations.

## Résultats

- Nombre de bénéficiaires : la plupart des employés sont inscrits au programme Opus&Cie. 2 employés ont préféré l'allocation au transport durable, puisque cyclistes pour l'ensemble de leurs déplacements.
- Transfert modal de l'auto-solo vers le transport collectif / transport actif : aucun autosoliste parmi les employés, mais léger transfert modal du transport collectif vers le vélo.
- Commentaire employée : « Cette allocation m'incite à prendre le vélo, me permet de l'entretenir et de m'équiper de manière sécuritaire et complète. De plus, c'est très flexible et je pourrai m'inscrire à OPUS une fois l'hiver arrivé.

## • Succès : Important ● ● ●

- Avis de l'employeur : cette allocation est un très bon incitatif et il amène de l'équité entre les modes. Sa gestion est simple et moins complexe que l'indemnité kilométrique vélo-marche.

## Coûts, stratégie et subventions

- Détail des coûts : l'allocation au transport durable prend la forme d'un montant mensuel remis à l'employé. Ce montant est équivalent au coût d'un abonnement annuel au programme Opus&Cie, soit 85\$/mois.
- Coût par employé : 85\$/mois
- Stratégie de financement : les CGDM financent l'allocation au transport durable à l'aide des subventions qu'ils reçoivent pour leurs frais de gestion.

## Outils / Ressources utilisées

Expertise des CGD pour : ressource humaine attirée à la gestion de la mesure.

## Obstacles rencontrés / Solutions

Facteurs de succès de la mesure :

- Intégrée dans une équipe utilisant majoritairement les transports durables.
- Récompense les cyclistes et incite les utilisateurs du transport en commun à également utiliser les transports actifs.
- Obstacle pendant sa mise en place.
- Compréhension des employés du mode de gestion de l'allocation.

Limites de l'outil

- Cette indemnité est considérée comme un avantage imposable.
- Résultat des solutions apportées.
- 100% des employés profitent de l'allocation transport durable via un montant forfaitaire appliqué à chaque mois, ou bien de l'abonnement annuel au programme Opus&cie.

## Fiche d'identité de l'entreprise

Entreprise : CÉGEP Drummondville

Localisation du lieu d'emploi : 960 Rue Saint-Georges, Drummondville, QC J2C 6A2

Milieu : mixte

Engagement en DD : Oui

Engagement en RSE : Oui

Accessibilité du lieu :



Distance arrêt de bus le plus proche : 1 min (ligne bus 2)

Nombre de stationnements : environ 800

Ratio : 1 place pour 3,5 utilisateurs



- Secteur d'activité : services d'enseignement – établissement scolaire CEGEP
- Nombre d'emplois : 300
- Nombre d'étudiants : environ 2 500
- Horaires de travail : normaux (jour), irréguliers,, postes du soir

## Description

Le Cégep de Drummondville a mis en place un fonds pour la mobilité durable financé par la vente des vignettes de stationnement. D'abord conçu pour des mesures environnementales classiques, il a été réorienté pour la mobilité durable quelques années plus tard.

Le surcoût de 7,5\$ pour une session ou 16\$ pour une année est également associé à un rabais de 50% sur le transport collectif (bus et taxibus) ce qui permet un transfert modal en plus du financement et permet ainsi d'encourager les utilisateurs à choisir les modes alternatifs.

- Année de lancement : 2012
- Poste de la personne ressource : environnement/développement durable
- Type d'action : projet-pilote, classique, action d'un plan d'actions (PGD),(sélectionner)
- Durée d'élaboration : 4 à 6 mois
- Réaction des étudiants à la mesure : satisfaits

## Bénéfices recherchés et groupes visés

- Bénéfices principaux recherchés : accessibilité, développement durable, optimisation du stationnement, amélioration des parts modales
- Groupes visés : employés, étudiants

## Enjeux et défis particuliers

- Avant de mettre en place la mesure, le CEGEP a lancé une consultation auprès des syndicats et des associations étudiantes.

## Parts modales avant intervention

Mode	Hiver
Transport collectif	
Vélo	
Marche	Données non disponibles
Auto solo	
Covoiturage	

## Stratégie de communication

- Moyens mis en place : normaux
- Outils privilégiés : communiqué, intranet, campagne de promotion

Le but du fonds n'est pas de récolter un maximum d'argent par l'obtention d'un maximum de vente de vignettes de stationnement, mais bien au contraire d'en limiter la vente par la dissuasion financière. En ce sens la communication, c'est surtout portée sur l'incitatif combiné avec, le rabais de 50 % sur le transport collectif. Une large campagne de diffusion a été organisée à son sujet.

## Résultats

- Nombre de participants : (équivalent au nombre de vignettes vendues)
- Transfert modal de l'auto-solo vers le transport collectif / transport actif : quelques pourcents.
- Face à l'augmentation du nombre d'utilisateurs du bus pour se rendre du Terminal au CEGEP, l'autorité de transport a dû augmenter la taille de ses bus.

## • Succès : Important ●●●

- En plus de permettre de récolter plusieurs milliers de dollars annuels en faveur de mesures de mobilité durable, le fonds permet de dissuader certains automobilistes de prendre une vignette et les réorienter sur le transport collectif grâce au rabais de 50%. La combinaison entre les deux mesures est très bien articulée.

## Obstacles rencontrés / Solutions

- Aucun obstacle rapporté par la personne ressource.

## Coûts, stratégie et subventions

	Vignette-année	Vignette-session
Étudiant(e)s	92,00 \$	52,00 \$
Membres du personnel et autres utilisateurs	115,00 \$	64,00 \$
<b>Dont Fonds de mobilité durable</b>	<b>16,00 \$</b>	<b>7,50 \$</b>

- Part du fonds sur le total : entre 14 et 17% du prix total à l'année.
- Financement octroyé : environ 20 000 \$ par an selon les estimations.
- Stratégie de financement : taxe verte sur la vignette. Réinvestissement dans d'autres mesures ensuite.

## Outils / Ressources utilisées

Expertise des CGD pour le soutien à la mise en place du fonds.



# CONDITIONS GAGNANTES POUR INTÉGRER EFFICACEMENT LA MOBILITÉ DURABLE EN ENTREPRISE

Les études de cas de cette revue ainsi que les expériences des CGD en mobilité durable démontrent clairement que plusieurs facteurs sont nécessaires au succès d'initiatives dans une organisation. Voici les conditions gagnantes détaillées pour comprendre les facteurs à prendre en compte pour mener des politiques efficaces, et ainsi faire de l'île de Montréal un territoire constitué d'organisations engagées et novatrices :

- Avoir une direction impliquée et engagée.
- Nommer un coordonnateur et créer un comité de suivi au sein de l'organisation.
- Intégrer les syndicats à la démarche.
- Proposer des initiatives récurrentes.
- Opérer avec une masse critique d'employés dans un même édifice ou un même secteur.
- S'appuyer sur un diagnostic représentatif pour faire un plan d'action adapté.
- Concevoir un stationnement idéalement payant et restreint en quantité.
- Instaurer une équité entre les employés.
- Mettre en place une stratégie de promotion, d'information et de sensibilisation efficace, régulière et différenciée selon les actions et les comportements.
- Élaborer des documents de qualité à disposition des employés en tout temps.
- Utiliser des sources de revenus et d'économies pour financer les initiatives.

### Avoir une direction impliquée et engagée (interne à l'entreprise)

Sans le soutien décisionnel de la direction, la démarche peut devenir longue et contraignante : les délais pour obtenir les accords s'allongent, les financements ne sont pas prévus dans les budgets, le temps relié à la mise en place du Plan de gestion des déplacements (PGD) n'est pas dégagé, etc. Dans la majorité des cas à succès, le PGD est une initiative d'une personne employée aux ressources humaines ou au développement durable. Il existe alors parfois des écarts entre la personne qui porte le projet - en général entreprenante, sensibilisée à la mobilité durable, à l'enjeu de difficulté de recrutement et consciente de l'intérêt de la cause - et la direction qui peut parfois aborder le sujet de manière peu prioritaire.

Il est important d'apporter les arguments chiffrés, les résultats avec des indicateurs parlant pour les directions (épargnes, gains de productivité, retour sur l'investissement, etc.) et ainsi s'assurer de leur adhésion. On remarque également une implication moins importante du côté de l'organisation cliente lorsque le PGD est subventionné ou « offert » à 100 %.

### Nommer un coordonnateur et créer un comité de suivi au sein de l'organisation

Ce sont deux conditions très importantes puisque la démarche nécessite un suivi régulier : entre l'organisation d'événements, la collecte et la diffusion d'informations, il faut également faire le lien entre plusieurs services à l'interne et l'expert-conseil à l'externe. Nous conseillons de nommer comme coordonnateur une personne des ressources humaines ou une personne dont la mission est en lien avec le développement durable, il peut toutefois s'agir d'une personne d'un autre domaine (marketing, communication, etc.) ayant des considérations pour la mobilité. C'est le cas chez Ivanhoé Cambridge, client récurrent des CGD depuis plusieurs années.

La démarche peut reposer sur une personne ressource très impliquée et lorsque que cette personne n'est plus à l'emploi de l'organisation, une baisse d'engagement de l'entreprise en mobilité durable peut survenir. Il faut donc faire attention à ne pas nommer une personne sur un poste à fort taux de roulement. Également, nous avons parfois constaté que certains coordonnateurs délaissaient la mission quand elle leur était confiée. Pour s'assurer que l'employé réalise sa mission, la direction peut donc l'inscrire dans sa fiche de poste.

Créer un comité permet de rassembler autour d'un même enjeu les postes pertinents et de poursuivre la démarche efficacement. Cela permet également de pallier l'absence du coordonnateur, et de nommer si besoin quelqu'un déjà impliqué pour le remplacer s'il quitte son poste. Surtout, le comité permet d'alimenter régulièrement la réflexion sur la mobilité durable. Le comité est idéalement formé d'un membre de la direction, d'un responsable RH, d'un membre au développement durable, d'un responsable des communications internes, du gestionnaire de stationnement, etc.

Une autre condition de succès très intéressante consiste à nommer des ambassadeurs de la mobilité durable dans des services ou des édifices différents afin d'assurer le relais des informations et de pouvoir sensibiliser les employés par l'entraide et le partage. L'exemple de Radio-Canada est très intéressant : le réseau d'ambassadeurs interne (un membre par secteur) a contribué à promouvoir la Foire mobilité et faire participer un maximum d'employés.

Le comité AlterAuto de l'arrondissement de Saint-Laurent rassemble tous ces critères et fonctionne de manière optimale : il organise notamment des vélo-fêtes, gère la flotte de vélos de l'arrondissement, et s'assure que la mobilité durable soit constamment promue et intégrée dans les activités.

### Intégrer les syndicats à la démarche

S'il existe des syndicats dans l'organisation, c'est important d'intégrer un représentant au comité pour assurer le lien avec les syndiqués de l'organisation. Cela permet de garantir la prise en considération de la réalité des syndiqués; de relayer l'information via un affichage papier pour des employés qui n'ont pas accès à des ordinateurs ou de mettre à disposition des employés des ordinateurs pendant le temps de travail pour répondre au sondage sur les habitudes de déplacement et au questionnaire d'évaluation des mesures effectué a posteriori.

Cela permet aussi d'intégrer les mesures de mobilité durable dans les conventions collectives. En période de négociation, la personne syndiquée du comité joue un rôle accru de sensibilisation et de mobilisation des membres. A titre d'exemple, le CÉGEP de Drummondville a consulté le syndicat d'élèves pour concevoir son fonds de mobilité durable.

### Proposer des initiatives récurrentes

Comme pour la roue du PGD (page 11), les initiatives innovantes doivent régulièrement susciter l'intérêt et apporter du renouveau. La promotion doit se répéter régulièrement notamment pour informer sur les nouvelles mesures, pour intégrer les nouveaux employés et les anciens dont les habitudes de déplacement peuvent être amenées à changer (déménagement dans un secteur plus accessible, enfants qui peuvent se déplacer de façon autonome vers leur lieu de scolarité, etc.. Une roue d'amélioration continue doit être mise en place chez les employés pour les fidéliser à la mobilité durable et pérenniser les habitudes. Nous conseillons de construire un calendrier de systématisation des actions qui sera suivi par la personne ressource. C'est le cas notamment chez Transat où les événements s'enchaînent de manière très ordonnée, tout en utilisant au maximum les opportunités comme les événements gratuits. Les employés participent au défi du mois du vélo, au défi sans auto, à une foire

santé, à des conférences sur le vélo en plus de recevoir chaque année un entretien mécanique pour leur vélo. En comparaison, on observe parfois des employeurs qui réalisent des actions, puis les abandonnent pour les années subséquentes faute de suivi ou de budget.

### Opérer avec une masse critique d'employés dans un même édifice ou un même secteur

Certaines mesures sont confrontées à un faible nombre d'utilisateurs ou de participants tout simplement parce que la démarche globale de mobilité durable ne rassemble pas assez d'employés. Cela vaut par exemple pour des mesures telles que le covoiturage qui nécessite un bassin d'inscrits important pour créer des binômes ou bien la représentation auprès d'organismes de transport. Il peut arriver que ces derniers modifient uniquement leur desserte pour un nombre minimum d'usagers potentiels. Pour un PGD, nous conseillons donc généralement d'en réaliser quand il y a au moins 100 employés.

Si le nombre d'employés est trop peu élevé, l'approche efficace pour en faire un succès est de regrouper les organisations par édifice ou par secteur. Il est plus facile de le faire dans un édifice avec un gestionnaire immobilier commun car il possède les contacts et souhaite améliorer la desserte pour le recrutement d'entreprises locataires. On peut aisément mutualiser les actions ; c'est le cas d'Ivanhoé Cambridge, par exemple, qui propose des mesures dans ses bâtiments comme la mise à disposition de clés multiusagers BIXI. Cependant, les approches par secteur restent complexes pour des enjeux de gouvernance, de financement et d'administration s'il n'y a pas d'organisation porteuse de la démarche.

À l'heure actuelle, l'exemple de PME MTL Grand-Sud-Ouest, qui joue le rôle d'intermédiaire accompagné par les CGD pour la mise en place d'un PGD interentreprises, est une première. Des démarches de ce type sur les secteurs à vocation économique sont prévues par le service de développement économique de la Ville de Montréal.

### S'appuyer sur un diagnostic représentatif pour faire un plan d'actions adapté

Comme nous le rappelons dans la première partie de la revue (page 10), toute démarche doit débuter avec un portrait précis et exhaustif de la situation initiale et des besoins pour ensuite permettre d'intervenir de manière spécifique et adaptée.

Pour ce faire, il faut réaliser un diagnostic complet qui analyse l'accessibilité au lieu d'emploi, les habitudes de déplacement des employés et le potentiel de transfert modal. Une entreprise qui met en place une mesure sans avoir vraiment sondé son potentiel peut invalider la pertinence et l'impact de l'action sur la communauté.

### Concevoir un stationnement idéalement payant et restreint en quantité

Mettre en place des mesures pour la mobilité durable dans une organisation alors que les employés bénéficient d'un stationnement gratuit et surévalué en quantité est le pire des cas de figure. En effet, le meilleur incitatif pour changer de comportement pour un autosoliste est d'avoir un stationnement restrictif. On le voit à Radio-Canada où le déménagement réduira le nombre de cases de stationnement de 1 200 à moins de 250 places ; les employés cherchent activement des alternatives pour changer leurs habitudes.

Dans les secteurs industriels et commerciaux excentrés, les stationnements répondent généralement à un minimum règlementaire et sont conçus en vue de la période d'achalandage maximum (exemple: le stationnement du terminus Fairview à Pointe-Claire calibré en fonction des heures de pointe lors des périodes des fêtes de fin d'année).

Pourtant, aujourd'hui encore, nous voyons des promoteurs et des organisations construire de grands stationnements car trop peu de réglementation municipale ne les contraint à agir de manière écoresponsable (une réglementation exemplaire est appliquée à l'arrondissement Saint-Laurent, voir annexe). L'attestation développée par le Conseil régional de l'environnement de Montréal (CRE-MTL) encadre très bien les conditions d'un stationnement écoresponsable. L'attestation récompense les bonnes pratiques mais pour qu'il y ait un réel impact, la ville et ses arrondissements doivent les intégrer dans leur réglementation.

Nous conseillons vivement d'instaurer une politique de stationnement durable au sein de l'organisation, qui va réglementer le stationnement pour permettre des transferts modaux efficaces. Cette politique doit prendre en compte plusieurs points : tarifier le stationnement, l'aménager de manière écoresponsable (fiche D.1) en mettant à disposition des employés des infrastructures vélos (fiche B.2) et des cheminements piétons conviviaux (fiche B.4), prioriser le covoiturage et l'autopartage dans le choix des places (fiche C.2) et si possible ajouter une taxe pour la mobilité durable au prix (fiche F.5). D'un point de vue technique, nous conseillons donc d'installer un système de contrôle aux entrées et aux sorties avec un système adapté (guérite, borne, lecteurs de plaques d'immatriculation, etc.) facilitant grandement la mise en place des mesures incitatives par l'employeur.

Concernant le tarif du stationnement, il faut aussi veiller à plusieurs points :

- il est conseillé de faire payer idéalement aux deux semaines, au mois, ou au trimestre mais pas à l'année : cela permet aux autosolistes de pouvoir changer de mode l'été sans avoir l'impression de ne pas rentabiliser leur abonnement. Un coût annuel trop bas incite à l'achat d'un abonnement annuel et diminue l'utilisation des alternatives à l'auto-solo.
- il faut sensibiliser les autosolistes au coût réel du stationnement en affichant obligatoirement le tarif dans les fiches de paie et dans les documents officiels. Ainsi, le stationnement sera perçu comme un avantage et non un dû à l'employé. L'employé doit aussi avoir le droit de refuser de payer le stationnement pour utiliser un mode alternatif.
- favoriser le covoiturage en proposant un rabais sur le tarif, et éventuellement des tirages.
- faire des services de la ville de Montréal un exemple. Le stationnement est encore trop perçu comme un privilège et parfois un dû. Les employés sont parfois sur des listes d'attentes en fonction de leur ancienneté pour obtenir l'accès à un stationnement. Certains habitent à distance de marche et choisissent tout de même de se déplacer en voiture pour se prévaloir de ce privilège tant attendu. Un changement de paradigme doit être amorcé.

### Instaurer une équité entre les employés

Proposer une place de stationnement gratuite à l'année à un autosoliste, mais ne proposer aucune mesure en faveur des modes alternatifs, est une condition perdante majeure. Comme nous l'avons vu, de manière inconsciente, les organisations privilégient parfois les autosolistes aux autres usagers en mettant à disposition un stationnement gratuit et en nombre suffisant ce qui constitue un avantage financier certain. Selon la Victoria Transport Policy Institut cité dans le Guide de stationnement du CRE paru en 2014, le coût d'un stationnement oscille entre 59\$ et 350\$ mensuellement en fonction de l'emplacement (voir Annexe).

Lors du déploiement des mesures, il faut ainsi veiller à respecter une certaine équité entre les usagers, non seulement entre les autosolistes et les autres mais aussi entre les modes alternatifs eux-mêmes. Bien entendu, l'organisation peut tout de même privilégier un mode s'il est justifié par le diagnostic et le contexte : pas besoin de favoriser autant le covoiturage que le vélo pour un édifice en hypercentre. Cela peut aussi être justifié selon les valeurs de l'entreprise qui peut prôner les modes actifs pour leurs bénéfices en santé et en bien-être (voir page 13). Pour un lieu de travail où tous les modes sont viables, il faudra donc proposer des mesures à tous les usagers.

En termes d'incitatifs financiers, la meilleure façon est de proposer une allocation au transport durable (fiche F.3) pour les modes actifs, et un rabais sur le transport collectif (fiche A.1) d'un même montant. Pour ce rabais, il faut prendre en compte les lieux de résidence des employés car les tarifs diffèrent selon les zones. Selon les valeurs de l'organisation et les souhaits de la direction, il faut donc réfléchir à justifier une certaine équité. Pour ne pas encourager l'étalement urbain, nous recommandons de donner un montant fixe, par exemple de la TRAM 1 (86,5 \$), corrélé au montant de l'allocation au transport durable, plutôt qu'un pourcentage fixe applicable à tous les tarifs des zones. L'indemnité kilométrique pour les déplacements d'affaires doit prendre en compte les déplacements à vélo par exemple, pas seulement les déplacements effectués en auto.

### Mettre en place une stratégie de promotion, d'information et de sensibilisation efficace, régulière et différenciée selon les actions et les comportements.

Par expérience, nous constatons que la diffusion et la communication des actions sont primordiales tout autant que l'action elle-même, notamment pour les événements ponctuels (ateliers vélo, défi, etc.). Plus le nombre d'employés informé est important, plus le nombre d'utilisateurs ou de participants sera élevé. C'est notamment le cas chez Transat, où l'évaluation des mesures a révélé un plus haut taux de participation aux activités qui avaient fait l'objet de promotion plus accentuée.

Nous conseillons donc vivement de prévoir le budget et les heures dans la démarche pour réaliser un plan de communication utilisant un large panel de moyens et de supports. En effet, nous observons régulièrement que de nombreux employés ne connaissent pas certaines mesures. On peut prendre l'exemple du rabais OPUS pour les employés de la ville de Montréal : c'est une action qui mérite une plus grosse diffusion pour bonifier le nombre d'employés participants.

Il faut veiller à construire une stratégie de communication qui utilise toutes les possibilités de diffusion disponibles dans l'organisation (affiches, babillards, page web, intranet, télévisions, courriels, kiosques, dîners jumelage pour le covoiturage, etc.) et qui soit modulable selon les besoins de chaque action. Il faut régulièrement réinformer les employés des dates clés (par exemple pour le début de la saison du vélo) via tous types d'outils et d'évènements (fiches B.3 et E.1) mais aussi tout au long de l'année avec des documents accessibles à tous, comme nous l'expliquons dans le prochain point.

Cette stratégie d'information doit s'appuyer sur une expertise en changement de comportement qui permet d'évaluer la pertinence et la faisabilité de la stratégie dans un contexte donné. Nos PGD s'appuient sur un sondage qui identifie les possibilités de changement comportemental chez les employés. En effet, nous posons des questions d'ordres cognitif et psychologique (issues d'un travail de réflexion avec des experts) qui nous permettent de connaître où en est le cheminement vers le passage à l'action, quelles sont les barrières au changement, et ainsi nous guider pour bien intervenir au bon moment et avec des actions bien fondées.

## Élaborer des documents de qualité à disposition des employés en tout temps

Une bonne démarche de mobilité durable est claire et accessible aux employés pour qu'elle puisse être connue et pratiquée facilement. Un manuel ou un guide de la mobilité durable est un excellent support de communication et de sensibilisation. Grâce à ce document, les employés ont des informations sur l'accessibilité de leur lieu de travail avec les différents modes alternatifs et sur les conditions d'utilisation des mesures mises en place. Nous conseillons de mettre à disposition ce document sur l'intranet et de régulièrement le promouvoir et le diffuser, tant aux anciens qu'aux nouveaux employés (dans une pochette de bienvenue ou annexé au manuel de l'employé par exemple).

Cette information disponible en tout temps peut permettre à des employés de modifier leurs déplacements si l'organisation déménage, si eux-mêmes déménagent ou s'ils ont un changement dans leur vie (arrivée d'un enfant, etc.).

L'autre outil complémentaire à ce guide est la cartographie dynamique qui permet de présenter l'accessibilité au lieu d'emploi de manière interactive et personnalisée. La carte peut présenter le transport collectif de manière générale, mais aussi les infrastructures et équipements de transport actif, les particularités se rattachant au site, les différents points d'entrée, etc. ; elle permet d'aller bien plus loin qu'une application de planification de déplacements.

## Utiliser des sources de revenus et d'économies pour financer les initiatives.

Ce facteur de succès repose sur la réutilisation des revenus récoltés ou économisés par l'automobile au profit des modes alternatifs. En effet, la possibilité de créer des mécanismes de financement est encore peu utilisée et peu démocratisée, pourtant cela porte ses fruits. C'est le cas du « Parking Cash-out » au FSTQ qui permet d'utiliser l'argent économisé par le permis de stationnement pour financer un rabais sur le transport collectif, mais aussi du Fonds de mobilité durable du CÉGEP de Drummondville. Ces sources de revenus permettent d'assurer un budget régulier pour la mobilité durable, de responsabiliser les autosolistes, mais surtout de générer des transferts modaux si elles sont conjuguées avec des actions en faveur des modes alternatifs.

L'autre possibilité est de réaliser des économies par l'optimisation des besoins d'une flotte de véhicules (fiche D.2) des déplacements professionnels (fiche D.3) et par l'utilisation de l'autopartage (fiche C.3), et par la diminution des besoins en stationnement. Une fois les économies réalisées, le but est de consacrer cet argent à d'autres modes, comme pour le premier cas.

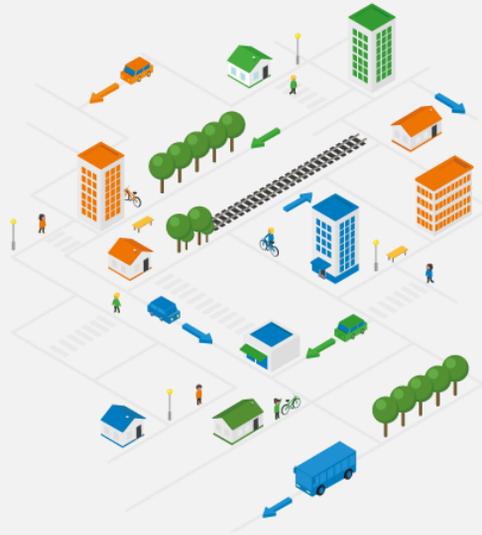
## Qu'est-ce qu'une politique de mobilité durable idéale ?

En somme, les organisations doivent mettre en place des mesures en prenant en compte tous ces facteurs de succès afin de réaliser une démarche gagnante. Cette démarche doit se concrétiser par la réalisation d'un Plan de Gestion des Déplacements (PGD). Ce PGD doit être évalué, suivi et ajusté en continu, avec le principe de la boucle déjà présenté. Année après année, de plus en plus d'employés y adhèrent. D'après ses clients ayant réalisé un PGD, MOBA (CGD de l'ouest de l'île) a calculé sur son territoire depuis plusieurs années des taux de diminution d'utilisation de l'auto-solo de 17 % et d'émission de gaz à effet de serre (GES) de 12 % au sein de ces organisations.

Cette politique doit également avoir comme objectif d'aller plus loin que la simple résolution d'un problème de ressources humaines ou de stationnement, car elle fait partie de l'équation menant au succès d'une organisation, à la lutte aux changements climatiques et au bien-être de la communauté. Le déplacement domicile-travail est un moment essentiel pour un individu dans sa journée et un facteur important de choix de vie professionnelle. Cette politique réduit l'impact sur l'environnement et propose un cadre de travail privilégié à ses employés. Elle doit rechercher au mieux tous les bénéfices de mobilité durable et proposer un cocktail de transport donnant le plus de liberté de déplacements possibles aux employés, tout en restant adapté au contexte et aux besoins.

Également, cette politique doit suivre les évolutions technologiques (avènement de nouveaux modes alternatifs), réglementaires, et sociétales (nouveaux comportements et aspirations des employés). Elle doit agir préventivement pour s'adapter aux événements à l'avance : travaux majeurs comme le REM, déménagements, roulement du personnel, etc.

Pour tendre vers cet idéal, la ville de Montréal doit inciter les employeurs à s'engager en ce sens. Comme nous l'avons souligné à plusieurs reprises, encore peu de mesures, de règlements et de financements permettent de contraindre ou d'accompagner les entreprises. Les deux doivent être mis en place pour des résultats probants. Nous constatons aussi régulièrement que de nombreuses entreprises n'ont pas connaissance de l'existence d'alternatives efficaces à l'auto-solo, ni d'une expertise-conseil pouvant les accompagner. C'est à tous ces enjeux que nos recommandations tenteront de répondre.



# RECOMMANDATIONS À LA VILLE DE MONTRÉAL POUR FAVORISER LA MOBILITÉ DURABLE EN ENTREPRISE

Nos recommandations portent sur ce que devrait faire la Ville de Montréal, les mairies d'arrondissement et leurs partenaires pour favoriser la mobilité durable au sein des organisations et faire de l'île de Montréal un territoire constitué d'entreprises engagées et novatrices. Nous abordons l'aspect financier, réglementaire, la gestion et la promotion, ainsi que l'exemplarité en matière de transport durable. Les objectifs de ces recommandations sont multiples :

- Engager un plus grand nombre d'entreprises et d'institutions dans une démarche durable de gestion des déplacements de leurs employés.
- Faciliter la mise en place concrète des mesures proposées dans les plans d'action.
- Pérenniser l'engagement des entreprises et des institutions.
- Soutenir le développement économique de la métropole.
- Réduire la quantité de GES générés par les déplacements domicile-travail et professionnels.
- Assurer la qualité et la cohérence des produits et services de mobilité durable sur l'île.
- Arrimer de manière harmonieuse les politiques et les actions des différents partenaires.

## Financement

Nous conseillons à la ville de Montréal d'évaluer les moyens financiers qu'elle possède afin d'encourager les organisations à mettre en place des démarches de mobilité durable.

- Subventionner les PGD pour les entreprises ou gestionnaires immobiliers de plus de 100 employés au même lieu d'emploi et les PGD interentreprises.

Jusqu'en 2011, le programme Allégo (ancien nom du PGD) était financé par le MTQ avec son Programme d'aide gouvernementale aux modes de transport alternatifs à l'automobile. Le PGD était remboursé à 50% jusqu'à hauteur de 35 000 \$. La subvention couvrait l'accompagnement des CGD pour sa réalisation. Les actions découlant du plan d'action n'étaient pas subventionnées.

Cette subvention a permis de motiver de nombreux employeurs à réaliser un PGD. Depuis, l'employeur doit financer 100% de la démarche. En tant que CGD, nous observons un essoufflement de la démocratisation des PGD depuis la disparition de cet incitatif. Jumeler cet accompagnement financier avec une réglementation efficace permettrait de déployer de nombreux PGD sur le territoire.

Nous recommandons également, dans le cadre de regroupements interentreprises, de centraliser le financement des actions en donnant le rôle de fiduciaire à une entité externe unique, par exemple à la même qui pilote le comité (en plus de son rôle d'accompagnement) ou par exemple aux six PME MTL du territoire. Cela permettrait un suivi facile des subventions et de la bonne réalisation des actions.

- Financer les actions d'un PGD de manière progressive.

Afin de concrétiser les actions préconisées des plans d'action d'un PGD, il faudrait nécessairement que la Ville déploie des aides pour inciter les employeurs à les réaliser. Un échelonnage des versements tout au long de la démarche permet d'engager l'employeur pour toute la durée du processus, y compris pour l'évaluation.

De nombreuses actions peuvent être subventionnées : infrastructures vélos, programmes de titres à l'essai, incitatifs pour le covoiturage, comptes corporatifs d'autopartage, stationnements écoresponsables, optimisation des flottes de véhicules, guide de mobilité durable par édifice, etc. Il serait intéressant d'étudier la possibilité d'intégrer ces financements par le biais de programmes PRAM avec le service de développement économique de

la Ville de Montréal. Le PRAM est un programme de subventions qui s'adresse à la communauté des gens d'affaires et aux propriétaires immobiliers commerciaux pour la rénovation des façades et la modernisation des locaux commerciaux.

- Arrimer les financements avec ceux du Gouvernement du Québec.

Dans son plan d'action en développement économique du territoire, la Ville de Montréal prévoit de « contribuer à la réalisation d'initiatives et de projets structurants visant à favoriser la mobilité des travailleurs ». Nous conseillons à la Ville de Montréal de bien arrimer ses subventions afin d'éviter les redondances et d'être complémentaire avec les financements du Gouvernement du Québec. Voici les financements avec lesquels il convient de s'arrimer :

### Politique de mobilité durable - MTQ

Dans son Plan d'action 2018-2023 de sa politique de mobilité durable à horizon 2030, le Ministère des Transports du Québec prévoit de soutenir financièrement les plans de déplacements des grands générateurs, à hauteur de 2 millions de dollars sur 4 ans (à compter de 2019-2020). Cette aide prévoit « un appui à la mise en place de plans de déplacement en entreprise » ainsi que « des projets pilotes pour de l'autopartage en entreprise ».

### Fonds Écoleader - FAQDD

Le Fonds Écoleader est un nouveau fonds coordonné par le Fonds d'action québécois pour le développement durable (FAQDD), en collaboration avec le Centre québécois de développement durable (CQDD) et Écotech Québec. Son objectif est de rejoindre 50 000 entreprises québécoises afin de les orienter et de les soutenir dans l'implantation d'un large éventail de pratique d'affaires écoresponsables et de technologies propres.

Jusqu'en septembre 2022, une aide financière est offerte aux entreprises qui souhaitent engager des experts, afin de les aider à mettre en place des pratiques écoresponsables ou à se préparer à l'acquisition de technologies propres. L'aide financière versée peut atteindre jusqu'à 30 000\$ par entreprise pour la réalisation d'un projet visant l'adoption de pratiques écoresponsables, pour un maximum de 50% des dépenses admissibles. Cette aide peut atteindre 300 000\$ dans le cas d'un groupement d'entreprises.

### PAFEMAP

Le Programme d'aide financière aux entreprises en matière d'activités physiques (PAFEMAP) vise à augmenter le nombre d'initiatives développées par les petites et moyennes entreprises (5 à 499 personnes) pour encourager la pratique régulière d'activités physiques chez l'ensemble de leur personnel, donc directement les déplacements actifs. Les aménagements admissibles sont les suivants : supports à vélo, abris à vélo, vestiaires et douches, bornes de réparation mécanique. L'aide financière maximale admissible est de 40 000 \$ pour l'ensemble des trois volets. Le demandeur doit apporter sa propre contribution de 20 % du total des dépenses admissibles.

- Faire des campagnes de titres de transport collectif à l'essai.

Sans subvention, presque aucune entreprise ne met en place de campagne incitative de type titre de transport collectif à l'essai. Pourtant, la campagne « Le transport collectif, je l'essaie » de l'AMT, gérée par les CGD entre 2007 et 2012, démontrait un transfert modal de l'auto-solo vers le transport collectif de près de 70% après trois mois d'essai au transport collectif.

- Créer un Fonds redistributif pour la mobilité durable à l'exemple des contraventions de stationnement.

L'argent récolté par les contraventions de stationnement doit directement être reversé pour des actions de mobilité durable. Le tarif de la contravention de stationnement a augmenté cette année pour permettre de sécuriser davantage les réseaux de voiries et de financer le Réseau Express Vélo, selon le communiqué de presse de la Ville de Montréal en mars 2019.

Puisque l'augmentation de tarif est considérée comme une sanction de la part des autosolistes, il faudrait parler d'un fonds pour la mobilité durable, détailler les actions prévues, et diffuser l'information dans les règlements de stationnement et sur le support physique des contraventions afin de sensibiliser les automobilistes. En complément avec cette proposition, d'autres sources de financement devraient être explorées (péages urbains, permis de construction, etc.).

## Règlementation

- Identifier les différents moyens légaux disponibles.

Nous conseillons à la Ville de Montréal d'évaluer les moyens légaux qu'elle possède afin d'encourager les organisations à mettre en place des démarches de mobilité durable. En 2008, le Plan de transport s'est avéré très ambitieux, mais de nombreuses orientations n'ont pas été suivies et n'ont pas donné place à des mises en œuvre d'actions concrètes, car elles n'étaient pas combinées avec une réglementation contraignante. Ces types de règlements d'arrondissements et de Villes lié(e)s pourraient être concernés :

- Circulation et stationnement,
- Construction et transformation de bâtiments,
- Projets particuliers de construction, de modification ou d'occupation d'un immeuble,
- Urbanisme.

Le Schéma d'aménagement et de développement de l'agglomération de Montréal pourrait être utilisé pour diffuser les mesures car les municipalités reconstituées et les arrondissements doivent rendre leur plan et leurs règlements d'urbanisme conformes au schéma.

- Obliger les entreprises ou des gestionnaires immobiliers de 100 employés et plus à un même lieu d'emploi de réaliser un Plan de gestion des déplacements.

L'intérêt de cette mesure est d'utiliser le cadre réglementaire des arrondissements ou de la Ville pour déployer des PGD dans les secteurs industriels, car c'est très rarement la priorité des constructeurs et gestionnaires immobiliers. Cette mesure peut s'appliquer facilement aux bâtiments futurs ou modifiés car le déposant du permis de construire doit se conformer aux réglementations pour l'obtenir. Comme il est impossible de prédire précisément le nombre d'employés d'un futur bâtiment, un ratio d'employés par m<sup>2</sup> selon le type d'industrie peut être utilisé. Il est nécessaire de bien stipuler les conditions de mises en place du PGD pour s'assurer qu'ils soient qualitatifs. Des exemples réglementaires en France et en Belgique fonctionnent très bien.

Pour les bâtiments existants non modifiés, c'est plus complexe car cela ne dépend pas de ces réglementations liées à l'obtention de permis : il faut étudier les possibilités réglementaires que la Ville de Montréal possède afin d'encourager les organisations à mettre en œuvre un PGD.

Cette mesure existe actuellement sous une forme légèrement différente dans un seul arrondissement, celui de Saint-Laurent (voir annexe) : pour un permis de construction ou un certificat d'autorisation de plus de 100 cases de stationnement, le requérant ou le locataire doit adhérer à un Plan de gestion des déplacements et à une lettre d'engagement pour sa mise à jour aux trois ans. Lors de l'analyse de conformité par le service d'urbanisme, ce point de règlement n'entraîne pas de grosse charge de travail supplémentaire.

- Favoriser les PGD interentreprises.

Il est primordial de permettre et d'encourager les actions conjointes afin de répondre aux besoins de 83% des organisations de l'île qui sont des petites et moyennes entreprises (PME). Il s'agit d'une situation où la force est dans le nombre; ainsi, les gestionnaires immobiliers d'édifices, entreprises regroupées au sein d'associations de zones industrielles et autres ont plus de moyens et d'impact en agissant en regroupement.

- Intégrer les enjeux de mobilité des organisations et entreprises dans les réalisations de PLD.

Lors de la réalisation d'un Plan local de déplacements (PLD) ou de sa mise à jour, il est important que les déplacements domicile-travail et professionnels soient intégrés. Pour certains arrondissements, les entreprises ont été consultées et des mesures spécifiques ont été proposées (arrondissement de Saint-Laurent, Ahuntsic-Cartierville, Rosemont-La-Petite-Patrie, Rivière-des-Prairies, Pointe-aux-Trembles).

- Renforcer la politique de stationnement de la Ville de Montréal.

Le stationnement est une composante essentielle du transport qui, s'il est restreint ou payant, permet directement de réaliser des transferts modaux vers des modes alternatifs. La Ville de Montréal multiplie les efforts en ce sens depuis quelques années, retranscrits dans le document de la Politique de stationnement (juin 2016) ainsi que le rapatriement de Stationnement Montréal en tant que Société paramunicipale. Nous conseillons de renforcer la politique en s'inspirant des travaux du CRE Montréal, notamment dans le guide paru en 2014 intitulé : « Le stationnement, un outil incontournable de gestion de la mobilité et de l'aménagement durables » et le rapport remis en 2017 au MTQ « Le stationnement dans la métropole ».

- Supprimer les quotas minimum de stationnement automobile pour les nouvelles constructions industrielles et installer des seuils maximum au cas échéant.

De nombreux arrondissements imposent aujourd'hui un ratio minimum de cases de stationnement à inclure pour toute nouvelle construction dans les zones où une desserte efficace et des infrastructures conséquentes le permettent. Nous proposons d'aller à l'encontre de ces règlements favorables à l'automobile et de supprimer ces ratios pour les constructions industrielles car, comme nous le rappelons dans les conditions gagnantes, mettre en place des mesures de mobilité durable sans un stationnement payant et limité est inefficace. Pareillement, mettre en place des seuils maximum de stationnement peut s'avérer efficace si le nombre fixe est inférieur à l'équilibre de marché.

A titre d'exemple, les arrondissements Ville-Marie, Saint-Laurent et Plateau Mont-Royal ont mis en place une telle mesure; Verdun a retiré les seuils minimums seulement dans les secteurs résidentiels à proximité d'une station de métro. Les autres appliquent toujours des seuils. L'arrondissement de Saint-Laurent a mis en place une règle plus spécifique, incluant des ratios minimums de stationnement selon la nature des activités présentes au sein d'une même entreprise et de leurs besoins spécifiques en matière de main-d'œuvre (nombre de stationnement par mètre carré), ainsi qu'un ratio maximum (voir annexe). De plus, le nombre de cases exigé est réduit de 40 % dans le Vieux-Saint-Laurent et à moins de 500 m d'une station de métro, ainsi que de 20 % à proximité des gares de train de banlieue existantes et des stations de métro projetées. Ce rayon a été bonifié à 800 m en 2011.

- Évaluer la possibilité de réglementer la mise en place d'infrastructures et d'équipements pour les transports actifs dans les anciens et nouveaux bâtiments d'activités.

Afin de développer l'usage du vélo et des autres modes actifs (marche, course, trottinette, etc.), nous conseillons d'imposer par voie réglementaire la mise à disposition d'équipements pour les modes actifs dans les bâtiments accueillant plus de 100 employés avec des ratios préétablis, dans les zonages industriels et commerciaux. Voici des exemples d'équipements : stationnements vélo classiques et/ou vélo sécurisés, vestiaires avec douches et casiers, cheminements sécurisés, bornes mécaniques de réparation vélo, etc. Ces mesures sont déjà réglementées dans le Schéma d'aménagement et de développement de Montréal pour les usages résidentiels. Les différents ratios prendraient en compte le type d'activité, le secteur géographique, la présence de stations BIXI, etc.

## Gestion et Promotion

- Soutenir les campagnes de promotion de la mobilité durable pour sensibiliser les employeurs et soutenir les divers défis et événements.

En parallèle au déploiement du Réseau Express Vélo qui améliorera l'offre en infrastructure, il faut également stimuler la demande et donc sensibiliser au maximum les usagers. La Ville de Montréal pourrait soutenir l'organisation des vélo-fêtes dans des secteurs à vocation économique (comme l'arrondissement Saint-Laurent), lancer une campagne de sensibilisation des employeurs pour qu'ils mettent en place une démarche, soutenir et participer au Park(ing) Day, au Défi sans auto solo, aux Déjeuners Leaders organisés par les CGD, etc.

- Appuyer pour une initiative de plateforme métropolitaine publique de covoiturage de travailleurs.

À l'heure actuelle, le bassin de covoitureurs pour les déplacements domicile-travail est dispersé dans la pluralité des plateformes de covoiturage (exo, Netlift, Oui Hop, Covoiturage.ca, etc.), ce qui a pour effet de limiter considérablement le potentiel de covoiturage et de décourager les utilisateurs par le manque de possibilité de trajet. De plus, de nombreux modèles économiques de covoiturage sont régulièrement expérimentés, de nombreuses plateformes apparaissent et disparaissent, ce qui peut devenir complexe pour l'utilisateur.

Nous recommandons de mettre en place une plateforme unique, opérée à l'échelle métropolitaine et tenant compte des divers besoins des utilisateurs en fonction de leurs horaires, de leur besoin et de leur origine/destination.

- Créer un guichet unique de la mobilité durable et centraliser les produits et services de manière intégrée.

Ce principe permettrait de favoriser la promotion du cocktail de transport auprès des employeurs, de faciliter la gestion des abonnements corporatifs, de favoriser les intermodalités, la multimodalité et d'uniformiser les tarifs. La segmentation des produits et services, par exemple la distinction entre les deux programmes OPUS corporatifs, rend les processus peu clairs tant pour les employeurs que les employés et allonge le temps de gestion associé.

De ce constat, nous proposons un seul guichet pour tous les produits et services de transport collectif et actif, qui générerait le programme OPUS&Cie, OPUS+ Entreprise (exo), les clés multiusagers BIXI, les comptes corporatifs

d'autopartage (Communauto et ShareNow), etc.

Idéalement, une fois ces produits mis en place dans les organisations de manière centralisée, l'organisme chargé d'être le guichet unique pourrait aussi les accompagner pour une démarche plus globale (comme le PGD) soit de manière directe si elle détient la compétence, soit en travaillant conjointement avec une organisation d'expertise-conseil qualifiée.

Cette centralisation des produits et services doit être couplée avec le principe de mobilité intégrée qui agit en tant qu'interface entre tous les services de mobilité et le citoyen afin de lui offrir un forfait tarifaire de mobilité qui serait adapté à ses besoins et qu'il pourra gérer à sa guise.

- Appuyer le processus de regroupement/fusion des 3 CGD métropolitains.

Dans le but de continuer d'accroître notre rayonnement et d'être plus efficaces, nous sommes en processus de regroupement/fusion des trois CGD : Voyagez Futé, MOBA et CGD EML. Actuellement, le MTQ accorde un financement de 100 000 \$ par CGD ; il est donc demandé par les CGD d'autoriser la fusion sans coupure.

La Ville de Montréal, via son service de développement économique, fait partie du comité planification nommé comité évolution. Un nouveau plan d'affaires plus ambitieux est en cours de rédaction. Tous les services concernés de la Ville (mobilité, transport, urbanisme, développement durable, environnement, ...) et les CGD doivent fonctionner de manière collaborative et transversale pour s'assurer de la cohésion et de la mise en place des actions qui découlent des différents documents de planification (Plan de mobilité, Plan de réduction des émissions de GES, Plan de développement durable, etc.). Un comité de suivi des plans d'actions pourrait donc être créé à cet effet.

## Exemplarité

- Faire de la Ville de Montréal un employeur exemplaire.

Au même titre que les Ministères et Organismes du Gouvernement du Québec avec qui les CGD travaillent actuellement pour mettre en place des initiatives dans leurs édifices à travers le Québec, la Ville de Montréal doit montrer l'exemple avec ses 28 000 employés. Le rabais sur le transport collectif via les programmes corporatifs OPUS instaurés en 2018 est un effort considérable que nous soulignons malgré son impact encore limité.

Certaines directions ont mis en place des mesures appréciées des employés :

- l'hôtel de Ville et l'édifice Louis-Charland se sont dotés de locaux pour vélos et de douches,
- des kiosques annuels permettent aux employés de bénéficier des conseils d'un mécanicien vélo,
- certaines unités mettent également des clés multiusagers BIXI à disposition des employés.

De plus, le stationnement est considéré comme un acquis et un avantage et les déplacements d'affaires en auto solo sont encore trop encouragés. Nous conseillons de :

- Instaurer un programme de remboursement des déplacements d'affaires effectués en transport actif,
- revoir l'attribution des places de stationnement réservées aux employés,
- conseiller dans la mise en place de cases de stationnement réservées au covoiturage des travailleurs,
- accompagner l'adhésion à un abonnement d'autopartage corporatif, etc.

- Réaliser un PGD pour tous les bâtiments ou sites d'emploi de la Ville de Montréal et de ses arrondissements qui rassemblent plus de 100 employés.

Cette mesure doit idéalement se coupler avec la réglementation proposée (page 117) sur l'obligation de réaliser un PGD pour les édifices de plus de 100 employés. Une priorisation d'intervention pourrait être planifiée afin de mettre en place progressivement des démarches de mobilité durable en commençant par les édifices les moins bien desservis ou avec des problématiques de stationnement.

- Démocratiser l'IKVM (Indemnité kilométrique vélo-marche) et l'allocation au transport durable.

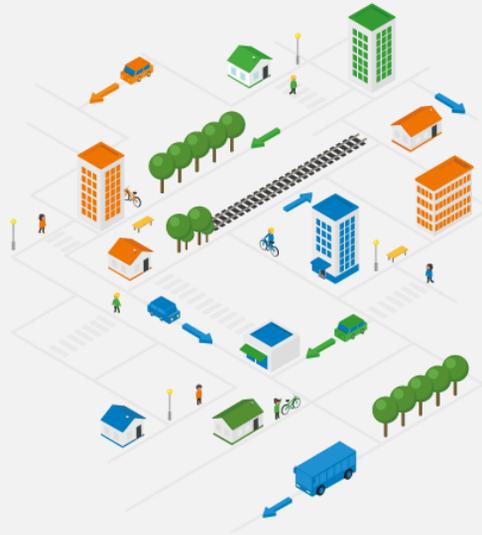
En adéquation ou en complément du rabais sur le transport collectif récemment instauré, nous conseillons de proposer en premier lieu une allocation au transport durable ou en deuxième lieu une indemnité kilométrique vélo-marche pour encourager les usagers des transports actifs de manière innovante et efficace. Ces deux mécanismes sont en train d'être largement démocratisés en Europe, notamment en France où la fonction publique va adopter le forfait mobilité durable pour tous ses employés avec un plafond de 400 € (environ 600 \$) par année. Le forfait mobilité durable a l'avantage par rapport à l'IKVM de s'ouvrir à d'autres modes alternatifs, et d'être flexible pour l'employé. L'IKVM est plus adaptée aux déplacements professionnels.

- Développer une stratégie de communication interne ambitieuse et récurrente (campagnes de sensibilisation des employés, participation à des défis, soutien aux événements de promotion du transport actif et collectif, etc.).

Au même titre qu'elle devrait soutenir les campagnes de mobilité durable (page 119), et dans la continuité de ses efforts, la Ville de Montréal devrait planifier une communication interne ambitieuse et récurrente à l'égard de ses employés, afin de les sensibiliser et de les inciter à se déplacer de manière plus durable.

- Veiller à la bonne utilisation des ressources de la Ville en matière de déplacements

La démarche du Contrôleur général de la Ville de Montréal est de veiller à ce que les fonds publics soient utilisés conformément aux lois et règlements, et de manière éthique. Déclarée enjeu stratégique par l'administration, sa compétence est étendue tant dans les services centraux que les arrondissements, et s'applique donc de facto à tous les postes de dépenses, dont ceux engendrés par les déplacements des employés. En ce sens, tendre vers une réduction des coûts budgétaires de déplacements par l'adoption de mesures moins onéreuses, plus durables et efficaces répond à l'enjeu du contrôleur général. Nous conseillons donc à la Ville de continuer ses efforts pour répondre aux objectifs fixés par le Contrôleur général et d'également inciter les arrondissements à le faire.



# ANNEXES

## Coûts réels du stationnement (extrait du Guide du Stationnement du CRE MTL paru en 2014)

Tout stationnement a un coût. Même dans une banlieue où le prix des terrains est abordable, les coûts de stationnement existent bel et bien. L'acquisition d'un terrain, la construction du stationnement et l'entretien constituent les trois principales variables qui déterminent le coût total d'une place de stationnement. Comme le montre le tableau ci-contre, les coûts mensuels moyens d'une place de stationnement oscillent entre 59\$ et 350\$. Ajoutons que pour tout véhicule en circulation, on compte environ entre 3 et 6 places de stationnement par véhicule. Au minimum, il faut que le véhicule puisse se stationner près de la résidence, sur le lieu de travail, de loisir ou d'achat. Ainsi, chaque véhicule engendre entre 177\$ (59\$ $\times$ 3) et 2100\$ (350\$ $\times$ 6) de coût de stationnement par mois.

Type de stationnement	Coûts du terrain (par acre)	Coûts de construction par espace	Coûts d'entretien	Total par an par place	Total mensuel par place	Total journalier par place
Banlieue, sur rue	200 000\$	3 000\$	350\$	709\$	59\$	2,36\$
Banlieue, de surface	200 000\$	3 000\$	350\$	805\$	67\$	3,35\$
Banlieue, en ouvrage 2 niveaux	200 000\$	15 000\$	350\$	1 852\$	154\$	7,72\$
Banlieue, souterrain	S/O	25 000\$	900\$	3 260\$	272\$	13,58\$
Ville, sur rue	1 000 000\$	5 000\$	450\$	1 300\$	108\$	4,33\$
Ville, de surface	1 000 000\$	5 000\$	550\$	1 809\$	151\$	7,54\$
Ville, en ouvrage 3 niveaux	1 000 000\$	18 000\$	800\$	2 761\$	230\$	11,51\$
Ville, souterrain	S/O	25 000\$	900\$	3 260\$	272\$	13,58\$
Centre-ville, sur rue	5 000 000\$	5 000\$	600\$	2 960\$	247\$	9,87\$
Centre-ville, de surface	5 000 000\$	5 000\$	600\$	4 702\$	392\$	15,67\$
Centre-ville, en ouvrage 4 niveaux	5 000 000\$	20 000\$	1 000\$	3 795\$	316\$	12,65\$
Centre-ville, souterrain	S/O	35 000\$	1 200\$	4 203\$	350\$	14,01\$

Source : Victoria Transportation Institute, "Parking Costs Calculator"

Document téléchargeable [ici](#).  
Voir pages 14, 14 et 79 du Guide pour plus d'informations.

## Extrait du règlement de l'arrondissement Saint-Laurent sur l'obligation de réaliser des PGD dans certains cas (RÈGLEMENT NUMÉRO RCA08-08-0003-13)

### + Tableau de l'annexe B

« Lorsqu'une demande de permis de construction ou de certificat d'autorisation vise un projet institutionnel, commercial ou industriel générant plus de 100 cases de stationnement, le requérant ou le locataire doit fournir les documents suivants :

- 1° un Plan de gestion des déplacements visant à encourager l'utilisation du transport en commun, les transports actifs et limiter l'utilisation de l'auto en solo, tel qu'indiqué à l'annexe B,
- 2° une lettre d'engagement pour la mise à jour du plan de gestion des déplacements aux trois ans. »

#### Contenu du Plan de gestion des déplacements exigé à mettre à jour aux 3 ans

Étape 1	Sous-étape	Éléments exigés
Diagnostic	Profil d'accessibilité	Analyser l'accessibilité du site par chaque mode de transport (routier, covoiturage, transport en commun, vélo et piéton), identifier les contraintes et les facilitateurs de l'accès au site
		Inventaire des incitatifs en place (ex. : douches et vestiaires, supports à vélo, rabais sur les transports collectifs, stationnements réservés aux covoitureurs, etc.)
	Profil de la mobilité des employés	Identifier les parts modales
		Cartographier l'origine des employés selon les modes de déplacement et les rayons de distances. Identifier les potentiels de transferts modaux de l'auto en solo vers un transport durable
		Identifier le nombre d'employés, les types d'emplois, les horaires de travail et les avantages liés (télétravail et flexibilité des horaires)
		Faire un portrait des déplacements professionnels
		Identifier les freins à l'utilisation des transports durables
	Indicateurs de suivi	Parts modales (voir le profil de la mobilité des employés)
		Nombre moyen d'utilisateurs par véhicule (NMUV)
Véhicules-kilomètres parcourus (VKP)		
		Gas à effet de serre produits (GES)
Étape 2		Éléments exigés
Plan d'action		Se fixer des objectifs de réduction automobile
		Cibler les actions qui incitent l'utilisation des transports durables en fonction des objectifs fixés. Pour chaque action, définir : la personne responsable, l'échéance et les ressources humaines, matérielles et monétaires nécessaires
Plan de communication		Déterminer les canaux de communications les plus pertinents en lien avec les objectifs. Pour chaque canal de communication, définir : la personne responsable, l'échéance et les ressources humaines, matérielles et monétaires nécessaires.
Étape 4		Mesures minimales exigées
Mise en œuvre des plans d'action et de communication		Mettre à la disposition des employés et visiteurs un plan d'accès multimodal (affichage aux entrées, sur le site internet, etc.)
		Installer un stationnement pour vélos couvert et sécurisé qui comprend un nombre suffisant de places
		Offrir des rabais aux employés sur les titres de transport en commun (programmes corporatifs des sociétés de transport)
		Offrir des stationnements privilégiés aux covoitureurs
		Réaliser au moins une activité promotionnelle par an (kiosque ou midi-conférence)
Étape 5	Sous-étape	Éléments exigés
Évaluation des résultats et mise à jour du plan d'action et de communication	Indicateurs annuels de suivi	Parts modales
		Nombre moyen d'utilisateurs par véhicule (NMUV)
		Véhicules-kilomètres parcourus (VKP)
		Gas à effet de serre produits (GES);
	Mise à jour du plan d'action	Réévaluer le plan d'action, aux trois ans, en fonction des objectifs, suite aux résultats quantifiables et à l'expérience concrète

## Extrait du règlement de l'arrondissement de Saint-Laurent sur les normes de stationnement et de verdissement pour les industries (depuis juillet 2009)

### Ancienne réglementation – normes de stationnement

La norme générale concernant le nombre d'espaces de stationnement requis pour les activités industriels était un seuil minimum à respecter :

- 1 case requise par 60 m<sup>2</sup> de superficie totale du bâtiment
- 1 case requise par 200 m<sup>2</sup> pour une superficie excédante d'un bâtiment de 5 000 m<sup>2</sup> (environ 54 000 pi<sup>2</sup>)

### Nouvelle réglementation – normes de stationnement

Les exigences de stationnement s'appliquent obligatoirement pour tous les usages lors :

- de l'agrandissement d'un bâtiment principal ou d'un usage;
- de la construction d'un bâtiment;
- de l'aménagement d'un terrain;
- de tout changement ou modification d'un usage.

### Nombre minimal de cases

Le nombre minimal de cases requises pour un bâtiment industriel se calcule par l'addition des trois portions suivantes :

- Portion bureau : 1 case / 40 m<sup>2</sup>
- Portion fabrication/laboratoire : 1 case / 60 m<sup>2</sup>
- Portion entrepôt : 1 case / 400 m<sup>2</sup>

### Nombre maximal de cases

- Le nombre maximal de cases acceptées est l'équivalent de 150% du nombre minimum requis, dont 125% pour le stationnement extérieur et 25% pour celui à l'intérieur (sous-sol ou souterrain).
- Il est autorisé de ne pas aménager les cases de stationnement requises à des fins de stationnement, en autant que l'espace prévu pour celles-ci soit gazonné.

### Agrandissement d'un bâtiment

- Lorsque le bâtiment ou l'usage existant est non conforme au nombre minimal de cases de stationnement requis par la nouvelle réglementation, le nombre minimal de cases requis pour l'agrandissement s'ajoute au nombre de cases existantes.

### Espaces verts – stationnement

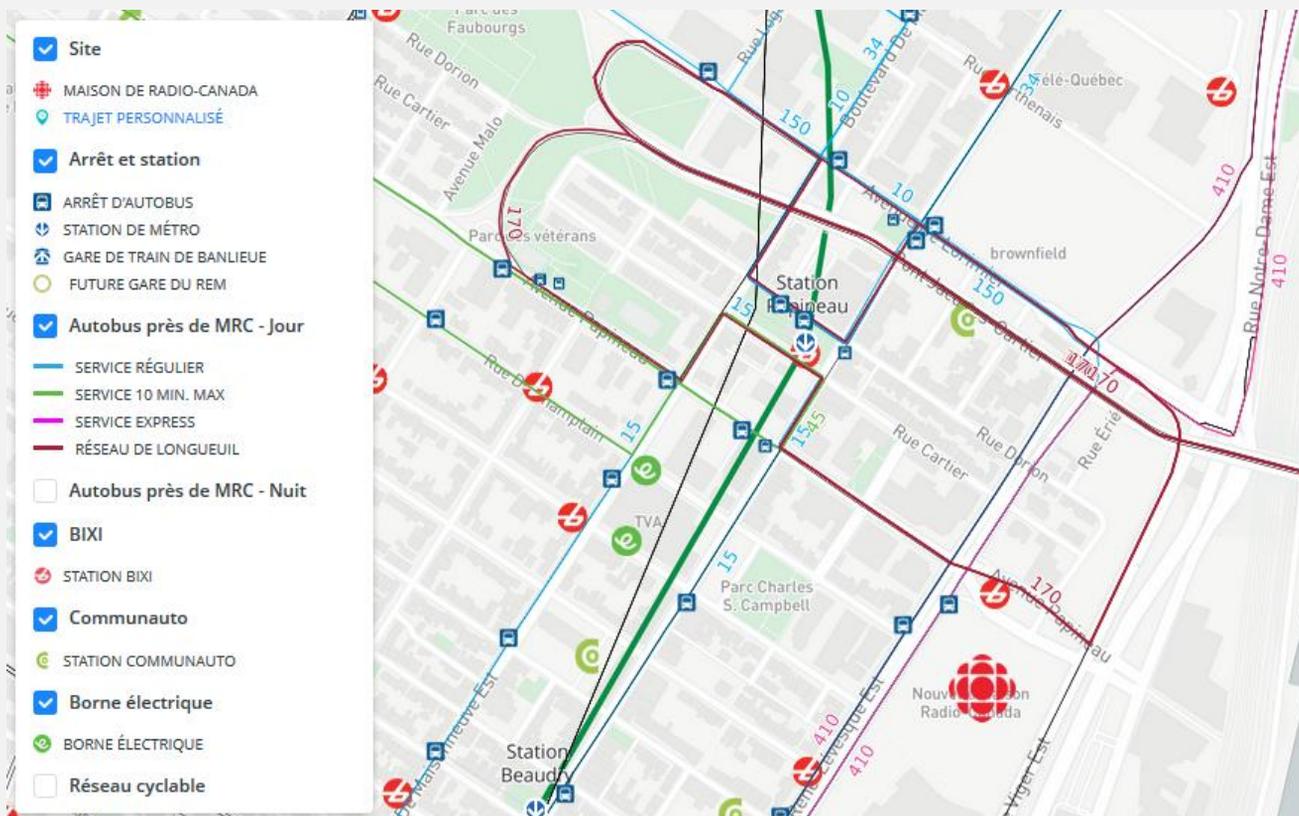
- Lors de l'aménagement du terrain, la plantation d'arbres doit prévoir un indice minimum de canopée de 40% (stationnement ombragé à 40% de sa superficie), lorsque les arbres seront à maturité.
- Cette disposition s'applique également dans les cas d'agrandissement d'un usage qui nécessiterait l'aménagement de plus de 20 cases ou utiliserait ces cases à même l'excédent du nombre minimal.

### Espaces verts – terrain

- Nouvelle construction d'un bâtiment industriel : minimum de 15% de la superficie totale du terrain doit être couvert d'arbres et de verdure
- Ne s'applique pas pour un agrandissement ou un bâtiment existant.
- Les espaces de stationnement non aménagés ne peuvent faire partie des 15%.

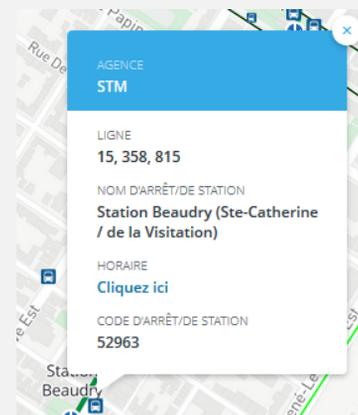
## Exemple de carte interactive

Mise à jour régulièrement grâce à une banque d'heures prévue avec nos clients, nos cartes interactives permettent aux employés d'avoir un aperçu des différentes possibilités de déplacement aux alentours de leur lieu d'emploi. Ces cartes sont entièrement interactives comme sur les applications et les sites de cartographie en ligne gratuits, mais sont totalement adaptables : on peut même y ajouter des photos, des informations spécifiques à l'accessibilité de l'édifice et au stationnement vélo, etc.



Nous exploitons les données GTFS des Sociétés de réseau de Transport de la métropole pour pouvoir indiquer l'information précise sur les lignes et les horaires de bus, pour chaque arrêt de bus (ci-contre).

Nous mettons également à jour les stations BIXI, Communauto, les pistes cyclables et les bornes électriques.





## Rédaction et conception

Alexis Viel – Chargé de projets  
Nadège Gaillard – Gestionnaire de territoire  
Aline Berthe – Directrice des CGD Métropolitains

*De nombreux entretiens téléphoniques ont été menés pour récolter les informations dans les organisations afin de produire les fiches d'étude de cas. Nous remercions les interlocuteurs pour le temps consacré.*

## Coordonnées

Voyagez Futé

465 Rue Saint Jean, Montréal, QC H2Y 2R6

(514) 843-9122

[info@voyagezfute.ca](mailto:info@voyagezfute.ca)

<https://www.cgd-metropolitain.com/>