



Comment faire changer les mobilités ?

Résumé

Les récits de ceux qui changent

Dans une émission qui s'appelle 'Un pas vers l'écomobilité' nous diffusons chaque mois le témoignage d'une personne qui a opté pour une alternative à l'auto-solo en périphérie de Bourg-en-Bresse. Leurs trajets se font dans la périphérie de notre ville moyenne, là où la voiture est reine.

Nous avons maintenant une quarantaine de récits que nous venons de revisiter à la lumière des connaissances disponibles sur les changements de comportement, en cherchant quels leviers sont les plus efficaces pour aider nos concitoyens à changer.

Les leviers les plus efficaces

La plupart des périurbains font face à des contraintes compliquées pour leurs déplacements quotidiens. Ceux qui veulent éviter la voiture doivent construire leurs propres arrangements. Le meilleur levier pour les aider c'est une discussion avec un proche qui connaît leur contexte.

Parmi les étapes du changement, celle du passage à l'acte est particulièrement difficile. Pour aider quelqu'un à se lancer, le meilleur levier, c'est l'influence d'un pair : un collègue, un voisin ou un ami qui pratique l'écomobilité, qui en est satisfait et que l'on côtoie au quotidien.

Pourtant, l'influence des pairs trouve souvent ses limites. Un levier encore plus puissant, c'est la dynamique d'un petit groupe informel sur le lieu de travail ou de résidence.

Comment agir à grande échelle ?

Une campagne de com arrose tout un territoire mais les leviers vraiment efficaces agissent à toute petite échelle. Comment faire pour toucher un grand nombre de gens ?

Il faudrait que de nombreux 'mobilisateurs' bénévoles échangent avec leurs collègues, voisins ou amis, de préférence au sein de petits groupes informels.

Les entreprises, les villages et les associations devraient avoir un référent écomobilité pour susciter des vocations de mobilisateurs, aider ces derniers à s'investir, observer leurs résultats et les mettre en valeur.

Accroître le covoiturage informel

Grand Bourg Agglomération a créé huit lignes de covoiturage et subventionne les covoitureurs qui utilisent BlaBlaCar Daily. Bravo !

Le covoiturage informel offrirait des perspectives supplémentaires si seulement on savait comment le développer. Notre étude donne des pistes pour le faire.

Nous allons les tester dans le cadre d'un projet pilote avec des mobilisateurs dans les villages, appuyés par des référents communaux.

Sommaire

Cette étude.....	3
Changer au royaume du tout-voiture	3
Aider au changement des comportements	3
Un document pour approfondir nos connaissances	4
À la recherche des solutions les plus efficaces	4
Le processus de changement	5
Je change si ...	5
Le chemin du changement peut être embrouillé	14
Les priorités	19
Ce qui influence le changement.....	20
Ceux qui changent tout seuls	20
Ceux qui sont influencés	20
Successions d'influences	25
Les priorités	26
Leviers pour faire changer.....	26
Leviers individuels	26
Leviers communautaires	28
Leviers collectifs	31
Les priorités	36
Actionner les leviers : qui et quand ?	38
Trois étages d'action	38
Agir aux moments propices	44
En conclusion : priorités pour changer vite.....	45
Annexe 1 - Projet pilote : aider au covoiturage informel.....	48
Promouvoir le covoiturage informel dans les villages	48
Tester une nouvelle approche d'aide au changement	49
Un test pour apprendre	49
Annexe 2 – Les témoignages utilisés dans cette étude.....	51

Cette étude

Changer au royaume du tout-voiture

Cette étude a été réalisée dans l'agglomération de Bourg-en-Bresse, peuplée d'environ 140 000 habitants dont la moitié vit en zone périurbaine. La couronne périurbaine s'étale jusqu'à 30 km de la ville centre. Elle n'est pas dense : 60 habitants au km². Elle est très polarisée : 70% des emplois sont situés dans la zone urbaine. Neuf fois sur dix, les périurbains adultes font leurs longs trajets au volant de leur voiture, et même sept fois sur dix pour les trajets les plus courts¹. On est au royaume du tout-voiture, comme dans la périphérie de toutes les villes moyennes françaises.

Les longs déplacements des périurbains pèsent sur leurs fins de mois, encombrant les entrées de ville matin et soir et constituent un redoutable défi du point de vue du climat. En effet les émissions de CO₂ qu'ils génèrent se classent parmi les plus importantes du territoire et ce sont celles qui diminuent le moins. Le passage à l'électrique va réduire ces émissions mais pas assez vite pour rattraper le retard qui a été pris dans la course contre le dérèglement climatique. En d'autres termes, les voitures doivent devenir électriques mais elles doivent aussi devenir moins nombreuses. Tous ceux qui le peuvent devraient passer au vélo électrique, au télétravail, au covoiturage entre collègues et voisins, aux lignes de covoiturage et aux transports publics.

Notre association travaille depuis 2013 avec l'idée un peu utopique de relever ce défi, et notamment de remplir les sièges vides des voitures qui entrent en ville, d'où le nom que nous nous sommes choisis : autosBus. Nos activités incluent de la veille, de la recherche, des tests, des animations et des échanges avec les acteurs locaux. Nous avons publié de nombreuses études sur ce sujet².

Aider au changement des comportements

Notre territoire a maintenant la chance de disposer d'une autorité organisatrice de la mobilité, Grand Bourg Agglomération, qui renforce les services de transport en zone périurbaine : lignes de cars, transport à la demande, réseau cyclable, lignes de covoiturage. Est-ce que cela suffira pour réduire drastiquement les files de voitures qui s'allongent aux entrées de ville ? Rien n'est moins sûr.

La voiture individuelle fait partie intégrante du mode de vie des périurbains qui, bien souvent, n'imaginent même pas pouvoir s'en passer. Un temps viendra où les nouveaux services de mobilité seront utilisés spontanément « pour faire comme les autres », mais on est encore très loin de ce point de bascule en périphérie d'une ville moyenne comme la nôtre.

Les alternatives à l'auto-solo ne seront pas non plus adoptées à grande échelle pour leurs mérites propres (économies, bonne santé, qualité de vie) parce que la perception de ces mérites est biaisée par l'habitude de la voiture.

En résumé, il se passera des années avant que les services de transport alternatifs soient adoptés spontanément à grande échelle à la campagne. Or le climat ne peut pas attendre. Il y a donc urgence à inciter au changement, à l'adoption des alternatives à la voiture, telles qu'elles existent aujourd'hui ou existeront dans les années à venir. L'amélioration des services de mobilité en zone périurbaine est un autre sujet, qui n'est pas traité dans cette étude.

En ce qui nous concerne, le changement de comportement est une préoccupation de longue date. Notre première étude du sujet remonte à 2016³. Nous avons ensuite contribué à deux actions

¹ autosBus (2020) [Les déplacements en périphérie de Bourg-en-Bresse](#)

² Notre [site](#) donne accès à une quarantaine d'études

³ autosBus (2016) [Comment susciter des changements de mobilité ?](#)

pilotes visant à mobiliser les grandes entreprises et les communes rurales sur ce sujet (voir Encadré 35 page 41). Depuis 2020, nous avons collaboré avec deux radios associatives locales pour diffuser des témoignages de personnes ayant modifié leur mobilité⁴. Cette émission a eu un peu d'impact et certains auditeurs nous ont dit avoir changé après l'avoir écoutée. Un autre mérite de cette collection de témoignages est d'être instructive. Le but de ce document est d'en tirer le maximum d'enseignements.

Un document pour approfondir nos connaissances

Le socle de cette analyse est donc constitué de plusieurs dizaines de récits de passage au vélo, à la marche, au covoiturage, aux transports publics et aux télé-activités (télétravail et télé-achat). On trouvera en page 51 les liens vers tous les témoignages cités dans ce document. Les témoins se répartissent à peu près pour moitié entre femmes et hommes. Les deux tiers ont de 40 à 60 ans et les autres se partagent entre plus jeunes (à partir de 25 ans) et plus âgés (jusqu'à 75 ans). Tous sont en emploi ou retraités actifs. Leurs trajets quotidiens varient de 4 à 90 kilomètres avec une moyenne de 21 kilomètres.

La recherche des témoignages n'a pas été facile. Il n'y a jamais eu de file d'attente. Notre collection d'émissions découle donc des opportunités qui se sont présentées et du contexte dans lequel nous avons travaillé. En particulier, nous avons débuté pendant la crise sanitaire qui a compliqué le covoiturage, amplifié la mode du vélo et généralisé le télétravail. De ce fait nous sommes très éloignés de la représentativité qui permettrait un travail statistique. De toutes façons, aucune analyse statistique sérieuse ne pourrait être menée à partir de quelques dizaines de témoignages. L'échantillon serait beaucoup trop petit.

C'est une autre démarche qui est poursuivie ici. Nous cherchons à comprendre les changements observés chez nos témoins et ce qui les a influencés. Lorsque les connaissances disponibles donnent une explication suffisante, nous utilisons les témoignages de façon illustrative⁵. En revanche, nous avons été conduits, à plusieurs reprises, à affiner notre compréhension de l'aide au changement, notamment sur les points suivants :

- Multiples changements successifs (page 15)
- Changement pour une combinaison d'alternatives (page 16)
- Changement à plusieurs (page 17)
- Mobilisateurs (page 20)
- Influence des petits groupes (page 21)
- Référents écomobilité (page 39)

À la recherche des solutions les plus efficaces

Ce document aborde successivement

- Le changement de mobilité étape par étape
- Les facteurs qui influencent le changement
- Les leviers actionnables pour provoquer le changement
- Les personnes susceptibles d'actionner les bons leviers aux bons moments

Dans chacune de ces quatre parties, nous commençons par montrer une image simplifiée du sujet abordé. Ensuite nous brouillons un peu les pistes pour rendre compte du fait que la réalité est

⁴ Voir la présentation de l'émission [Un pas vers l'écomobilité](#)

⁵ Dans cette démarche, nous avons utilisé 25 témoignages sur un total de 37. La liste est présentée dans l'Annexe 2 (page 53) avec des liens vers les émissions correspondantes. Certains témoignages n'ont pas été utilisés parce qu'ils étaient redondants ou parce qu'ils portaient sur des situations trop spécifiques.

souvent complexe. En même temps, nous clarifions progressivement le propos en pointant ce qui apparaît comme prioritaire pour amener aux actions les plus efficaces possibles. Cette recherche d'efficacité apparaît dans les 'priorités' qui ponctuent les pages du texte et qui se consolident progressivement.

À l'issue de ce travail, nous aboutissons à un ensemble de priorités claires et cohérentes. Toutes ces priorités ont un bon niveau de faisabilité, à une exception près (voir page 39).

Ce travail a été réalisé d'abord pour nous-mêmes, pour comprendre ce qui peut être fait afin d'accélérer le changement de la mobilité des périurbains dans notre territoire. Nous serions cependant honorés s'il suscite de l'intérêt à l'extérieur.

Une première version de ce texte a été lue et commentée par Marie Huyghe, consultante spécialiste des questions de mobilité en milieu rural, ingénieure en aménagement du territoire et chercheuse en urbanisme, associée au laboratoire CNRS-Citeres de Tours. Nous lui exprimons nos remerciements pour cette aide précieuse qui a conduit à faire de nombreuses modifications.

Le processus de changement

Nous présentons d'abord le processus de changement de comportement comme un parcours en plusieurs étapes en nous inspirant des modèles disponibles⁶ avec des adaptations qui rendent compte de nos observations. Dans un deuxième temps nous montrons que le chemin du changement est rarement aussi simple que dans les modèles.

Je change si ...

... si c'est possible

On ne laisse pas sa voiture à la maison sans une alternative possible. Cette condition est particulièrement importante dans un territoire périurbain peu dense, là où les solutions de déplacement alternatives à la voiture en solo sont limitées.

Mais qu'est-ce qu'une alternative possible ? Cela dépend des personnes, de leurs trajets et de leurs contraintes. Le changement peut être impossible pour des raisons de durée du trajet, de dépense, de contraintes (comment rentrer tard le soir, improviser une sortie, faire des courses en route, conduire un enfant ?), de risques (retard, accident), etc.

L'Encadré 1 donne les exemples de deux personnes qui ont changé parce que de nouvelles possibilités se sont présentées.

⁶ Voir par exemple : ADEME (2016) [Changer les comportements](#), faire évoluer les pratiques sociales vers plus de durabilité : l'apport des sciences humaines et sociales pour comprendre et agir – page 43.

Voir aussi Ademe (2020) Analyse des opportunités de l'[accompagnement au changement de comportement](#) automatisé au regard de l'accompagnement humanisé - page 22

La Figure 1 (page 18) donne l'exemple d'un modèle en cinq étapes

Encadré 1 – Des possibilités nouvelles

Depuis la crise sanitaire, Cyril a le droit de télétravailler trois jours par semaine. « J'évite un aller-retour de 180 kilomètres, un trajet qui génère de la fatigue et une dépense de 500 euros par mois. Le télétravail est possible pour moi parce que j'ai une grande maison, un bureau dédié et du bon matériel ».

Pour se rendre à son travail Jérôme utilise quotidiennement le transport à la demande, un service mis en place récemment par Grand Bourg Agglomération et qui fait presque du porte-à-porte entre son domicile et son travail. Il économise 46 kilomètres de voiture par jour et ne paie que 150 euros par an. « On va être très franc là-dessus, je fais des économies énormes. C'est possible pour moi bien que je mette parfois une demi-heure de plus. C'est très rare mais ça peut arriver. C'est le jeu, quoi, il faut l'accepter ».

Dans ces deux exemples, les nouvelles possibilités se sont ouvertes, non pas dans l'absolu, mais au regard des situations personnelles. Cyril reconnaît que sa maison lui permet de télétravailler alors que certains de ses collègues n'ont pas cette chance. Jérôme considère que les rares mauvaises surprises du transport à la demande sont acceptables parce que son employeur autorise des écarts d'horaires tandis que ces incidents pourraient être rédhitoires dans une autre entreprise.

Finalement, qu'est-ce qui fait qu'une alternative est possible ? La réponse à cette question est relative au contexte de chacun. Elle dépend de multiples détails personnels.

Priorité aux échanges interpersonnels – Les actions visant au changement devraient **s'ajuster finement aux possibilités et aux contraintes de chacun**. C'est jouable quand on passe par des échanges interpersonnels. C'est impossible quand on passe par un discours de portée générale car la communication exige de la simplification.

... si je m'en sens capable

Si l'on pense qu'une alternative est possible, encore faut-il se sentir personnellement capable de la pratiquer. Même si d'autres le font, suis-je capable de rouler dix kilomètres à vélo, de jongler avec des horaires de train ou de passer du temps avec des covoitureurs inconnus⁷ ? Cette notion de capacité est tout aussi personnelle que celle de la possibilité évoquée plus haut, mais elle est beaucoup plus subjective. L'Encadré 2 en donne un exemple.

Encadré 2 – Une possibilité objective et une capacité subjective

Amandine utilise tous les matins la nouvelle ligne de covoiturage qui relie son village à son lieu de travail⁸. Est-ce qu'elle pourrait avoir peur de monter avec un conducteur inconnu ? « Au début, je me demandais comment ça allait se passer. Finalement, je n'ai jamais eu peur au moment de monter dans une voiture. En revanche, je pense que je ne me serais jamais lancée à faire du stop. Le fait qu'il y ait cette ligne de covoiturage, entre guillemets, c'est un peu rassurant ».

Comment arrive-t-on à se sentir capable de se déplacer autrement ? L'attitude face au risque ou à la nouveauté est évidemment en jeu mais le profil psychologique ne fait pas tout. Notons en particulier une tendance à sous-estimer ses propres capacités aussi longtemps qu'on ne les a pas encore mises à

⁷ V. Kaufmann utilise le terme motilité pour désigner à la fois le fait d'avoir accès à un mode de déplacement et de se sentir capable de l'utiliser. Kaufmann et al. (2015) [Motilité et mobilité](#) : mode d'emploi

⁸ Deux [lignes de covoiturage](#) expérimentales ont été ouvertes fin 2022 dans notre territoire et cinq nouvelles lignes sont en cours d'ouverture en 2024.

l'épreuve. À l'inverse, ceux qui ont déjà pratiqué ont une bien meilleure confiance en eux. L'Encadré 3 en donne deux exemples.

Encadré 3 – Des alternatives envisageables parce que familières

Depuis son déménagement, Alric parcourt 50 kilomètres à vélo pour ses allers-retours au travail. Le vélo à assistance électrique a été acheté par son employeur, un achat qui correspond aux valeurs d'écoresponsabilité de l'entreprise. Pour Alric, « ça s'est décidé parce qu'on n'a qu'une seule voiture et que c'est bien d'avoir un deuxième moyen de locomotion, mais ma première motivation c'est le plaisir. Le vélo a toujours fait partie de ma vie ».

Depuis son déménagement, Antoine parcourt 40 kilomètres pour ses allers-retours au travail. Assez souvent, il commence son trajet à vélo, puis il met son vélo dans le bus. À l'arrivée, il lui reste encore un kilomètre qu'il fait facilement à vélo. « J'avais déjà utilisé cette combinaison de vélo et de bus pendant mes vacances. J'ai simplement questionné le chauffeur. Il m'a dit qu'il n'y avait pas de souci ».

Dans ces deux exemples les personnes se sentaient capables de faire quelque chose que la plupart des gens n'aurait pas imaginé une seule seconde : pédaler sur 50 kilomètres par jour ou mettre un vélo dans la soute d'un autocar. Elles s'en sont senties capables grâce à leurs expériences passées.

Priorité à la mise en pratique – Si une personne parle avec un habitué de l'écomobilité, elle peut comprendre ce qui est possible ou non, mais cela n'aura pas d'effet si elle sous-estime ses propres capacités. La personne dira quelque chose du genre « oui c'est possible pour d'autres, mais moi, je n'en suis pas capable ». **C'est seulement en faisant un essai que l'on peut (ré)apprécier ses propres capacités.**

... si j'y trouve mon intérêt

Quand le prix des carburants augmente, il y a un regain d'intérêt pour le vélo, le covoiturage et le transport public. De fait, le coût de la voiture est généralement cité en premier dans les sondages sur le changement des mobilités. À y regarder de plus près, il y a pourtant deux bémols à ajouter à cette règle.

Tout d'abord, l'appréciation de son propre intérêt est presque toujours biaisé en faveur des solutions connues. Ainsi, dans le premier exemple de l'Encadré 1, le télétravailleur estime que ses trajets lui coûtaient 500 euros par mois quand il allait tous les jours à l'usine. Mais sa véritable dépense était deux à trois fois plus lourde car il oublie de compter l'entretien et l'amortissement de sa voiture. Il n'est pas le seul à se tromper. Le coût de la voiture est généralement sous-estimé⁹ et sa vitesse est surestimée. Quant aux solutions alternatives, puisqu'elles sont moins bien connues, on a tendance à exagérer leurs inconvénients.

Ensuite, l'intérêt que l'on porte à changer sa mobilité n'est pas toujours financier. Dans l'Encadré 4, plusieurs personnes témoignent d'autres formes d'intérêt comme la santé et le bien-être.

⁹ Une très belle [enquête](#) allemande (2020) auprès de 6000 possesseurs de voitures montre qu'ils estiment le coût de possession et d'utilisation à 204 € par mois alors que le coût réel est de 425 €, soit une sous-estimation de 52%.

Encadré 4 – L'intérêt n'est pas seulement financier

Maixent parcourt 12 kilomètres à vélo pour ses allers-retours au travail. « Mon vélo me fait économiser beaucoup d'argent. Je l'ai acheté d'occasion pour un peu plus de 100 euros et je n'ai pas fait de réparations dessus. Pour l'essence, j'en dépensais vraiment beaucoup chaque mois. Donc je m'y retrouve complètement. J'ai le temps de rallonger un peu mon trajet chaque matin. Mais je le fais surtout pour moi, pour ma santé et parce que j'ai mal au dos en voiture et que ça sent mauvais ».

Christelle marche chaque jour 5 kilomètres pour aller au travail. « J'ai commencé pour me bouger un peu et puis, l'âge avançant, j'ai tendance à avoir un peu d'arthrose et le fait de marcher tous les jours me permet d'avoir moins de douleurs. Mais je ne fais pas ça seulement pour la santé.

Psychologiquement, ça fait du bien. C'est surtout très sympa le matin quand on voit des écureuils, des lapins, des canards, des poissons ».

Pamela parcourt 46 kilomètres pour ses covoiturages quotidiens. « Pourquoi vouliez-vous absolument covoiturer ? - Déjà parce qu'il y a un côté écologique. Un côté économique aussi, il ne faut pas se le cacher, et il y a aussi le lien social. - Pas trop difficile de s'accorder sur les horaires ? - Non et je dirais même que c'est un avantage parce qu'à certains moments, s'il n'y avait pas le covoiturage, je resterais des heures et des heures au travail ».

Dans les exemples du vélo et du covoiturage, il y a de l'intérêt pour l'argent mais il n'est pas prioritaire. Dans celui de la marche, l'intérêt pécuniaire n'a aucune place.

Priorité aux échanges interpersonnels – Dans un message général incitant à changer, on mettra l'accent sur l'intérêt financier car il fait l'unanimité. Mais c'est bien dommage de ne pas évoquer la santé, la détente ou d'autres formes d'intérêt qui vont intéresser certaines personnes, notamment celles qui ont des fins de mois faciles. Cela conduit de nouveau à privilégier les échanges interpersonnels car ils permettent de **centrer l'argumentaire sur les intérêts des individus, tels qu'ils les perçoivent**.

... si j'en ai envie

On connaît bien les désirs associés à la voiture individuelle : symbole d'autonomie, sentiment de maîtrise des choses, espace de décompression, moment de confort, curiosité pour les nouveaux gadgets. Les publicitaires travaillent depuis des décennies à cultiver ces envies à coups de millions d'euros¹⁰ à tel point qu'en achetant une voiture, on se conforme à une norme sociale et qu'en passant son permis, on accède au statut d'adulte.

Pour encourager le passage aux mobilités alternatives, il convient aussi d'y associer des représentations positives. La communication pourrait ainsi mettre en avant

- pour le vélo, l'envie de se tenir en forme, le plaisir de humer l'air du temps, la fierté de faire quelque chose que les autres jugent difficile,
- pour les transports publics, l'agrément d'un trajet reposant, le plaisir de lire sur la route,
- pour le covoiturage, les petits bonheurs des rencontres et des conversations.

Pour faire jeu égal avec la voiture, l'image sociale des alternatives doit être revalorisée. Cela commence à se produire pour le vélo¹¹ et un peu pour le covoiturage. Il reste du chemin à faire pour

¹⁰ Ismaël Callouet estime à 1500 € la [dépense moyenne de publicité](#) par voiture neuve vendue en France en 2018

¹¹ Selon une [enquête](#) de 2022 intitulée "les Français et le vélo: imaginaires et nouveaux usages", 62% des personnes interrogées ont une bonne image des cyclistes" et 65%, notamment les plus jeunes, pensent que le vélo est "l'avenir des déplacements du quotidien".

l'autocar, que certaines personnes vivent encore comme un déclassement, pour ne pas parler de l'image catastrophique de l'autostop.

À son petit niveau, notre émission de radio mensuelle participe à faire émerger de nouvelles normes sociales. On en voit des exemples dans l'Encadré 5.

Encadré 5 – Des plaisirs, des envies et des espoirs

Anita et Jean-Marc utilisent très souvent leur vélo, y compris pour la plupart de leurs vacances. « *Pourquoi le vélo ?* – Parce qu'à chaque fois que je monte dessus, c'est une forme de plaisir, parce qu'il est très facile de se garer et de circuler en ville à vélo, parce qu'en vacances, on traverse des petites villes qui sont de vrais bijoux et qu'on échappe aux espaces commerciaux désolants. *Économiser de l'argent, protéger l'environnement, ça vous parle ?* – Ce n'est pas la première motivation. C'est surtout tellement sympathique ».

Quand c'est possible, Marie-Line covoiture pour aller travailler (26 kilomètres aller-retour). « *Quelles sont vos motivations ?* – De l'écologie et des économies. On voit bien qu'en allant en ville, on est tous seuls dans nos voitures et que c'est un constat un peu désespérant. Donc on se dit qu'il faut essayer de faire mieux. Soyons intelligents ».

Dans l'exemple du vélo, l'envie des balades agréables saute aux yeux. On est clairement dans le domaine du plaisir et ce plaisir est contagieux. Après avoir écouté notre émission, un couple s'est lancé dans les vacances à vélo.

L'exemple du covoiturage demande réflexion. Réduire les embouteillages et la pollution, ce n'est pas spontanément ressenti comme un plaisir mais plutôt comme un devoir, d'autant plus si l'on pense que les autres font moins d'efforts que soi. Pourtant, dans cet exemple, la personne parle « d'être intelligente » quand elle sort du troupeau des autosolistes. De quelle intelligence s'agit-il ? Si c'était de l'intelligence rationnelle, elle ressentirait son changement comme un devoir. En revenant à son témoignage, on peut penser qu'il s'agit plutôt de l'intelligence émotionnelle : « c'est un peu désespérant ... soyons intelligent ». Elle exprime une envie d'échapper à des idées noires.

En ce sens, notre témoin rejoint la grande majorité des Français. À la question « Aimeriez-vous pouvoir réduire l'impact écologique de vos déplacements quotidiens ? », 91% des gens répondent oui. Et parmi ceux qui utilisent leur voiture au quotidien, 76% « aimeraient pouvoir s'en passer »¹². Notons que les sondés ont utilisé le verbe 'aimer' dans leur questionnaire. Les sondés ont donc répondu, au moins en partie, avec leur intelligence émotionnelle. À l'inverse, quand les questions font appel à la raison, les critères du temps et de l'argent apparaissent en tête. Quant à l'intérêt général, il arrive bon dernier¹³.

Priorité aux échanges interpersonnels – Dans un discours général, on présentera les mobilités sobres comme désirables en citant les multiples petits plaisirs qu'elles procurent. On peut aller plus loin dans des conversations individuelles en **s'adaptant à ce que chacun aime ou n'aime pas**. Si une personne est sensible à la crise climatique, on évoquera le plaisir de se distinguer en bougeant mieux comme il y a du plaisir à manger mieux¹⁴.

¹² Enquête Ipsos de 2022 intitulée '[Les déplacements des français](#)'

¹³ 6-t (2015) Qui sont les usagers des transports en France : résultats d'une [enquête sur les aspirations et les pratiques de mobilité](#) des Français

¹⁴ Cette belle idée a été proposée par G. Amar en 2018 aux Assises prospectives du covoiturage de Lyon ([Actes](#), pages 4 et 5)

... si mes habitudes sont bousculées

Dans les exemples de l'Encadré 3 (50 kilomètres à vélo, vélo dans la soute de l'autocar) on voit deux personnes qui ont changé leur mobilité après un déménagement. C'est un phénomène bien connu¹⁵ et facilement explicable. Au quotidien, la force de l'habitude pousse à prendre sa voiture sans réfléchir et cela simplifie la vie. En revanche, dans un contexte inhabituel, on est plus ouvert à requestionner ses routines. Le déménagement en est un exemple mais d'autres étapes de la vie sont aussi propices à repenser ses déplacements : un changement professionnel, l'arrivée ou le départ d'un enfant, la panne d'une vieille voiture, etc. Les routines peuvent aussi être bousculées par des événements exceptionnels et temporaires, par exemple si la route habituelle est coupée pour travaux.

La crise sanitaire et ses confinements successifs ont créé leur lot de contextes inhabituels et cela n'a pas manqué de provoquer des remises en question comme le montre l'Encadré 6.

Encadré 6 – Des habitudes bousculées par le confinement

Ludivine covoiture presque tous les jours pour aller au travail (30 kilomètres aller-retour). « J'avais d'abord l'idée de moins polluer mais le confinement m'a fait prendre conscience que c'était économique. On a fait beaucoup moins de déplacements et l'impact sur le budget a été assez important ».

Jean-Marc va de temps en temps au travail à vélo (26 kilomètres aller-retour). « Je faisais tous mes trajets en voiture mais j'ai changé récemment. C'est le confinement qui m'a décidé. Ça m'avait passablement agacé de ne pas avoir le droit de prendre l'air. Comme j'avais le droit d'aller au travail à vélo, je me suis dit que ce droit, j'allais le prendre et que ça me ferait faire un peu d'effort physique. Je sais que ça me plaît ».

Dans ces exemples, le confinement a cassé les habitudes et cela a ouvert la porte à au changement des mobilités.

Priorité aux moments propices – Les actions d'aide au changement devraient **cibler les moments où les habitudes de mobilité sont remises en cause** : emménagement dans une commune, prise de poste dans une entreprise, inscription à l'école, engagement dans une activité associative, contrôle technique d'une vieille voiture. Ce sujet est réabordé plus loin, page 44.

... s'il y a un déclic

Faut-il attendre que les vies soient bousculées pour que les comportements changent ? Il y a heureusement d'autres façons d'évoluer. Le changement peut se déclencher à la suite d'un déclic comme l'illustrent les exemples de l'Encadré 7.

¹⁵ Voir par exemple Cailly et al (2020) Les [trajectoires mobilitaires](#) : une notion clef pour penser et accompagner les changements de modes de déplacements. Forum Vies Mobiles.

Encadré 7 – Déclics individuels

Damien fait presque tous ses trajets à vélo électrique, y compris 24 kilomètres quotidiens pour aller et revenir du travail. « J'étais déjà motivé à agir pour l'environnement. Nous l'avions déjà fait pour les économies d'énergies et l'alimentation. Nous faisons déjà les courses à vélo. C'est le film 'Demain' qui m'a fait passer à l'étape suivante : arrêter d'aller en voiture au travail ».

Cécile utilise aussi le vélo électrique pour se rendre au travail (10 kilomètres aller-retour). « Un jour, j'étais derrière un bus de la ville où il y avait une grande affiche avec un vélo électrique bleu qui disait 'ça coûte tant par mois'. Je me suis dit que j'allais commencer ».

Bernard a utilisé le transport à la demande pour se rendre à ses rendez-vous en ville (28 kilomètres aller-retour) pendant une période où il ne pouvait pas conduire. « J'ai un souci médical qui fait que je ne peux pas conduire pour le moment. C'est une amie qui m'a parlé du transport à la demande. Je me suis dit que ce serait quand même beaucoup plus simple que de toujours chercher quelqu'un pour m'aider ».

Claire se rend presque tous les jours au travail en train (20 kilomètres aller-retour). Elle a emménagé récemment à côté d'une gare et a tout de suite envisagé d'essayer le train. Pourtant, c'est seulement au bout d'un an que le changement s'est produit. Elle a croisé un voisin qui allait prendre le train et qui lui a dit « Ah c'est très pratique. Je n'ai pas besoin de prendre ma voiture ». Alors elle s'est rendu compte que c'était vraiment simple et elle a fait un essai. Le reste a suivi.

Dans ces exemples, le déclic s'est produit grâce à un film, à une publicité et au bouche-à-oreille. Notons au passage que les échanges interpersonnels, que nous considérons comme prioritaires n'ont joué que dans les deux derniers cas. Le second témoignage est un exemple d'efficacité de la communication traditionnelle.

L'Encadré 8 présente deux exemples de changements qui se sont déclenchés dans le cadre d'un groupe.

Encadré 8 – Déclics en groupe

Maixent est passé de la voiture au vélo au moment de la crise sanitaire (voir Encadré 4). « Ce qui a été un déclic pour moi, c'est que mes colocataires et plusieurs collègues de bureau ont fait le choix du vélo depuis longtemps. Chaque semaine, je vois mes colocataires revenir avec le sourire, contents d'avoir fait leur demi-heure de vélo. C'est tout ça qui a joué ».

Les trajets de Rita se font aussi à vélo électrique (12 kilomètres aller-retour par jour de travail). « Je ne faisais jamais de vélo parce que je n'aimais pas ça. Mais lors du premier confinement, nous allions faire des balades à pied ou à vélo. Ça nous permettait de faire autre chose. Il faut dire que sur ma commune, il y avait pas mal de gens qui faisaient du vélo. Il faisait beau et on s'est entraîné mutuellement. On s'est mis à louer des vélos à La Station, le service de location de l'Agglo situé à côté de la gare de Bourg. Ce service est top, vraiment ».

Le dernier témoignage mérite d'être analysé en détail. La personne n'aimait pas le vélo et va maintenant tous les jours au travail à vélo électrique, un changement radical. Depuis plusieurs années, son entreprise participait chaque année au Challenge mobilité de la Région Auvergne Rhône-Alpes et cela lui avait donné l'occasion d'essayer le vélo électrique à plusieurs reprises. Le déclic aurait donc pu se faire plusieurs fois mais l'habitude de la voiture était restée¹⁶. Le changement s'est

¹⁶ Dans ce dernier exemple, le Challenge mobilité n'avait pas eu d'impact mais on sait par ailleurs que ce type d'animation est efficace. Selon une enquête réalisée dans les entreprises participantes, un salarié sur cinq déclare avoir changé sa pratique au moins un peu et en partie à cause du challenge. Voir 6-t (2018) Évaluation

finalement déclenché lors de la crise sanitaire. Est-ce le confinement qui a permis de questionner les habitudes ? Non. La personne dit qu'elle a changé parce qu'un groupe d'amis de sa commune l'a entraînée à changer. Or on sait que l'influence des groupes sur les comportements est très puissante.

Dans une recherche également fondée sur des témoignages de changement¹⁷, on trouve l'exemple tout à fait concordant d'une personne qui s'est sentie obligée de faire du vélo pour pouvoir intégrer son groupe de pairs, tous pro-vélos. « Tant que j'avais ma voiture, je me sentais à l'écart en quelque sorte [...] Alors, j'ai tenté le vélo et j'ai vu que c'était faisable. »

Priorité à l'effet de groupe – Si l'on cherche à multiplier les chances de faire advenir des déclics individuels, on tendra de nombreuses perches à de nombreuses personnes pendant de longues périodes. En agissant avec une patience de pêcheur, on fera quelques touches de temps en temps. Pour gagner en efficacité, on devrait créer des occasions de **faire jouer l'effet déclencheur des petits groupes**. C'est ce qui se pratique par exemple dans le cadre de défis collectifs en entreprise ou de sorties collectives à vélo.

... si je construis mes solutions

La mise en pratique d'une mobilité alternative passe souvent par une période de tâtonnements : choisir les bons itinéraires cyclables, trouver les bons vêtements pour le vélo, savoir s'accorder avec ses covoitureurs, choisir les jours avec ou sans voiture, ... L'Encadré 9 en donne des exemples.

Encadré 9 – Quelques semaines pour s'organiser

Alice parcourt 34 kilomètres par jour pour ses allers-retours au travail. Selon les trajets, elle utilise le train, sa voiture ou le covoiturage comme passagère. « Pendant tout le premier mois, j'ai fait des essais au niveau des horaires de covoiturage. J'ai deux enfants en bas âge et une heure limite pour la nounou. Au bout de plusieurs semaines d'essai, j'ai choisi de prendre plus de marge pour pas courir tout le temps parce que ça m'épuisait vraiment. C'est comme ça que j'ai pu valider que ça fonctionnait avec les personnes qui me conduisaient ».

L'exemple de Damien (Encadré 7), vélotaffeur depuis qu'il a vu le film « Demain » peut être à nouveau cité. « Au départ, c'était une forme de défi personnel. Ça a commencé comme ça : moins j'utilisais la voiture plus je voyais que c'était possible. Je voulais faire le test. Le tout, ce n'est pas d'en parler, c'est de le faire. En faisant le test, je me suis rendu compte que j'apprenais à me déplacer autrement, à anticiper, à m'organiser. Je me suis équipé en vêtements et ça s'est fait dans le plaisir. Aujourd'hui, je ne reviendrais plus en arrière ».

Emmanuel fait 16 kilomètres par jour à vélo électrique pour aller au travail et en revenir. « Pour me lancer, j'ai pris un vélo à l'essai un week-end pour voir ce qui était possible. Après, je l'ai pris une semaine pour voir ce que ça faisait en termes d'implication dans le travail et puis après je suis parti à fond ».

On peut aussi revenir sur l'exemple de Pamela (Encadré 4) qui sort à l'heure du bureau grâce à ses covoiturages quotidiens. « En prenant mon poste, j'ai tout de suite contacté la personne chargée de la mobilité en lui disant 'je suppose qu'il y a des gens qui covoiturent ou qui habitent près de chez moi'. Ça a duré deux trois mois avant qu'on me fasse rencontrer Céline. On a fait un essai sur une ou deux semaines et on s'est aperçu que ça fonctionnait bien. Régulièrement j'appelle le service responsable pour leur demander s'ils n'ont pas des nouvelles personnes à me proposer. On a eu une collègue qu'on amenait sur 8 kilomètres mais à une fréquence beaucoup moins régulière que nous ».

des changements comportementaux induits par l'organisation d'un [challenge de la mobilité](#). Rapport pour l'ADEME

¹⁷ Rocci (2011) [Analyse sociologique](#) des freins et leviers au changement de comportement vers des mobilités plus durables. In *Écofiscalité et transport durable* p83-104

Dans ces quatre exemples, il a fallu plusieurs épisodes de tentatives, d'essais et de tâtonnements pour valider la nouvelle façon de se déplacer. Les trois premières personnes ont construit leur solution par elles-mêmes et la quatrième a été accompagnée pendant plusieurs mois par le référent écomobilité de son entreprise.

Priorité à un accompagnement personnalisé dans la durée – Chacun devrait pouvoir trouver sur son lieu de travail ou dans son voisinage, quelqu'un pouvant l'**aider à construire des solutions personnelles**. Loin d'être conçue comme une action ponctuelle, cette aide devrait être disponible sur une longue durée. Ce sujet est réabordé plus loin, page 28.

... si j'installe de nouvelles habitudes

Une nouvelle pratique de mobilité reste fragile pendant quelques temps et risque de s'interrompre à l'occasion d'une difficulté : un congé maladie, une équipe de covoiturage qui se disloque, un incident d'autopartage ... On peut presque parler d'un risque de 'rechute' comme dans le contexte d'un sevrage tabagique.

Même sans parler de rechute, il reste à faire durer les nouvelles pratiques suffisamment longtemps pour qu'elles deviennent routinières. C'est ainsi qu'un trajet très habituel, par exemple sur une ligne TER, finit par se faire en pilotage quasi automatique avec un minimum de stress et très peu de charge mentale. Dans l'exemple de l'Encadré 10, on voit que ce n'est pas gagné.

Encadré 10 – Des habitudes pas toujours faciles à installer

Alice covoiture fréquemment comme passagère (voir Encadré 9) mais ce n'est pas devenu une routine. « Ce n'est pas de tout repos le covoiturage parce qu'à partir du moment où on a commencé à organiser un truc qui tient debout, il y a les vacances scolaires, et puis il y a eu le confinement, le covid, les cas contacts, le télétravail et tout. C'est fragile le covoiturage ».

Priorité à un accompagnement personnalisé dans la durée – On reparlera plus loin des changements de mobilité dans la durée. Dans l'immédiat, on répétera seulement que s'il y a un **accompagnement, il devrait se dérouler sur un temps long**.

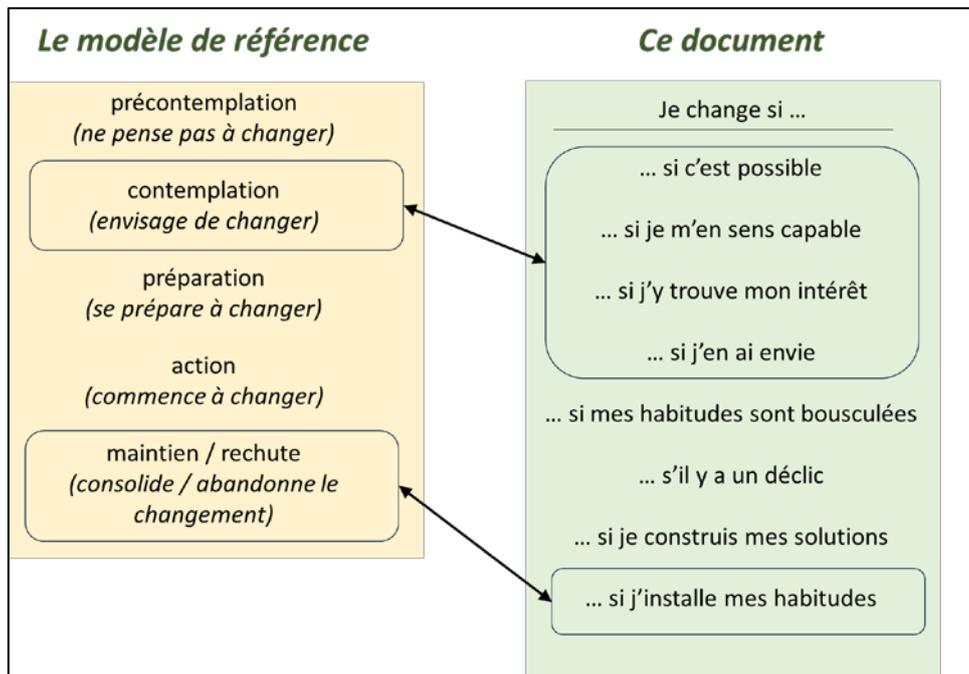
Un parcours d'étape en étape

Le changement vient d'être décrit comme un processus en plusieurs étapes. Les premières étapes sont mentales et émotives. La personne pense à ses possibilités, à ses capacités, à ses intérêts et à ses envies. Aux étapes suivantes, des circonstances extérieures bousculent les habitudes et provoquent des déclics. Les dernières étapes portent à l'action : on construit ses solutions et on s'y habitue.

Dans la Figure 1, nous comparons cette suite d'étapes au modèle de changement qui fait référence dans la littérature. Ce modèle a été proposé par Prochaska et DiClemente en 1984¹⁸.

¹⁸ Prochaska J et DiClemente C (1984) The transtheoretical approach: crossing traditional boundaries of therapy, Homewood, Dow Jones-Irwin

Figure 1 – Chronologie du changement



Les flèches montrent qu'il y a d'assez bonnes correspondances entre certaines étapes (j'envisage de changer, j'installe mes nouvelles habitudes) mais les deux schémas diffèrent sur le passage à l'acte.

On notera que les deux schémas proposent une vision progressive et chronologique du processus de changement, ce qui conduit à l'idée d'accompagner ce processus de A à Z comme par exemple dans le programme que décrit l'Encadré 11.

Encadré 11 – Un accompagnement d'étape en étape

En 2015 puis en 2017, le Pays d'Aix a lancé le programme Mobilize d'accompagnement personnalisé au changement de mobilité. Des ambassadeurs de mobilité ont recruté près d'un millier de personnes prêtes à envisager un changement. Les volontaires ont eu droit à un audit personnel de leurs déplacements, effectué à domicile. Les contacts personnels se sont poursuivis après 1 mois, 6 mois et 12 mois. Les participants ont reçu toute l'information nécessaire, on les a aidé à passer à l'acte et on a suivi leurs progrès. Finalement, elles ont fait 5% de trajets en voiture en moins. Les principales alternatives ont été la marche, le vélo et les transports collectifs.

Les étapes du changement se parcourent-elles nécessairement de façon linéaire et progressive ? C'est le sujet des pages qui suivent.

Le chemin du changement peut être embrouillé

On va voir ci-dessous que le chemin du changement est souvent embrouillé. On peut changer à plusieurs reprises, changer pour plusieurs alternatives, parcourir les étapes du changement dans le désordre, changer seul ou en petit groupe. Cela n'est pas sans conséquence sur la façon de concevoir des actions qui visent à faire changer les mobilités.

Changement dans l'ordre ou dans le désordre

Dans la partie précédente, les étapes du changement ont été présentées dans un ordre logique et d'apparence chronologique. On pense qu'une alternative est possible, qu'on est capable de la pratiquer, qu'on y a intérêt et qu'on en a envie. On est alors prêt à changer et cela arrive quand un déclic se produit. Ensuite on construit sa solution, on la valide et on s'y habitue.

Il est commode de présenter le changement comme une succession logique d'étapes mais chacun sait que la nature humaine n'est pas toujours logique. Dans la vie réelle, on ne doit donc pas être surpris de ce que certaines étapes s'inversent. Cela semble être le cas dans les exemples de l'Encadré 12.

Encadré 12 – La pratique d'abord, les raisons ensuite

Christelle marche une heure pour aller au travail parce que cela lui fait du bien, physiquement et psychologiquement, et surtout parce que c'est très sympa de voir la nature s'éveiller le matin (Encadré 4). Est-ce pour toutes ces bonnes raisons qu'elle a changé sa mobilité ? – Non. « Au confinement de mars de l'année dernière, je travaillais très peu et je me suis mise à la marche à pied. Plus ça allait et plus je faisais de longs parcours. Et ensuite je me suis mise à faire mon sport de tous les jours en allant au travail ».

Maixent est passé de la voiture au vélo sous l'influence de son groupe de colocataires (Encadré 7). « J'ai changé mes habitudes au printemps. C'était un vrai plaisir de circuler à vélo plutôt que de monter dans une voiture surchauffée par une journée au soleil. Maintenant que l'hiver commence à arriver, c'est vrai qu'il faut un peu plus de motivation pour remonter sur le vélo. Mais quand on est dessus et qu'on a un K-Way et des gants, c'est exactement pareil qu'en été ».

Dans le premier exemple, le confinement a créé l'occasion de commencer la marche et dans le second, c'est un groupe de proches qui a déclenché l'usage du vélo. C'est à la suite de ces déclics que la marcheuse et le cycliste ont commencé à pratiquer et c'est en pratiquant que leurs raisons et leurs envies se sont pleinement révélées. Les étapes du changement se sont en partie inversées.

Ce constat rejoint les fortes critiques¹⁹ qui ont été adressées au modèle de référence de la Figure 1. Nous en retenons ceci : (1) le fait qu'une personne soit parvenue à une certaine étape du changement n'implique pas qu'elle passe plus facilement à l'étape suivante, (2) un déclic peut amener une personne à changer alors qu'elle ne s'y était pas préparée, (3) les motivations du changement peuvent être inconscientes et échapper aux étapes de 'contemplation/préparation' et (4) les motivations du changement peuvent changer sous l'influence du contexte, éventuellement de façon brusque.

Priorité à la multiplicité des actions - L'aide au changement est souvent pensé comme un accompagnement continu, d'étape en étape, mais les parcours de changement sont souvent embrouillés et il est donc préférable d'apporter de multiples aides ponctuelles de façon à **permettre aux gens de franchir les étapes dans n'importe quel ordre**.

Un ou plusieurs changements

Les témoignages que nous avons recueillis montrent des personnes qui ont changé plusieurs fois leur mobilité à quelques années d'intervalle. L'Encadré 13 en donne deux exemples.

¹⁹ West R (2005) Time for a change: [putting the Transtheoretical \(Stages of Change\) Model to rest](#)

Encadré 13 – Des changements multiples

Cécile a vu une publicité pour la location de vélo électrique et cela a été son déclic (Encadré 7), mais elle n'a changé qu'à moitié. « J'ai commencé à louer un vélo pendant l'été et je le rendais à l'automne à l'arrivée du froid. Un hiver, il y a eu des jours de beau temps où je trouvais dommage de ne pas l'avoir. J'ai essayé de le reprendre pendant les vacances de février mais il n'y avait plus de vélos en location ! Du coup, il a fallu que j'attende pour en avoir un et quand je l'ai eu, je me suis dit que je ne le lâchais plus. Maintenant, je roule à vélo toute l'année mais je prends encore la voiture quand il pleut. Arriver toute dégoulinante au travail, c'est une chose que je n'arrive pas à faire pour l'instant ».

Matthias est passé de la voiture au vélo électrique pour aller au travail (16 kilomètres aller-retour) mais ce n'est pas son premier changement. « À Villefranche et à Paris, je prenais la trottinette pour aller à la gare, puis le train, puis à nouveau la trottinette. Ensuite, j'ai fait du covoiturage entre Bourg et Oyonnax, ensuite un mix de voiture et de vélo mécanique et maintenant tout à vélo électrique. *Réinventer sa mobilité tout au long de sa vie à l'occasion des changements de travail, des naissances, des déménagements, ce n'est pas lassant à la longue ?* Ça m'a inquiété quand j'ai essayé le covoiturage. Effectivement, ça nous sortait un peu de notre zone de confort mais c'était aussi intéressant ».

Dans le premier exemple, la personne a changé pour le vélo à la suite d'un premier déclic, mais aux beaux jours seulement. Deux ans plus tard, elle a utilisé son vélo en hiver, un second changement déclenché de façon très différente. Plus tard peut-être utilisera-t-elle le vélo sous la pluie quand son entreprise disposera d'un vestiaire. Ce serait un troisième changement.

Le second exemple montre une longue série de changements effectués à plusieurs années d'écart avec à chaque fois une recherche des options possibles et une construction de solutions personnelles.

Ces exemples rejoignent les conclusions d'un travail de recherche récent, à savoir que l'on ne doit pas voir le changement comme une rupture qui fait complètement disparaître les pratiques antérieures mais plutôt comme un continuum d'expériences qui se suivent et qui s'hybrident²⁰.

Priorité à la multiplicité des actions - On considérera le changement de la mobilité comme une boucle à reparcourir périodiquement plutôt que comme un parcours linéaire à faire une fois pour toutes. Cela conduit à concevoir l'aide au changement, non pas comme une proposition ponctuelle, mais plutôt comme des **propositions multiples et répétées que les gens pourront rencontrer aux moments où ils changent**.

Changement pour une ou plusieurs alternatives

À l'exception de la marche et du vélo, les alternatives à l'auto-solo imposent de combiner plusieurs modes de déplacement et de construire ce qu'on appelle des chaînes de mobilité. Dans ces cas-là, on ne passe pas de la voiture à une autre chose, mais à plusieurs autres choses. Il faut donc faire plusieurs changements en parallèle. L'

Encadré 14 en donne des exemples.

²⁰ Cailly et al. (2020) cité page 12

Encadré 14 – Passer de l'auto-solo à plusieurs alternatives combinées

Alice covoiture fréquemment comme passagère (voir Encadré 9) mais elle a d'autres cordes à son arc. « Le soir je covoiture mais le matin je vais à pied à la gare, je prends le train jusqu'en ville et je continue avec un vélo en libre-service ».

Ludivine covoiture depuis la crise sanitaire (voir Encadré 6). « Je le fais avec une collègue qui a généralement les mêmes horaires que moi. Quand elle est conductrice je lui donne rendez-vous près de chez elle et j'y vais en une demi-heure de marche à travers la forêt. C'est super sympa. Le soir, il arrive que j'aie des rendez-vous et que je finisse plus tard. À ce moment-là je sollicite deux amis de mon village. Ils ne travaillent pas tout à fait au même endroit que moi en ville mais ça ne me dérange pas de les rejoindre à pied ».

Damien B, un champion de l'écomobilité, raconte sa dernière semaine de travail, entièrement écomobile. Selon les jours, il a utilisé le train, le vélo, la trottinette, le covoiturage, l'autostop et/ou le transport à la demande.

Dans ces exemples, les personnes ont dû valider chacun de leurs nouveaux moyens de déplacement en calant par exemple les jours de covoiturage, la traversée de la forêt à pied, l'abonnement aux vélos en libre-service, l'embarquement du vélo dans le train.

On peut admirer l'agilité des deux voyageuses qui ont trouvé, testé et adopté pas moins de quatre solutions de déplacements combinées ou alternatives. Le dernier exemple ressemble un peu à l'apprentissage des langues. Plus on en connaît, plus on les suivantes s'apprennent vite.

Les professionnels de la mobilité ont l'habitude de proposer les solutions de transport comme un menu : le transport public, le vélo, le covoiturage, etc. Une nouvelle tendance est en train d'apparaître : la mobilité par association de services (MAS ou *mobility as a service MaaS*) qui élargit le choix des modes de déplacement (multimodalité) et facilite l'enchaînement de services de transport 'sans couture' (intermodalité). Cette innovation gagne du terrain dans les grandes métropoles et mérite d'être déclinée partout mais ce n'est pas le sujet de la présente étude.

Priorité à un accompagnement personnalisé – Pour aider les gens à changer leur mobilité, il faut quitter le point de vue du prestataire de tel ou tel service de mobilité. Au contraire, il faut **se mettre à la place des gens qui doivent combiner plusieurs modes de transport pour pouvoir changer**.

Changement impliquant plusieurs personnes

Dans les pages précédentes, nous avons admis de façon implicite que le changement est une affaire personnelle, même si le déclic s'est parfois produit sous l'influence d'un groupe. Ce n'est pas toujours aussi simple quand il s'agit de changer sa mobilité. On en voit des exemples dans l'Encadré 15.

Encadré 15 – Un changement qui ne pouvait pas se faire seul

Alice combine plusieurs solutions pour aller au travail sans sa voiture, y compris le covoiturage (voir

Encadré 14). « J'ai trouvé deux personnes pour me ramener, l'une le lundi et le jeudi et l'autre le mardi et le vendredi. Le mercredi, je prends ma voiture le plus souvent, quelquefois en ramenant aussi quelqu'un qui habite sur mon village ».

Ludivine covoiture depuis la crise sanitaire (voir

Encadré 14). « Je covoiture avec une collègue qui a généralement les mêmes horaires que moi. C'est elle ou moi qui prend la voiture. Nous essayons d'être à peu près équitables. Le soir, si je finis plus tard, je sollicite deux autres amis qui habitent mon village. Comme c'est moi qui suis demandeuse, c'est à moi de m'adapter. En général, je m'organise la veille mais il m'arrive de le faire le jour-même ».

Marie-Line covoiture quand ses horaires de travail le permettent (Encadré 5). « J'ai la chance d'avoir une collègue de travail qui habite mon village. Si on est un peu sur les mêmes horaires, on s'envoie des petits messages et on essaie de covoiturer. J'ai un autre collègue dans le village voisin avec qui je fais la même chose. J'ai aussi envoyé deux ou trois fois des demandes de covoiturage sur le groupe d'entraide de mon village et là, j'ai découvert que mes voisins, juste à côté de chez moi dans la même rue, faisaient quotidiennement le même trajet que moi ».

Gaëlle s'organise avec les parents d'élèves de son village pour les conduites des enfants au collège quand les horaires du car scolaire ne conviennent pas (24 km aller-retour). Un groupe WhatsApp réunit quasiment toutes les familles concernées. On ne fait pas les comptes des trajets. Ils s'équilibrent spontanément. La plupart des parents sont très satisfaits de ce système qui n'est ni chronophage ni énergivore.

Magalie a réalisé que plusieurs familles de son village allaient chaque semaine acheter individuellement leur panier de légumes au même endroit (16 km aller-retour). Elle a créé un groupe WhatsApp pour qu'une seule voiture ramène tous les paniers chaque semaine. Le tour de rôle se fait spontanément. Les trajets s'équilibrent spontanément. Ce n'est pas une usine à gaz.

Les trois premières personnes citées habitent trois villages différents. Chacune parvient à covoiturer. Toutes ont procédé de la même façon. Elles ont trouvé leurs covoitureurs en parlant avec des collègues sur leur lieu de travail et avec des voisins dans leur village. Après quelques essais, chacune a construit son petit cercle de covoitureurs réguliers. Ces petits groupes apportent deux choses essentielles : (1) zéro inquiétude sur le fait qu'on va trouver un conducteur et (2) zéro complication pour le rendez-vous²¹.

²¹ Dans un article récent, Y. Crozet (2022) explique que [le covoiturage peine à s'imposer](#) sur les petites distances à cause des complications qu'il implique (recherche du coéquipier, incertitude liée au rendez-vous, petits détours, trajet avant l'embarquement et après le débarquement). Dans le ressenti des covoitureurs, la

Dans les deux témoignages suivants, les personnes qui ont lancé les conduites scolaires groupées et les achats groupés insistent pour dire que cela s'est fait très facilement et que le fonctionnement est très léger.

Dans tous ces témoignages, on voit une personne motivée qui constitue un petit groupe de collègues et/ou de voisins. Ensuite, c'est le groupe qui rend le covoiturage facile, ... et la facilité qui fait la réussite. L'initiative du changement reste individuelle mais sa mise en œuvre implique plusieurs personnes.

En ce qui concerne le covoiturage, nos observations rejoignent ce qui est bien connu, à savoir qu'il s'organise le plus souvent de façon informelle dans un cercle de proches : famille, amis, collègues. Cette proximité facilite la construction des arrangements nécessaires et elle se double souvent d'une proximité affective qui renforce la motivation. Dans les cinq exemples cités ci-dessus, une partie des arrangements se sont faits au sein des cercles de proximité affective. Cependant, les témoignages montrent aussi plusieurs cas dans lesquels les arrangements se sont étendus à des voisins ou des collègues qui n'étaient pas connus au préalable.

Priorité à l'effet de groupe – Lorsqu'une alternative passe par du partage (covoiturage, autopartage), elle se pratique au sein de petits groupes, souvent réunis pas une personne motrice. Priorité devrait être donnée à repérer, consolider et élargir les **petits groupes constitués pour le partage** des mobilités. On est évidemment dans le registre du 'sur mesure'. Cela devrait pouvoir se faire dans un village, une entreprise, un club sportif, etc.

Les priorités

Pour conclure cette première partie, nous dirons qu'il convient de privilégier ...

- Les **échanges interpersonnels** qui peuvent s'ajuster à chaque situation particulière. Ils permettent de comprendre quelles alternatives sont [possibles ou impossibles](#) pour l'interlocuteur dans son propre contexte et quels arguments peuvent porter en fonction de ses [intérêts](#) et de ses [envies](#).
- L'**effet de groupe** car il a un [pouvoir déclencheur](#) particulièrement puissant et aussi parce qu'il est nécessaire lorsqu'une alternative passe par du [partage](#) (covoiturage, autopartage, conduites et achats groupés).
- La **mise en pratique** car elle permet d'apprécier ses véritables [capacités](#) sans être leurré par les préjugés et le poids des habitudes.
- L'**accompagnement personnalisé dans la durée** car il permet d'aider à [construire](#) et à faire [perdurer](#) les nouvelles solutions personnelles de mobilité, qui doivent souvent [combiner plusieurs modes de transport](#).
- Les **moments propices** tels que le déménagement, la prise de poste ou l'inscription à l'école, car ils [remettent en cause les habitudes](#).
- La **multiplicité des actions** car elles permettent d'aider à faire [plusieurs changements successifs](#) et à franchir les étapes du [changement dans n'importe quel ordre](#).

somme de ces petites complications est ressentie comme une perte de temps équivalente à une vingtaine de minutes sur un trajet de 15 km et cela décourage la pratique, même quand le covoiturage est subventionné.

Ce qui influence le changement

Nous allons maintenant chercher à le comprendre ce qui a influencé le changement de comportement des personnes que nous avons rencontrées. Mais il faut d'abord noter que certaines de ces personnes ont changé d'elles-mêmes, sans avoir été influencées.

Ceux qui changent tout seuls

Dans beaucoup de nos témoignages radiophoniques, les personnes ne citent pas d'influence extérieure. Elles ont utilisé des services de mobilité (vélos électriques en location, vélos en libre-service, transport à la demande, autocars) et elles ont même été aidées pour cela (réfèrent écomobilité de leur entreprise, réseau d'entraide de leur village) mais l'initiative du changement venait d'elles-mêmes.

Est-ce que nous devons conclure pour autant que les gens changent spontanément et que nous avons exagéré le besoin d'une action collective ? Non, parce que nos témoins avaient un profil bien particulier. Nous avons recherché des personnes ayant changé leur mobilité alors même qu'il y a très peu d'aides au changement dans notre territoire. Nous devons donc nécessairement tomber sur beaucoup de personnes ayant changé de leur propre chef. L'Encadré 16 en donne des exemples.

Encadré 16 – Des changements qui viennent de loin

Alice combine plusieurs solutions pour aller au travail sans sa voiture, y compris le covoiturage (Encadré 15). « Quand je parle de ma solution à mes collègues de travail, ça leur semble un peu invraisemblable de s'embêter à ça et de se rendre trop dépendante des autres. Mais je le fais parce que ça rejoint mes convictions. J'ai grandi en ville où j'ai été plutôt à vélo ».

Alric fait de longs trajets quotidiens par tous les temps avec un vélo électrique acheté par son employeur (Encadré 3). Il présente son choix comme une décision personnelle et conclut : « Le vélo a toujours fait partie de ma vie depuis l'enfance, pour aller voir des copains ou pour aller à l'école ».

Dans ces deux exemples, les personnes étaient ouvertes aux alternatives de mobilité, contrairement à la plupart des conducteurs périurbains enfermés dans leurs habitudes. Non seulement elles étaient ouvertes mais elles étaient également capables d'imaginer des solutions de remplacement et de les construire. Dans les deux cas, cette ouverture et cette capacité venaient d'une vieille familiarité avec les mobilités alternatives.

Que pouvons-nous faire de ces exemples ? Pas grand-chose dans le cadre de la présente étude qui concerne l'aide au changement et non pas le changement spontané. On pourrait évidemment penser à des actions en direction des jeunes d'âge scolaire pour les rendre capables de maîtriser leur mobilité lorsqu'ils deviendront adultes. De telles actions méritent certainement d'être lancées mais elles produiront leurs effets à long terme alors que la priorité est de relever le défi de l'urgence climatique.

Ceux qui sont influencés

Influence des mobilisateurs

L'influenceur des réseaux sociaux est payé pour attirer des foules d'acheteurs comme des moutons. Ce système ne peut pas fonctionner pour l'écomobilité à la campagne. En effet, comme on l'a vu plus haut, celui qui change a plutôt besoin d'une interaction individuelle avec une personne qui connaît bien son contexte, qui peut l'aider à construire ses propres solutions, qui peut lui tenir la main pour

un premier essai et qui peut revenir de temps en temps voir si tout se passe bien. L'Encadré 17 donne des exemples de ce genre d'influenceurs.

Dans le premier exemple, notre témoin a été influencé de façon décisive par une amie qui a joué, à son insu, un rôle d'influenceuse.

Dans les deux autres exemples, les témoins ont consciemment joué ce rôle et ils ont eu du succès. À noter que leur influence a été d'autant plus forte qu'ils avaient une pratique des mobilités alternatives, un réseau relationnel dense et une image sociale positive au sein de leur établissement. Leur profil est évidemment très éloigné de celui des influenceurs des réseaux sociaux et il convient de les désigner par un autre mot. Nous choisissons d'utiliser le terme 'mobilisateur'.

Encadré 17 – Influencés et influenceurs

Bernard est passé au transport à la demande grâce au conseil d'une amie (Encadré 7). « J'avais un souci médical et je ne pouvais pas conduire. Une amie m'a dit que son fils utilisait le service et en était très satisfait. Elle m'a expliqué ».

Emmanuel va au travail à vélo électrique (Encadré 9). « J'ai déjà des collègues qui viennent à vélo et on se renforce mutuellement. J'ai une collègue qui est en train de faire des essais pour venir à vélo et je pense que ça va en motiver un autre. Ils en avaient envie depuis longtemps et en me voyant faire, ils passent de l'envie au projet. On y travaille aussi en interne avec une commission qu'on appelle commission verte et on va faire une petite journée de découverte du vélo ».

Damien s'est mis au défi d'aller au travail à vélo après avoir vu le film Demain (Encadré 7). « J'invite mes collègues à essayer le vélo. Aujourd'hui, nous sommes sept ou huit à venir à vélo au travail sur soixante-dix. Deux collègues viennent systématiquement de Lyon par le train et terminent à vélo depuis la gare de Servas. Deux personnes du village sont comme moi systématiquement à vélo. Maintenant, j'essaie de convaincre des personnes qui sont un petit peu plus loin, à trois-quatre kilomètres ».

Priorité aux mobilisateurs – Les mobilisateurs sont capables d'influencer le changement parce qu'ils peuvent montrer l'exemple, conduire des échanges interpersonnels et faire de l'accompagnement dans la durée.

Influence des petits groupes

L'efficacité des mobilisateurs cités dans l'Encadré précédent est en partie due au fait qu'ils agissaient au sein d'un petit groupe de collègues. L'Encadré 18 donne d'autres exemples de l'influence des petits groupes.

Encadré 18 – Influencés par un petit groupe

Rita n'aimait pas le vélo et vient maintenant au travail à vélo électrique (Encadré 7). Elle a eu plusieurs occasions de changer sans que cela aboutisse. Finalement, c'est un groupe d'amis de sa commune qui a déclenché le changement.

Pour Maixent, qui est passé de la voiture au vélo (voir Encadré 8), le déclic s'est produit lorsque ses colocataires l'ont pris par la main pour pédaler avec eux.

Marie-Line s'est construit son petit cercle de covoitureurs auxquels elle fait appel quand ses horaires de travail le permettent (Encadré 15). « À mon travail, on a créé un groupe écologie et déplacements doux qui essaie d'être moteur sur ce sujet et ça m'a pas mal boostée ».

Dans tous ces exemples, on voit l'influence d'un petit groupe de moins d'une dizaine de personnes qui se côtoient au quotidien : collègues de travail, colocataires, amis. Dans le dernier exemple, le

groupe s'est institué de façon formelle et s'est focalisé en partie sur la mobilité mais dans les deux premiers cas, les groupes étaient informels sans lien avec la mobilité, et leur influence a été tout aussi forte.

Chacun sait que les groupes auxquels on appartient peuvent exercer une influence énorme sur les comportements. Les gens ont une tendance innée à se conformer aux normes de leurs groupes. Ils en retirent de l'approbation sociale et un sentiment d'appartenance qui active la zone des récompenses de leur cerveau. Il y a probablement un peu de cet ingrédient dans les exemples ci-dessus.

Notons également un autre mérite des petits groupes : ils permettent les échanges d'expériences.

Priorité à l'effet de groupe – Les petits groupes de collègues, voisins et amis ont une influence qui peut être décisive. Ils ne sont pas nécessairement formalisés ni focalisés sur la mobilité.

Influence de la mise au défi

L'Encadré 19 présente l'exemple d'une personne qui a participé à un défi proposé par les services de mobilité de notre territoire et qui a été personnellement accompagnée pour construire ses alternatives.

Encadré 19 – Un mois sans ma voiture

Jérôme utilise quotidiennement le transport à la demande pour se rendre au travail (Encadré 1) « Un jour, les services de mobilité de l'Agglo sont venus dans mon entreprise pour présenter leur opération 'C'est permis sans voiture'. Ils m'ont proposé quatre semaines gratuites de transport à la demande. J'avais déjà fait l'essai mais là, je m'engageais à laisser ma voiture obligatoirement pendant quatre semaines chez moi et je ne devais plus la toucher. En contrepartie, pour faire mes courses dans les commerces autour de chez moi, ils m'avaient laissé un des vélos en location à l'Agence d'écomobilité de Bourg. Alors la voiture est restée quatre semaines à la maison. Vous imaginez les économies que ça peut faire en carburant et tout ce qu'on veut. Et c'est là que ça m'a séduit et que je suis parti à fond dans cette modalité de transport ».

Voici un exemple typique d'accompagnement personnalisé qui a exercé une influence décisive. On notera que la personne a été accompagnée à toutes les étapes de son changement²².

Cette manière d'agir serait-elle donc la formule idéale ? Ce n'est pas certain et il y a deux raisons à cela. D'abord, l'exemple de Jérôme représente la meilleure réussite parmi les dix personnes qui ont participé au défi 'C'est permis sans voiture'. D'autres participants n'ont pas changé de façon aussi spectaculaire. Ensuite, les organisateurs du défi n'ont réuni qu'une dizaine de participants alors qu'ils en espéraient le double. Il n'est pas simple de recruter des personnes prêtes à quitter leur voiture, surtout dans des villages périurbains. L'évidente réussite dont témoigne cet exemple n'est donc probablement pas reproductible à grande échelle.

Dans l'exemple de l'Encadré 20, on a utilisé la mise au défi de façon beaucoup moins engageante et cela a facilité le recrutement.

En analysant cet exemple, les chercheurs se sont trouvés en phase avec Robert-Vincent Joule²³, psychologue social engagé dans des actions de sensibilisation à la protection de l'environnement, qui

²² À noter que les étapes n'ont pas toutes été parcourues dans l'ordre chronologique. Il y avait déjà eu des essais de transport à la demande qui n'avaient pas abouti et qui ont peut-être eu un impact sur la décision d'accepter le défi. On rejoint ici les conclusions d'un récent travail de recherche qui montre que le changement passe parfois par un ensemble de tentatives et d'allers-retours (Cailly et al cité page 12).

²³ Joule R (1994) Trois applications de la [théorie de l'engagement](#)

considère que c'est « en situation de groupe que l'on augmente ses chances de changer, notamment en prenant des engagements publics ».

Encadré 20 – Les mini-défis de 'Mobiloos'

Des petits défis ont été organisés par une équipe de recherche à Loos-en-Gohelle²⁴, un territoire péri-urbain des Hauts-de-France. Il y a eu 252 participants, recrutés en très grande majorité (82%) lors d'échanges interpersonnels sur des marchés, soirées ciné, kermesses, etc.

Les participants choisissaient dans un menu de petits défis ou proposaient eux-mêmes leur défi sur-mesure. Ils se sont le plus souvent engagés pour la marche et le vélo (proposer à mes voisins de promener leur chien, demander la remise en état du garage à vélo de l'école, ...). Près des deux tiers des inscrits ont tenu leur engagement, photo à l'appui. Le taux de réalisation a été bien plus important lorsque le défi avait été relevé en équipe (84%) plutôt que de façon individuelle (moins de 60%).

Priorité à l'effet de groupe – Si l'on pense à utiliser la mise au défi, alors on donnera la priorité à des **petits engagements pris en équipe ou en groupe**.

Influence de l'information

Parmi les témoignages de changement que nous avons collectés, il y a deux personnes qui citent une influence des médias : Damien qui s'est mis à aller au travail à vélo après avoir vu le film *Demain* (Encadré 7) et Cécile qui a eu un déclic en regardant une publicité pour la location de vélos électriques (Encadré 13).

Dans le premier exemple, le film a été influent en faisant émerger de nouvelles normes sociales qui rendent la transition désirable et qui suggèrent d'agir et d'espérer. Le contenu émotionnel de l'information a eu de l'effet sur l'envie de changer. Cependant, le témoignage de changement montre probablement la partie visible d'un iceberg. Des centaines de milliers de spectateurs périurbains ont vu le film et combien de changements de mobilité ont-ils suivi ? Probablement très peu si l'on en croit une synthèse des recherches sur la promotion des comportements durables²⁵ qui considère que « les médias et la publicité peuvent créer de la conscience et de la compréhension des enjeux de la transition mais [que] leur capacité à faire changer les comportements est limitée ».

Dans le second exemple, celui de la publicité pour les vélos en location, l'influence est passée par la découverte concrète d'une nouvelle offre de service. C'est le contenu objectif de la campagne de communication qui a provoqué le déclic. L'information était concrète et provenait d'une source crédible. Elle a atteint sa cible à un moment où la personne était prête à changer. Pourtant, les planètes ne s'alignent pas toujours aussi bien comme en témoignage l'exemple de l'Encadré 21.

²⁴ Cuvelier et al. (2020) [Réinventer la mobilité du quotidien](#) avec et pour les habitants du périurbain. Cas de Loos-en-Gohelle - Bassin minier des Hauts-de-France. Rapport de recherche IFSTTAR

²⁵ McKenzie-Mohr D. (2006) *Fostering Sustainable Behavior: An Introduction to Community-Based Social Marketing*

Encadré 21 – Une communication qui peine à atteindre son but

À la suite de son déménagement, Claire envisageait de passer de la voiture au train mais elle a attendu un an avant de faire le pas (Encadré 7). Pourtant elle s'était rendue à la Mairie et à l'Agence de mobilité de la ville-centre. Là, on lui avait proposé de consulter plusieurs sites web différents. Elle y a trouvé des informations sur les horaires et les tarifs mais rien pour apaiser ses appréhensions. Elle s'inquiétait notamment de marcher de la gare à son travail et de perdre l'avantage fiscal lié à la déclaration des frais réels de sa voiture, deux craintes qui se sont dégonflées après qu'un voisin l'ai convaincue d'essayer le train.

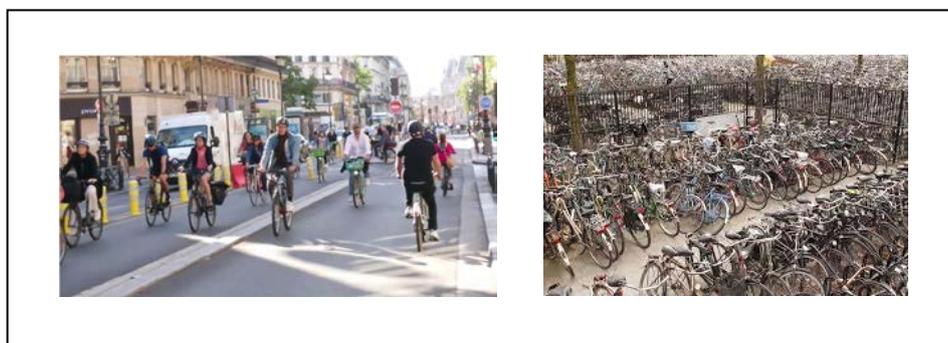
En résumé, l'information a des mérites : elle peut jouer sur les émotions et les normes sociales qui influencent l'envie de changer et elle peut renseigner sur les possibilités concrètes de changement. En revanche, elle a peu de chances de provoquer le passage à l'acte. C'est comme le hameçon lancé dans l'eau : il est nécessaire mais il ne garantit pas une bonne pêche.

Priorité à une information concrète – La communication est **nécessaire pour faire connaître les nouveaux services de mobilité**. En revanche l'information n'est généralement pas suffisante pour déclencher le changement. Par ailleurs, elle peut contribuer à valoriser l'image sociale des mobilités alternatives mais comment contrebalancer les milliards qui continuent de se déverser en publicité pour l'automobile ?

Effet de masse

Les images de l'Encadré 22 montrent la rue de Rivoli maintenant dévolue aux vélos et le parking de la gare d'Utrecht (NL), dimensionné pour 12 000 vélos. Elles illustrent l'idée du point de bascule à partir duquel un nouveau mode de déplacement commence à dominer. C'est alors la voiture qui devient une alternative.

Encadré 22 – Quand c'est la voiture qui devient une alternative



L'effet masse se révèle dans une enquête réalisée aux Pays-Bas à propos des trajets combinés train-vélo²⁶. Elle révèle que les personnes connaissant un usager du train-vélo sont plus susceptibles d'imiter leur comportement, ce qui amène à conclure que cette pratique pourrait augmenter de façon exponentielle à mesure que de nouvelles personnes adopteront ce mode de transport.

Un des témoignages que nous avons recueilli évoque ce point de bascule, celui de Denis, un habitant de Bourg qui se rend au travail à Lyon en combinant train et vélo. Faire ce trajet quotidien en voiture devient de plus en plus difficile et de moins en moins fréquent. Cela lui fait dire : « J'encourage les gens à faire la même chose. Ça va être la nouvelle norme ».

²⁶ Enquête citée dans : Forum Vies Mobiles (2024) L'association [vélo-train aux Pays-Bas](#) : un mode de transport prometteur dans un environnement favorable.

Pour ce qui est des déplacements entre la zone urbaine et la périphérie de notre territoire, les mobilités alternatives se trouvent encore infiniment loin de leur point de bascule. L'influence de l'effet de masse est donc citée ici pour mémoire.

Successions d'influences

Les exemples qui précèdent ont permis d'illustrer l'effet d'influence particulière sur les personnes en train de changer. Or les choses peuvent être plus compliquées. De même que le chemin du changement peut être embrouillé, les influences sur le changement peuvent se mélanger, se combiner et se succéder. L'Encadré 23 en donne un bel exemple.

Encadré 23 – En Suisse : les influences de l'opération Bike to work

En Suisse, l'opération *Bike to work* est organisée chaque année depuis 2005 avec l'ambition de promouvoir le vélo dans les entreprises participantes. Les salariés s'engagent, généralement par équipe de quatre, à recourir le plus souvent possible au vélo pendant un mois pour se rendre au travail. Les meilleures équipes gagnent des prix.

En 2016, un groupe de chercheurs a enquêté sur cette opération²⁷ et a montré qu'elle avait exercé trois sortes d'influence.

Pour les personnes qui n'utilisaient pas le vélo avant de participer à *Bike to work*, l'opération a fait jouer une dynamique au sein de petits groupes de collègues et cela a créé un déclic.

Pour les personnes qui pratiquent le vélo de façon plus ou moins régulière, la participation à *Bike to work* a initié des échanges d'expériences entre coéquipiers (sur l'entretien ou le remplacement du vélo, sur les vêtements de pluie, sur les bons itinéraires, sur la sécurité).

Finalement, en rendant visible la pratique du vélo, l'opération participe à la rendre légitime et reconnue. Plus les participations sont nombreuses, plus cette influence prend de l'importance et plus vite émerge la nouvelle norme sociale

Dans cet exemple, on comprend que différentes sortes d'influence se sont exercées sur des personnes qui en étaient à différents stades de leur parcours de changement. Cela nous amène à proposer le schéma de la Figure 2 qui présente quatre sortes d'influence (information, incitations, mobilisateurs et petits groupes, mise au défi) et leurs effets aux différents stades du changement de la mobilité.

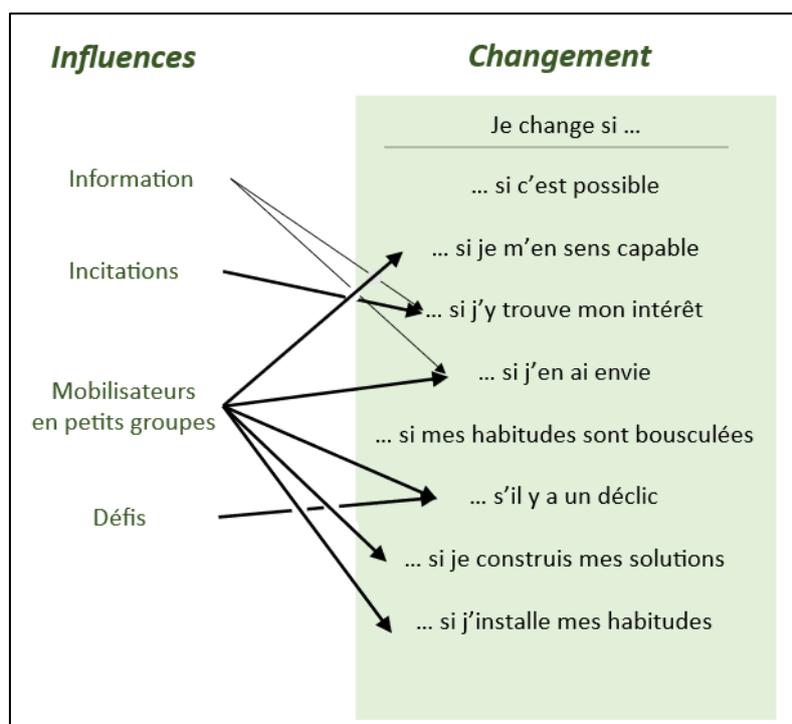
Sur ce schéma, les flèches montrent les influences observées dans nos témoignages radiophoniques et dans les travaux de recherche que nous avons cités. On voit clairement que les différentes sortes d'influence sont complémentaires plutôt que concurrentes.

À ce stade de notre étude, nous soupçonnons que les actions rapprochées (mobilisateurs, petits groupes, défis en équipe) exercent une influence plus forte que l'information. Notre impression est confirmée par la synthèse des recherches citée plus haut²⁸ qui affirme que « l'adoption de comportements durables réussit quand il y a un contact interpersonnel direct à l'échelon d'un petit groupe ». C'est pour refléter cette différence d'efficacité que les flèches du bas (influence des contacts personnels et des groupes) sont plus épaisses que celles du haut (influence de l'information).

²⁷ Rérat et al. (2019) [Au travail à vélo](#) - La pratique utilitaire de la bicyclette en Suisse. Éditions Alphil – Presses universitaires suisses

²⁸ McKenzie-Mohr D. (2006) cité page 24

Figure 2 - Sur quoi les influences s'exercent-elles ?



Les priorités

Pour conclure cette seconde partie, nous dirons qu'il convient de privilégier ...

- Les **mobilisateurs** qui peuvent [montrer l'exemple, conduire des échanges interpersonnels et faire de l'accompagnement](#) dans la durée.
- L'**effet de groupe** au sein des petits collectifs de [collègues, voisins et amis](#) et sous forme de [petits défis en équipe](#).
- L'**information concrète**, nécessaire pour [faire connaître les nouveaux services de mobilité](#).

Leviers pour faire changer

Nous allons maintenant examiner les leviers qui peuvent être actionnés pour amener les gens à changer. Actionnés par qui ? On s'intéressera ici aux instruments qui sont à la main des acteurs de notre territoire : l'Agglomération, les communes, les entreprises, les associations et les citoyens pionniers. D'autres leviers relèvent du niveau national ou européen, par exemple la fiscalité ou la réglementation. Ils ne sont pas examinés ici.

Neuf leviers sont présentés selon un classement en trois catégories : les leviers qui agissent de façon individuelle, communautaire ou collective.

Leviers individuels

Il s'agit d'instruments qui agissent dans le cadre de relations interpersonnelles. Nous en présentons deux ci-après : l'engagement et l'accompagnement.

Engager

Au cours d'une interaction, on propose à une personne de prendre un petit engagement. Si elle l'accepte, on lui propose ensuite de faire un ou plusieurs pas supplémentaires et plus importants. L'Encadré 24 en donne un bon exemple.

Encadré 24 – Petite question ... gros résultat

L'association ABCDE organise des conférences dans des villages de la périphérie de Bourg-en-Bresse. Elle demande aux participants de s'inscrire à l'avance. Sa présidente déclare : « Nous voulions pousser les participants à covoiturer mais nous avons dû tâtonner. Dans un premier temps, nous avons mis un lien vers une plateforme de covoiturage mais cela n'a pas eu beaucoup d'impact. Et puis nous avons eu l'idée d'ajouter une question dans le formulaire d'inscription en demandant aux gens s'ils étaient prêts à covoiturer ». Voilà ce qu'en dit Yves, un participant régulier : « Depuis quelques mois, les organisateurs mettent en lien les gens qui se sont inscrits et qui viennent du même endroit en leur proposant de covoiturer. Moi, c'est la deuxième fois que je covoiture avec ce système ». Effectivement, il y a maintenant très régulièrement des voitures qui arrivent avec trois-quatre personnes à bord.

Dans cet exemple, presque tous ceux qui remplissent le formulaire d'inscription répondent « oui » quand on leur demande s'ils pourraient covoiturer. Ils prennent volontiers ce petit engagement parce que c'est facile, libre et peu coûteux. Les réponses sont cependant engageantes car elles sont explicites et susceptibles d'être suivies d'une vraie proposition de covoiturage. Le covoiturage ne se pratiquait pas de façon spontanée mais, grâce à cette petite question, les participants s'y engagent facilement. Ensuite, quand l'association les met en relation avec d'autres covoitureurs potentiels, ils repensent à leur petit engagement et rationalisent leur disposition à changer. Leur pensée n'a pas précédé le changement. Elle a plutôt suivi leur engagement.

Pour que ce levier fonctionne bien, il faut que le premier pas soit modeste, complètement libre, explicite et rapidement suivi d'une proposition plus significative. Le levier est plus efficace si l'engagement est pris en public.

A l'inverse, ce levier fonctionne mal si les marches à gravir sont trop hautes. C'est ce que notre association a appris à ses dépens lorsqu'elle a organisé ses courses écomobiles en périphérie de Bourg-en-Bresse il y a quelques années. Les participants devaient s'inscrire par équipes de deux, opter pour un des itinéraires proposés et enchaîner plusieurs modes de transport alternatif. S'inscrire à une 'course' était déjà une très haute première marche, laquelle était suivie d'une autre encore plus abrupte puisque la compétition incluait obligatoirement un peu d'autostop. Notre défi a eu des résultats spectaculaires mais il n'a attiré qu'une poignée de participants convaincus d'avance²⁹. Les marches étaient trop hautes pour susciter de l'engagement.

Priorité aux petits pas - Autant que possible, on imaginera le changement de la mobilité comme un escalier pas trop raide dans lequel les gens s'engagent en **commençant par une première petite marche**.

²⁹ Voir le [bilan de l'évènement](#)

Accompagner

On accompagne une personne vers un mode de déplacement alternatif en dédramatisant le changement, en faisant faire un essai, en anticipant les problèmes ou en les réglant. L'accompagnement implique des échanges interpersonnels pendant le processus de changement et quelques relances par la suite. L'Encadré 25 donne des exemples d'accompagnement.

Encadré 25 – Une aide apportée à ceux qui changent

Pamela covoiture au quotidien pour aller travailler. Au départ, elle a demandé de l'aide à la personne chargée de la mobilité dans son entreprise. Depuis lors, cette dernière l'a contactée à plusieurs reprises en la mettant à chaque fois en contact avec de nouvelles covoitureuses potentielles (Encadré 9).

Jérôme est passé de la voiture au transport à la demande. Il s'est décidé à changer dans le cadre du défi 'C'est permis sans voiture' (Encadré 19). Les organisateurs du défi lui ont parlé à plusieurs reprises pour l'aider à laisser sa voiture au garage, à mettre au point ses nouveaux trajets domicile-travail et à faire ses courses avec un vélo électrique en location.

Dans ces deux exemples, les personnes ont été accompagnées pour changer. Elles ont obtenu des conseils personnalisés mais aussi des solutions 'apportées sur un plateau' comme des contacts avec des covoitureuses potentielles ou des vélos en location. L'accompagnement fonctionne bien avec une personne qui a envie de changer mais qui ne sait pas trop comment faire. Cette approche a le mérite de s'ajuster finement à chaque situation individuelle. Or on a vu (page 19) que c'est une priorité.

Ce constat rejoint les résultats d'une expérience conduite dans la région métropolitaine de Québec avec un millier d'autosolistes qui s'étaient déclarés prêts à changer. Les deux-tiers d'entre eux avaient des alternatives possibles et ont été accompagnés pendant quelques mois par un conseiller en mobilité. Finalement un petit tiers des personnes accompagnées a changé son mode de transport au moins une fois par semaine. Le bilan de cette expérience réussie suggère que le contact humain a été déterminant³⁰.

La durée de l'accompagnement est un enjeu. Dans l'expérience de Québec et dans le témoignage de Jérôme, le conseiller en mobilité a aidé à parcourir toutes les étapes du changement pendant quelques mois. Dans l'exemple de Pamela, l'accompagnement a été à la fois plus limité et plus long. La référente mobilité de son entreprise lui a fait de nouvelles propositions de covoiturage de temps en temps pendant plusieurs années.

Priorité à un accompagnement personnalisé dans la durée – Quand une personne a envie de changer, on peut l'aider grâce à des **contacts humains répétés sur plusieurs mois**.

Leviers communautaires

Il s'agit d'instruments qui agissent au sein de petites communautés. Nous en présentons trois ci-après : les échanges en petits groupes, le réseautage en ligne et les jeux en équipe.

Échanger

On suscite des échanges au sein de petits groupes de collègues, d'amis, de voisins ou de membres d'une association. Les échanges portent sur le pourquoi et le comment des alternatives à l'auto-solo. L'Encadré 26 en donne des exemples.

³⁰ Expérience présentée par Laviolette (2020) page 45, référence citée plus haut (page 33).

Encadré 26 – Le vélo, un sujet de discussion entre collègues

Après quelques essais, Emmanuel s'est converti au vélo électrique pour ses trajets domicile-travail. Plusieurs de ses collègues viennent aussi à vélo. Ils en discutent entre eux, se confortent mutuellement et font des émules (Encadré 17).

Damien a choisi le vélo électrique pour aller à son travail, distant de 12 km. C'est un établissement de taille moyenne (70 salariés) dans lequel les gens se connaissent et discutent facilement. Damien parle de son expérience, montre le plaisir qu'il prend à venir à vélo, fait parler ses collègues et discute des alternatives qui s'offrent à eux. En peu de temps, la proportion de cyclistes dans son établissement a atteint 10%, soit cinq fois la moyenne française (Encadré 17).

Ces exemples témoignent de la force exercée par les petits groupes informels lorsqu'on y adhère librement. Leur efficacité passe par la dynamique de groupe, le mimétisme, le conformisme social et l'émulation. Les échanges informels permettent de partager des expériences personnelles sans crainte d'une éventuelle réprobation sociale. Dans les petits groupes, les liens sont « légers » car ils se forment à mi-chemin entre les relations institutionnelles, qui peuvent être perçues comme prescriptives, et les relations familiales ou très familières, qui peuvent être compliquées.

Les deux personnes citées dans l'Encadré ci-dessus sont des mobilisateurs au sens que nous avons donné à ce terme (page 20). Leur pouvoir d'entraînement a été démultiplié parce qu'ils échangent au sein de petits groupes informels.

A l'inverse, dans un grand groupe, il s'établit des relations de domination ou de hiérarchie qui peuvent donner aux gens le sentiment d'être manipulés. Du coup, l'effet d'entraînement s'émousse.

Priorité à l'effet de groupe – Il convient de susciter des échanges sur les nouvelles mobilités au sein de petits groupes informels sur les lieux de travail, de résidence et de loisirs.

Réseauter

On crée une communauté virtuelle sur un réseau social et on entretient des échanges entre ses membres pour valoriser les changements de la mobilité. On met en valeur les membres de la communauté qui passent à l'acte. L'Encadré 25 en donne un exemple.

Encadré 27 – Une communauté virtuelle qui a des effets réels

Une ligne de covoiturage relie Bourgoin à Lyon et à l'Aéroport St Exupéry, via l'autoroute A43. Les usagers de cette ligne, appelées 'Lane', sont mis en relation grâce à une application. Ils sont invités à rejoindre un groupe Facebook où ils trouvent des informations sur la ligne et des invitations aux rencontres qui sont proposées : cafés, after work, etc. L'animatrice du groupe recueille et met en valeur les expériences des covoitureurs. Les témoignages qui circulent sont convaincants et génèrent une augmentation de la pratique du covoiturage³¹.

Dans cet exemple, les personnes présentes sur le réseau social se sentent appartenir à une même communauté. On a observé dans d'autres contextes que les membres d'une communauté virtuelle en retirent, ou espèrent en retirer, de petits avantages concrets (exemple des invitations), une visibilité sociale qui les valorise et/ou le sentiment que l'engagement collectif du groupe fait avancer leurs idées. Cela entretient et renforce leur motivation à agir³².

³¹ Accès à la [page Facebook du groupe](#)

³² Ben Yahia et al (2015) Effets du [sentiment communautaire virtuel](#) sur la fidélité. Management international 19(2)

En ce qui concerne la mobilité périurbaine dans notre territoire, l'efficacité de ce levier n'est pas gagnée d'avance. Les réseaux sociaux fourmillent de groupes qui ont échoué à devenir des communautés virtuelles. L'échec se manifeste par une participation volatile, l'absence de relations entre les membres du réseau, une adhésion floue aux orientations du groupe et aucun débouché concret dans la réalité.

Trouvera-t-on une façon de créer une communauté virtuelle vivante servant de levier pour atteindre nos objectifs ? Espérons-le mais nous ne voyons pas d'arguments pour en faire une priorité dans l'immédiat.

Jouer

Plutôt que de culpabiliser les gens, ne pourrait-on pas les attirer avec un mélange de compétition et d'amusement ? On peut proposer pour cela de 'jouer' à changer sa mobilité. Individuellement ou en équipe, des personnes lancent des défis à eux-mêmes ou à d'autres. Les meilleurs résultats sont récompensés. L'Encadré 28 en donne des exemples.

Encadré 28 – Jouer à changer

Rovereto est une ville moyenne italienne qui subit les problèmes classiques du tout-voiture : congestion, manque de parking, pollution, etc. Dans le cadre d'un travail de recherche, on a proposé à quarante navetteurs de gagner des points en utilisant leurs vélos ou en stationnant dans les parkings relais et en poursuivant avec des vélos en libre-service. Quelques dizaines de personnes ont participé. Les trois meilleurs écomobilistes ont gagné un mois d'usage gratuit des vélos en libre-service. L'expérience a été un succès. En cinq semaines, le nombre de trajets à vélo avait augmenté de 10%³³.

En Suisse, l'opération *Bike to work* est organisée chaque année dans un grand nombre d'entreprises (Encadré 23). Les salariés s'engagent, généralement par équipe de quatre, à venir au travail à vélo, si possible pendant un mois. Les meilleures équipes gagnent des prix. L'opération a un impact important.

On reviendra aussi aux petits défis de Loos-en-Gohelle (Encadré 20), que les participants pouvaient choisir dans un menu (marche, vélo, covoiturage, ...) ou qu'ils pouvaient s'inventer par eux-mêmes. Près des deux tiers des inscrits ont tenu leur engagement.

Dans ces exemples, la participation au jeu est ressentie comme un choix autonome et non comme l'obéissance à une injonction. Le défi et l'émulation entre joueurs motivent les participants bien plus que l'appât du gain car il y a peu de gagnants et les gains sont plutôt symboliques. C'est ce qui distingue le jeu de la récompense, un levier qui sera évoqué plus loin (voir page 32).

Dans les deux derniers exemples, on a constaté que le jeu a été nettement plus efficace lorsqu'il a mobilisé l'esprit d'équipe, ce qui a déjà été dit plus haut à propos de l'influence de la mise au défi (page 23).

Priorité à l'effet de groupe : On proposera des **animations collectives consistant à jouer à changer**, en insistant sur le caractère ludique de l'expérience plutôt que sur l'espoir de gagner des prix.

³³ Kazhimiakin et al. (2015) [Using Gamification](#) to Incentivize Sustainable Urban Mobility, 1st IEEE International Smart Cities Conference

Leviers collectifs

Il s'agit d'instruments qui agissent 'à l'aveugle' sur un large public. On présente une première série de trois leviers : la communication, l'incitation et la contrainte, aussi dénommés le sermon, la carotte et le bâton. Vient ensuite un quatrième levier que nous appelons l'impulsion et qui est plus connu sous le nom de *nudge*.

Communiquer

On utilise la publicité, les médias et les réseaux sociaux pour faire connaître l'existence, les caractéristiques et les mérites d'une alternative à l'auto-solo. Puisqu'on cherche à persuader par le discours, certains comparent cet instrument au sermon. L'Encadré 29 en donne deux exemples.

Encadré 29 – Faire connaître les services de mobilité

Rappelons ici les mots de Cécile (Encadré 7) : « un jour, j'étais derrière un bus de la ville où il y avait une grande affiche avec un vélo électrique bleu qui disait 'ça coûte tant par mois'. Je me suis dit que j'allais commencer ».

Voici ensuite l'exemple d'une opération de communication lancée par Rézo Pouce, la coopérative qui a organisé des systèmes d'autostop sécurisé aux quatre coins de France et en particulier dans la Communauté de communes du Pont du Gard. On lit dans le journal local³⁴ que le dispositif a été testé par une délégation d'élus comprenant le maire de la ville centre et le président de l'Agglo. Les élus se sont déplacés sur quelques kilomètres et ont été surpris d'avoir attendu trois minutes seulement à l'aller comme au retour. L'histoire ne dit pas si cette campagne a amené des conducteurs à quitter leur volant.

Ces deux exemples portent sur des opérations de communication conçues pour faire connaître de nouveaux services : les vélos électriques en location et l'autostop organisé. Dans le premier exemple, l'affiche a montré que la location d'un vélo électrique était possible et financièrement intéressante. Dans le second exemple, l'article du journal a montré que l'autostop organisé était un mode de déplacement possible et socialement respectable. Dans ces deux exemples, la communication a ciblé différentes étapes du changement : la possibilité (1^e étape), l'intérêt pécuniaire (3^e étape) et l'envie de se conformer à une nouvelle norme sociale (4^e étape).

Une vaste analyse de l'impact des programmes d'incitation au changement de mobilité aboutit à recommander des campagnes de communication qui fassent une grande place aux envies : « miser sur les bénéfices individuels à utiliser les alternatives à l'automobile, notamment la santé et le plaisir », « utiliser des personnalités publiques connues et appréciées pour augmenter la motivation sociale à l'égard de la mobilité durable », « faire appel aux sentiments et aux émotions »³⁵.

En résumé, la communication doit être précise et concrète en ce qui concerne le fond (possibilités, avantages) tandis que sa forme doit être subjective (émotions, envies, normes sociales). Est-ce à dire qu'une très bonne communication pourrait déterminer les comportements comme cela s'est produit dans l'exemple du vélo électrique ? Généralement non car elle provoque rarement le passage à l'acte. C'est ce qu'on a vu plus haut en évoquant l'influence de l'information (voir page 23). On peut le confirmer une fois de plus avec cette citation d'une spécialiste du marketing³⁶ qui considère que « les

³⁴ Le [Midi libre](#)

³⁵ Lavolette (2020) Mobilité et psychologie : comprendre et [agir pour soutenir les changements de comportement](#)

³⁶ Rocci, A., (2015), Comment rompre avec l'habitude ? Les [programmes d'accompagnement au changement](#) de comportements de mobilité. Espace populations sociétés

effets des campagnes d'information sur la réduction de l'usage de la voiture sont très limités, voire inexistants ».

La communication peut même avoir des effets négatifs si elle cible des personnes qui estiment ne pas pouvoir se passer de leur voiture. Ces personnes perçoivent alors les messages comme moralisateurs et déplacés. Or la très grande majorité des conducteurs périurbains pensent qu'ils n'ont pas d'alternative. Dans leur cas, certains sermons pourraient donc être contreproductifs.

Priorité à une information concrète – La communication est nécessaire pour faire connaître les possibilités et les avantages des mobilités alternatives. Elle doit transmettre des informations précises et concrètes tout en **jouant sur les émotions, les envies et les normes sociales**. En revanche la communication n'est pas suffisante pour déclencher le changement de comportement.

Récompenser

On donne de l'argent ou d'autres avantages concrets à ceux qui pratiquent un mode de déplacement considéré comme souhaitable. La comparaison avec la carotte et l'âne vient naturellement à l'esprit. L'Encadré 30 en donne quelques exemples.

Encadré 30 – Les carottes nous font-elles avancer ?

En 2016, le service des transports publics de Toulouse a organisé une semaine du covoiturage dans des entreprises volontaires. Parmi les salariés qui se sont inscrits sur la plateforme de covoiturage, un tirage au sort a désigné trois chanceux qui ont gagné un repas gastronomique pour deux personnes chez un chef étoilé. Cette récompense a été très attractive³⁷.

En 2021, l'Agglo de Montpellier a créé une incitation financière pour les utilisateurs de sa plateforme de covoiturage domicile-travail. Les passagers voyagent gratuitement et les conducteurs reçoivent une prime de 2 à 4€ par passager transporté. Après un an, le nombre de trajets covoiturés approche les 30 000 par mois et Montpellier s'est hissée à la 2e place des villes de province qui covoiturent le plus³⁸.

L'exemple de Pamela, qui s'est mise au covoiturage avec une collègue de travail (Encadré 9) est aussi un exemple de récompense. Elle profite en effet des places de parking offertes par la ville-centre aux covoitureurs réguliers. « Je les utilise quand c'est ma semaine de conduite, en particulier le jour du marché quand il est très compliqué de pouvoir se garer. C'est un sacré avantage et en plus, on est sûr du parking gratuit ».

Le premier exemple s'apparente bien à une récompense plutôt qu'à un jeu (voir p 30) car il n'y a pas de dimension ludique ni de compétition. L'espoir d'une belle récompense a fait bouger les gens alors même que le gain était très aléatoire. Il est vrai que la démarche à faire, s'inscrire sur la plateforme de covoiturage, n'était pas très engageante.

Dans le second exemple, tous les conducteurs covoitureurs reçoivent une prime substantielle payée par la collectivité publique. La récompense peut atteindre 100 € par mois et elle provoque de nombreux passages de l'autosolisme au covoiturage. Ce résultat fait écho aux multiples enquêtes qui montrent que l'argent est le premier mobile du choix d'un mode de transport³⁹.

³⁷ Cerema (2018) [Covoiturage courte et moyenne distance](#) - Retour d'expériences, freins et leviers. Page 35

³⁸ Klaxit (2022) Classement des [villes qui covoiturent le plus](#) en France

³⁹ Voir par exemple : Groupama (2017) [La voiture : transport toujours incontournable des périurbains](#). Présentation des résultats d'une enquête qui montre que les périurbains pratiquant des nouvelles mobilités recherchent des économies (85%) bien plus qu'une réduction de la pollution (35%) ou des rencontres avec de nouvelles personnes (22%).

La prime au covoiturage se répand à l'heure actuelle. Elle vient d'être mis en place dans notre territoire⁴⁰ et nous espérons vivement qu'elle aura de l'impact. La formule est encouragée par l'État qui alloue ses propres primes et qui abonde celles qui sont allouées par les collectivités⁴¹. L'idée de tendre une carotte aux covoitureurs a été testée, validée et défendue par les grandes plateformes de covoiturage. Elles y ont avantage car la distribution des primes ne peut passer que par leurs applications.

Nous avons quant à nous quatre réserves sur l'emploi de ce levier : (1) la mesure est coûteuse si elle est appliquée à grande échelle comme dans l'exemple de Montpellier, (2) la carotte est généralement donnée à tous, même à ceux qui pratiquaient déjà l'écomobilité, ce qu'on peut considérer comme un gaspillage⁴², (3) en cas de long trajet quotidien, le vélo et le covoiturage reviennent beaucoup moins cher que l'auto-solo, ce qui veut dire qu'une grosse incitation financière existe déjà et qu'on est en droit de se demander pourquoi en rajouter une autre, et finalement (4) ceux qui adoptent un « bon » comportement en échange d'une gratification financière ont tendance à faire marche arrière quand l'incitation disparaît. C'est ce qui est arrivé quand la Région Ile-de-France a institué puis interrompu une prime au covoiturage en 2019-2020⁴³. Cela s'est également observé lorsque l'on a expérimenté l'indemnité kilométrique versée à ceux qui venaient travailler à vélo⁴⁴. Pour toutes ces raisons, il se peut que la carotte financière soit onéreuse et que son efficacité soit peu durable.

Le troisième exemple présenté dans l'Encadré précédent est d'une nature différente. La carotte est une place de stationnement gratuite offerte à la covoitureuse. Cette formule a les mêmes limites que les autres : la place est coûteuse (au moins en matière d'espace), le cadeau est offert à ceux qui covoituraient déjà et la gratuité du stationnement s'ajoute aux économies que l'on fait déjà en covoiturant. Cependant, le parking privilégié a d'autres mérites. En plus d'être une carotte financière, il facilite la vie de la covoitureuse et il donne une reconnaissance officielle à sa pratique. Ce point fait écho à une étude européenne⁴⁵ qui constate que la carotte a un effet plus durable quand elle récompense une personne pour un petit pas dans son parcours de changement, quand elle renforce son estime de soi et quand elle résonne avec ses motivations profondes.

Priorité aux récompenses les plus efficaces – Accorder quelques avantages à ceux qui pratiquent une alternative de déplacement, pourquoi pas, ... mais on privilégiera ceux **qui facilitent et qui valorisent la pratique de l'écomobilité**.

Contraindre

Les façons de contraindre la voiture sont connues : limitations de vitesse, stationnement payant ou interdit, rues piétonnes. Pour faire écho à la carotte, on emploiera ici la métaphore du bâton.

En réalité, ce sont surtout les piétons et les cyclistes qui ont été contraints jusqu'à présent comme en témoignent ces rues de villages que les véhicules empruntent à 50 km/h entre deux trottoirs ridiculement étroits. À présent, nombre de municipalités rééquilibrent la balance en limitant la vitesse à 30 km/h et en partageant la chaussée. Ces nouvelles contraintes imposées aux conducteurs vont-elles les amener à changer de mode de transport ? Peut-être un peu, mais sûrement pas beaucoup. En effet, même en cas de très forte contrainte (route fermée pour travaux ou emportée

⁴⁰Voir la [présentation](#)

⁴¹ Voir la [présentation](#)

⁴² Par exemple, le Cerema a enquêté sur les [effets d'une prime aux covoitureurs](#) allouée en 2022 par la Région Pays-de-Loire. Les primes ont coûté 1,36 M€ et 32% des bénéficiaires covoituraient précédemment.

⁴³ Voir un [bilan de la prime régionale au covoiturage](#) expérimentée par la Région Ile de France

⁴⁴ Ademe (2015) Évaluation de la mise en œuvre expérimentale de l'[indemnité kilométrique pour les vélos](#)

⁴⁵ EPOMM (2017) [Rewarding behaviour change](#).

par une catastrophe), moins d'un conducteur sur dix renonce à sa voiture ou renonce à se déplacer⁴⁶. Les petites contraintes ont donc probablement un très petit effet.

Nous allons nous intéresser ici à un autre sujet : les contraintes qui s'appliquent spécifiquement aux voitures mal remplies. L'Encadré 31 en donne des exemples.

Encadré 31 – Décourager, voire interdire l'auto-solo

Les Etats-Unis ont une longue expérience des voies réservées aux covoitureurs (*High Occupancy Lanes*). Les premières ont été créées en 1973 à l'entrée de Washington. Elles sont réservées aux véhicules transportant au moins quatre personnes. À présent, sur ces autoroutes, la moitié des voyageurs circulent dans des voitures pleines. Les autos-solos qui constituent le reste du flux, sont contraintes à rouler deux fois moins vite que les voitures pleines⁴⁷.

Une entreprise du Jura Suisse a décidé de promouvoir le covoiturage en vue de réduire les émissions de CO₂. Il se trouve aussi que cette entreprise a très peu de possibilités de stationnement. C'est donc tout naturellement que la Direction a réservé les rares places existantes aux covoitureurs. Seuls les collaborateurs ayant des horaires particuliers sont autorisés à stationner sur le site sans covoiturer. Si un équipage de covoitureurs a un contre-temps, deux places de parking 'de secours' peuvent être octroyées aux conducteurs en solo. Une voiture d'entreprise reste à disposition d'un collaborateur covoitureur qui devrait partir précipitamment ou rester plus tard. Le cas échéant, des ajustements d'horaires sont validés par la Direction afin de faciliter le covoiturage. Finalement, 31 salariés covoiturent sur un total de 67, un résultat impressionnant⁴⁸.

Les deux exemples ci-dessus montrent que le levier de la contrainte peut être redoutablement efficace s'il est actionné de façon drastique. Cependant, ces deux exemples sont atypiques. Dans les deux cas, la configuration des lieux condamne l'auto-solo de façon évidente et la décision d'instituer des contraintes fortes est donc perçue comme légitime.

On ne peut pas en dire autant des déplacements quotidiens en zone périurbaine, en particulier sur notre territoire où le stationnement urbain est plutôt facile.

Impulser

Ce levier correspond au terme de *nudge* qui est très à la mode. On traduit ce terme par 'coup de pouce' quand c'est un substantif mais il n'a pas de traduction quand c'est un verbe. Nous choisissons d'utiliser 'impulser'. Le coup de pouce (*nudge*) est tellement dans le vent qu'il est employé à tort et à travers pour toutes sortes d'actions qui correspondent plutôt à de l'engagement, du jeu ou de la récompense. Comment définir ce terme précisément ?

Le coup de pouce modifie l'environnement physique des personnes à l'endroit et au moment où elles font leur choix de telle sorte qu'elles penchent spontanément vers l'option souhaitée. C'est ainsi que la plupart des sites web affichent en grand l'option d'accepter les cookies et cachent l'option inverse en petits caractères dans un coin. L'image de la Figure 3 montre l'exemple d'un coup de pouce donné pour choisir un mode de déplacement vertueux : faire de l'exercice en montant à pied plutôt que d'emprunter l'escalier roulant. L'impulsion est donnée par un effet de surprise évoquant quelque chose d'agréable.

⁴⁶ F. Giry (2017) [Évaporation du trafic automobile](#) : réduire les surfaces de voiries conduit-il à réduire le nombre de véhicules en circulation ?

⁴⁷ Selon une note de l'[Institute for Transport Studies](#) (Leeds, 2008)

⁴⁸ autosBus (2019) La [promotion du covoiturage en entreprise](#)

Figure 3 – Un coup de pouce en faveur de l'exercice physique



L'impulsion fait appel à un mode de pensée bien particulier : rapide, instinctif et émotionnel. C'est le contraire de la pensée réfléchie qu'on mobilise avec le sermon, la carotte ou le bâton. L'impulsion a bien des mérites. Elle est douce, indolore, non prescriptive et non culpabilisante. Elle agit sur le comportement sans que la personne visée ait besoin d'être consciente de la nécessité de changer. Pour ce qui est des deniers publics, elle coûte beaucoup moins cher que les récompenses.

Ce levier est-il durablement efficace ? Dans l'exemple de la Figure 3, les gens resteront-ils attirés par la montée à pied quand l'effet de surprise sera passé ? Les recherches ne répondent pas (encore) à cette question.

En ce qui concerne l'écomobilité périurbaine, nous ne donnons pas d'exemple concret de ce levier car nous n'en avons pas trouvé, et il y a de bonnes raisons à cela. Pour fonctionner, l'impulsion doit être exercée dans une situation de choix entre deux options immédiatement accessibles à un moment donné et à un endroit donné. Certes, on peut sortir sa voiture de façon improvisée et quasi instantanée, mais ce n'est pas vrai des mobilités alternatives. Elles impliquent au contraire un peu d'anticipation et d'organisation : s'habiller pour sortir à vélo en fonction de la météo, réserver un transport à la demande deux heures à l'avance, prévenir ses covoitureurs, etc. La voiture ou autre chose, ce n'est pas un choix instantané et les deux options n'ont pas la même accessibilité. C'est pour cela que le levier de l'impulsion semble bien difficile à utiliser pour faire changer les mobilités en zone périurbaine.

L'idée du coup de pouce pourrait être précieuse dans une situation qui nous intéresse particulièrement, celle des lignes de covoiturage. Deux lignes ont été créées récemment sur notre territoire. Comme le montre la Figure 4, elles fonctionnent sans application ni réservation avec des arrêts équipés de panneaux lumineux. Lorsque de nombreux conducteurs se sont habitués au système, le passager embarque en moins de cinq minutes et bénéficie d'un excellent service. À l'inverse, certains arrêts fonctionnent mal parce les conducteurs ne sont pas encore familiarisés. Pourrait-on les amener à s'arrêter et à prendre des passagers en créant un effet de surprise qui les décideraient de façon rapide, instinctive et émotionnelle ? Avis aux esprits créatifs.

Figure 4 – Quel coup de pouce pour une ligne de covoiturage ?

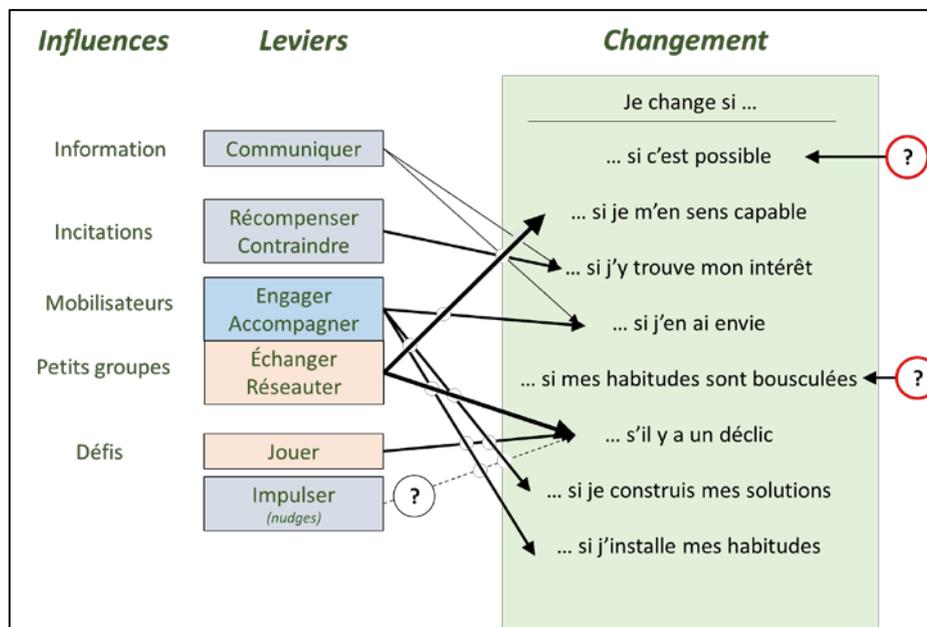


Les priorités

Les leviers prioritaires

Dans la Figure 2 (page 26), nous avons représenté la façon dont les différentes influences s'exercent. Par exemple, les actions rapprochées (petits groupes, défis, mobilisateurs) ont plus d'influence que l'information (bruit de fond). La Figure 5 va plus loin en ajoutant les leviers qui viennent d'être examinés. À nouveau, l'épaisseur des flèches reflète l'efficacité.

Figure 5 - Quels leviers pour quels changements



Priorité aux leviers communautaires (en rose sur le schéma). Ils sont prioritaires à cause de leur effet déclencheur. Ils agissent par l'intermédiaire de petits groupes, principalement sous forme d'[échanges collectifs](#) et de [défis en équipe](#). **La dynamique des groupes est efficace**. Elle entraîne les gens à se sentir capable d'agir et à passer à l'acte.

Priorité aux leviers individuels (en bleu sur le schéma). Ils sont prioritaires car ils permettent des échanges interpersonnels **finement adaptés au cas par cas**. Ils incitent à prendre des [petits engagements réussis](#), à l'image d'un escalier pas trop raide, et ils apportent des aides successives dans le cadre d'un [accompagnement dans la durée](#).

Viennent ensuite les leviers collectifs (en gris sur le schéma). Parmi eux, les plus efficaces sont les récompenses et les contraintes, en d'autres termes, la carotte et le bâton. Ces leviers conduisent à de nouveaux comportements en créant un intérêt objectif à changer, mais ils ont des limites qui justifient de ne pas en faire des priorités. En effet, la carotte est financièrement coûteuse et le maniement du bâton est politiquement risqué. Restent deux derniers leviers que l'on ne peut pas considérer comme prioritaires : la communication qui est nécessaire mais dont la capacité à faire changer les comportements est limitée et l'impulsion (*nudge*) qui est difficilement applicable au changement de la mobilité en zone peu dense.

Les contextes prioritaires

La Figure 5 montre qu'il n'y a pas de levier pour agir à certaines étapes spécifiques du processus de changement. Cela est figuré par les points d'interrogation cerclés de rouge.

Il s'agit d'abord de la première étape (je change si c'est possible - voir page 5). En effet, les leviers qui font changer les comportements ne peuvent rien contre une éventuelle impossibilité pratique de changer. On a vu au contraire que toute pression exercée dans un tel contexte est contreproductive.

La conséquence est la suivante : lorsqu'on actionne un levier du changement de comportement, il faut le faire en **priorité au bon endroit**, c'est-à-dire **là où il existe au moins une alternative possible**, sachant que la frontière entre le possible et l'impossible est relative au contexte de chacun (voir page 5).

Encadré 32 – Le bon levier au bon moment : un exemple

La ville de Munich a contacté un échantillon de personnes sur le point d'emménager sur son territoire. Ces personnes ont été interrogées avant leur emménagement à propos leur usage des transports publics. Six semaines après l'emménagement, un tirage au sort a désigné la moitié des personnes qui ont reçu un courrier contenant un ticket de bus gratuit, un plan du réseau avec la localisation de leur domicile, des propositions d'itinéraires pour rejoindre les arrêts de bus et les lieux centraux de la ville, les horaires des bus ainsi que les offres d'abonnement. Un petit tiers des personnes qui ont été ciblées par cette sorte d'accompagnement personnalisé se sont mises à utiliser les transports publics alors qu'elles ne le faisaient pas avant de venir à Munich. Dans l'autre groupe tiré au sort, il n'y a pas eu de changement significatif de comportement. Il y a deux enseignements à tirer de cette belle expérience : (1) l'accompagnement personnalisé est efficace – c'est démontré par la différence de résultat entre les deux groupes et (2) l'accompagnement a été particulièrement efficace – un tiers des personnes a changé, une proportion très inhabituelle – parce que ce levier a été utilisé au bon moment, c'est-à-dire pendant la période de remise en cause des habitudes qui suit le déménagement⁴⁹.

Il n'y a pas non plus de levier pour agir sur la sixième étape (je change si je questionne mes habitudes - voir page 10). En effet, ce ne sont pas les leviers qui bousculent les habitudes. C'est plutôt le contexte, par exemple un déménagement, un changement professionnel, l'arrivée ou le départ d'un enfant, la panne d'une vieille voiture, etc. On en conclut que les leviers du changement de

⁴⁹ Bamberg & Rees (2017) The [impact of voluntary travel behavior change measures](#). Transportation Research Part A: Policy and Practice, 100, 16-26.

comportement doivent être actionnés en **priorité au bon moment**, c'est-à-dire **quand les routines de mobilité sont remises en question**.

Actionner les leviers : qui et quand ?

Trois étages d'action

L'organisation des services de mobilité est généralement structurée selon leur nature : les transports urbains, les lignes d'autocars, le transport à la demande, les locations de vélos, les plateformes ou les lignes de covoiturage, etc. Cette structure est naturellement verticale et descendante. Au sommet, l'autorité organisatrice de la mobilité (AOM) définit les services à offrir, elle les finance et elle choisit les opérateurs qui vont les délivrer sur le terrain.

Dans ce qui suit, nous allons au contraire commencer au niveau du terrain, celui des autosolistes dont on souhaite faire changer les comportements. Ce n'est pas un choix de principe mais plutôt la conséquence de notre démarche, bâtie sur les témoignages de ceux qui changent. À partir de ce niveau, le rez-de-chaussée en quelque sorte, nous allons monter trois étages successivement : celui des mobilisateurs, celui des référents écomobilité et celui des autorités.

Les mobilisateurs et leurs petits groupes

Nous avons considéré que les échanges interpersonnels étaient prioritaires mais il faut être deux pour échanger. Qui peut être l'interlocuteur de la personne qui change ? On pense par exemple à un conseiller en mobilité ou à un ambassadeurs de mobilité. L'Encadré 33 en donne un exemple.

Encadré 33 – Les ambassadeurs de la mobilité d'Aix-en-Provence

À Aix-en-Provence, un programme d'accompagnement au changement de mobilité a été conduit en 2015 et en 2017. Des 'ambassadeurs de la mobilité' ont travaillé avec les communes et les associations pour recruter des personnes prêtes à s'essayer au changement. Chaque accompagnement incluait quatre échanges interpersonnels sur une durée de 12 mois. Cela a permis d'apporter aux participants toute l'information nécessaire, de les aider à passer à l'acte et de suivre leurs progrès. Dès les trois premiers mois, 62% des participants avaient testé une alternative à la voiture et finalement, les trajets automobiles ont été réduits de 5%, les alternatives étant la marche, le vélo et le bus.

Chaque ambassadeur salarié a suivi une trentaine de personnes. En moyenne, la dépense a été de l'ordre du millier d'euros par personne accompagnée⁵⁰.

Dans l'expérience d'Aix-en-Provence, les ambassadeurs sont salariés et, de ce fait, chaque accompagnement coûte cher. Les responsables du programme ont testé une formule moins onéreuse, à savoir un accompagnement téléphonique assisté par ordinateur. D'autres collectivités ont essayé de combiner l'humain et le numérique dans un accompagnement mixte, au risque de s'ajuster moins bien aux situations individuelles⁵¹.

Nous pensons que l'on devrait plutôt aller dans une autre direction : conserver le principe de l'accompagnement humain mais le mettre en œuvre à moindre frais en organisant l'engagement de personnes bénévoles présentes en permanence dans l'entourage de ceux que l'on souhaite faire

⁵⁰ Voir autosBus (2021) Pour un [programme de changement de mobilité à grande échelle](#)

⁵¹ Voir Ademe (2020) cité page 7

changer. Cette façon de produire du changement a de multiples avantages : elle est gratuite pour la collectivité, elle permet de faire émerger des petites groupes informels d'écomobilistes et elle permet d'interagir dans la durée. L'idée d'un accompagnement bénévole s'inspire de la figure des mobilisateurs présentée page 20 avec l'exemple des deux personnes qui ont entraîné leurs collègues à venir au travail à vélo. Chacun a multiplié les échanges interpersonnels au sein d'un petit cercle dont il a été l'instigateur. Ces mobilisateurs n'avaient pas de casquette institutionnelle et cela a pu faciliter leurs contacts⁵².

Les mobilisateurs pratiquent l'écomobilité, ils côtoient leurs collègues, voisins ou amis au quotidien, ils ont une bonne image sociale et n'ont pas de position hiérarchique. Certains agissent au point de destination des trajets quotidiens : le lieu de travail, l'établissement d'enseignement, le club de sport. D'autres agissent au point de départ : le village, le hameau ou le quartier. Nous avons même vu le cas d'un mobilisateur qui a agi le long de la route. Embarqué par un ami sur une ligne de covoiturage il a suggéré à son conducteur d'essayer le vélo pour aller au travail, et il l'a convaincu.

Les deux personnes qui ont entraîné leurs collègues à venir au travail à vélo l'ont fait de façon désintéressée. À l'inverse on a rencontré dans les pages précédentes plusieurs personnes qui ont poussé leur entourage à changer et qui avaient un intérêt personnel à le faire, c'est le cas de :

- Pamela qui a tout de suite cherché des covoitureurs quand elle a débuté son travail (Encadré 9),
- Alice, Marie-Line et Ludivine qui ont constitué leurs petits groupes de covoiturage en mobilisant des collègues et des voisins (Encadré 15),
- Yves qui organise des rendez-vous de covoiturage pour aller aux conférences auxquelles il assiste tous les mois (Encadré 24),
- Magalie qui a créé un tour de rôle informel pour grouper les livraisons de paniers de légumes (Encadré 15),
- Gaëlle qui a fait la même chose pour les conduites de collégiens (Encadré 15).

Du fait de notre méthode de travail nous avons observé de façon quasi exclusive des mobilisateurs qui se sont auto-investis dans leur rôle. Dans le cadre d'une action volontaire et de grande ampleur, on devrait amener beaucoup de gens à devenir mobilisateurs. Il faudrait donc repérer des personnes ayant le bon profil, les pousser à s'investir dans leur rôle, les aider à créer ou élargir des petits groupes d'écomobilistes et les soutenir dans la durée. Est faisable ? Nous n'en avons pas la preuve. La priorité qui suit est donc proposée sous réserve d'être testée et validée.

Priorité aux mobilisateurs. On devrait les aider à s'investir, à animer des petits groupes informels et à conduire des échanges interpersonnels. On sait que leur action est efficace et ne coûte rien à la collectivité. Toutefois, on ne sait pas dans quelle mesure il est possible de les aider à s'investir durablement⁵³.

Les référents écomobilité et leurs réseaux

Qui peut susciter les vocations de mobilisateurs et les aider à réussir ? On va s'en faire une idée grâce aux exemples de l'Encadré 34.

⁵² En témoigne cette phrase qui nous a été rapportée : « je pourrais bien essayer, mais sûrement pas si j'y suis poussé par ma direction ».

⁵³ Le texte en italiques indique que la faisabilité de cette priorité doit encore être validée

Encadré 34 – Des mobilisateurs qui sont aidés

Pamela a cherché à covoiturer dès qu'elle a pris son nouveau poste de travail. Assez rapidement, elle a pu trouver une coéquipière et elle cherche régulièrement à élargir son duo (Encadré 9). Dans ses recherches, elle a été aidée par une collègue que la Direction avait chargée de travailler sur la transition écologique et qui avait su se créer une multitude de relations confiantes au sein du personnel.

Marie-Line a commencé à covoiturer avec une collègue de travail qui habite sa commune (Encadré 15). Grâce au réseau d'entraide du village, qui compte une petite centaine de participants, elle a découvert qu'elle pouvait aussi covoiturer avec un voisin. L'initiateur du réseau d'entraide l'a également mise en relation avec une autre covoitureuse et aussi avec une habitante qui lui prête un vélo électrique avec lequel elle se rend au travail de temps en temps.

Yves covoiture systématiquement pour aller aux conférences mensuelles de l'association ABCDE (Encadré 24). Il avait déjà le réflexe du covoiturage pour ses autres loisirs. Quelques jours avant chaque conférence, la présidente de l'association lui envoie la liste des personnes inscrites qui habitent près de chez lui. Yves les contacte pour remplir les voitures.

Dans ces exemples, on voit trois mobilisateurs, Pamela, Marie-Line et Yves, qui ont été aidés respectivement par la chargée de mission environnement de l'entreprise, par l'initiateur du réseau d'entraide du village et par l'organisatrice des conférences mensuelles. Nous désignons ces trois personnes sous le nom de 'réfèrent écomobilité'. Dans les deux premiers cas, le réfèrent a permis au mobilisateur de prendre des contacts. Dans le cas des conférences, le réfèrent a donné au mobilisateur à la fois l'envie et les moyens d'agir. Deux référents sont intervenus au point d'arrivée des déplacements (l'entreprise, la conférence) et un autre est intervenu au point de départ (le village).

Quel est le profil des référents écomobilité ? Tout d'abord, ces personnes ont un investissement personnel dans l'écomobilité et la pratiquent eux-mêmes. Ensuite, les référents sont inscrits dans une organisation. Dans les trois exemples, ce sont respectivement la chargée de mission pour l'environnement de l'entreprise, l'animateur bénévole du réseau d'entraide soutenu par la mairie du village et la présidente de l'association qui organise les conférences.

Autre point commun aux trois référents : ils échangent fréquemment sur l'écomobilité avec leurs pairs, soit au sein d'un même cercle (d'une entreprise à l'autre, d'un village à l'autre, d'une association à l'autre), soit dans des réseaux plus larges. Grâce à ces échanges entre pairs, ils entretiennent leur motivation et glanent de bonnes idées.

Dans le cadre d'une action de grande ampleur, on devrait faire émerger des référents écomobilité dans de nombreuses entreprises, communes et associations. Pour leur donner de l'efficacité et de la motivation à ces référents, nous pensons qu'il faudrait les inviter à échanger entre pairs au sein de réseaux attrayants. Est faisable ? Nous le pensons sur la foi des leçons que nous avons apprises grâce à deux expériences de ce genre. L'Encadré 35 en donne un aperçu.

Encadré 35 – Deux réseaux de référents écomobilité

En 2019, dix entreprises du bassin de Bourg-en-Bresse, représentant 7 000 emplois, ont travaillé ensemble à la promotion du covoiturage et du télétravail dans une perspective de réduction des émissions de CO². Chaque entreprise a désigné plusieurs délégués qui ont participé de façon assidue à trois rencontres inter-entreprises. Les délégués ont engagé une quarantaine d'actions dans leurs établissements. L'importance et la rapidité de ces engagements représentent un succès et ce succès est reproductible si l'on s'inspire de ce qui a fait sa réussite : un petit nombre des participants, des rencontres denses et très interactives, des temps d'échanges informels et à un rythme soutenu. La diversité des entreprises a également joué un rôle positif. Parmi les améliorations à apporter, on citera d'abord la nécessité de mieux diriger les efforts des entreprises vers des actions immédiatement opérationnelles. Plusieurs entreprises ont en effet perdu du temps à réfléchir à des solutions dont la faisabilité était douteuse⁵⁴.

En 2021, dix villages de la périphérie de Bourg-en-Bresse ont travaillé ensemble pendant un an à promouvoir les mobilités sobres dans le cadre d'une initiative appelée 'Mon village bouge'. Chaque village a désigné plusieurs délégués qui se sont rencontrés une fois par trimestre. Les rencontres intervillages ont été très suivies et bien appréciées. Dans la plupart des villages, on a constitué un groupe de travail qui a plutôt bien fonctionné. En partie grâce à ces groupes, les dix villages ont réalisé au total une trentaine d'actions en un an, par exemple : un stand des mobilités sobres sur le marché, une fête du vélo, un apprentissage de la sécurité à vélo à l'école, un pédibus, un aménagement de rue pour ralentir les voitures, une voie douce pour rejoindre un hameau. L'impact de ces actions sur les comportements de mobilité des habitants a été très modeste mais elles ont semé des graines dont certaines ont bien fleuri⁵⁵.

Parmi les leçons de ces deux expériences, on retiendra que l'on peut repérer ou faire émerger des référents écomobilité dans des entreprises et des villages, qu'il est possible de créer des réseaux d'échanges entre ces référents et que ces échanges créent une excellente motivation pour agir.

Une des leçons de nos expériences est que les échanges entre référents doivent porter sur des actions dont l'efficacité est rapide et visible. À défaut, la motivation des participants s'émousse.

Priorité aux référents écomobilité. Ils contribuent à donner aux mobilisateurs l'envie et les moyens d'agir. Ils gagnent en efficacité et en motivation quand ils sont **insérés dans des réseaux motivants**.

Les autorités

Les référents écomobilité ont besoin du soutien de leur organisation. Par exemple, une entreprise reconnaîtra cette activité dans une fiche de poste, une municipalité lui fera une place dans le bulletin municipal et sur le site web de la mairie, une association lui dédiera une section dans son rapport d'activité et un moment lors de l'assemblée générale. Le référent écomobilité devra également être autorisé à s'inscrire dans les réseaux adéquats et à échanger avec ses pairs en dehors de son organisation.

Nous désignons par autorités ceux qui ont le pouvoir d'allouer des moyens humains, organisationnels et/ou financiers aux référents écomobilité, par exemple la direction d'une entreprise, la municipalité d'une commune ou le bureau d'une association. Ces autorités sont éventuellement structurées en plusieurs niveaux, par exemple la direction de l'établissement et le siège de l'entreprise, la commune et la communauté d'agglomération, l'association et la fédération dont elle fait partie.

⁵⁴ autosBus (2020) Évaluation de l'action pilote '[Covoiturons d'urgence](#)'

⁵⁵ autosBus (2021) Bilan de l'initiative '[Mon village bouge](#)'

L'Encadré 36 présente deux exemples d'organisations qui travaillent à développer des réseaux de référents écomobilité.

Encadré 36 – Des autorités qui favorisent la création de réseaux

Tisséo, l'opérateur des services de mobilité de la Métropole de Toulouse, a signé des conventions de covoiturage avec des entreprises. Celles-ci ont désigné des référents covoiturage, qui participent à des rencontres périodiques appelées les « mardis de la mobilité »⁵⁶.

Le Parc naturel régional du Haut-Jura met en œuvre un programme de changement de mobilité qui a été conçu pour faire émerger et mettre en réseau de multiples acteurs-relais : employeurs, acteurs sociaux, établissements scolaires, commerçants, offices de tourisme, opérateurs de mobilité, mairies, etc. La mise en réseau devrait prendre plusieurs formes : grands forums, comités locaux, groupes thématiques. On attend de cette mise en réseau qu'elle favorise les synergies et les échanges d'expériences⁵⁷.

Ces deux exemples révèlent un contraste intéressant. À Toulouse, l'initiative est partie du sommet (la Métropole et son service des mobilités), elle est descendue vers les entreprises (principalement les grands employeurs) et elle est à nouveau descendue vers les référents covoiturage à qui l'on propose des rencontres et des échanges. En revanche, le programme du Haut-Jura, tel qu'il a été conçu, semble beaucoup plus horizontal. Il vise à faire émerger des promoteurs du changement partout où cela est possible et à les mettre en réseau de multiples façons. La démarche toulousaine rappelle l'organisation verticale des services de mobilité tandis que celle du Jura semble s'en écarter.

Priorité aux référents écomobilité. Ils doivent agir avec le **soutien des autorités dirigeantes de leur organisation.**

Une action en partie horizontale et ascendante

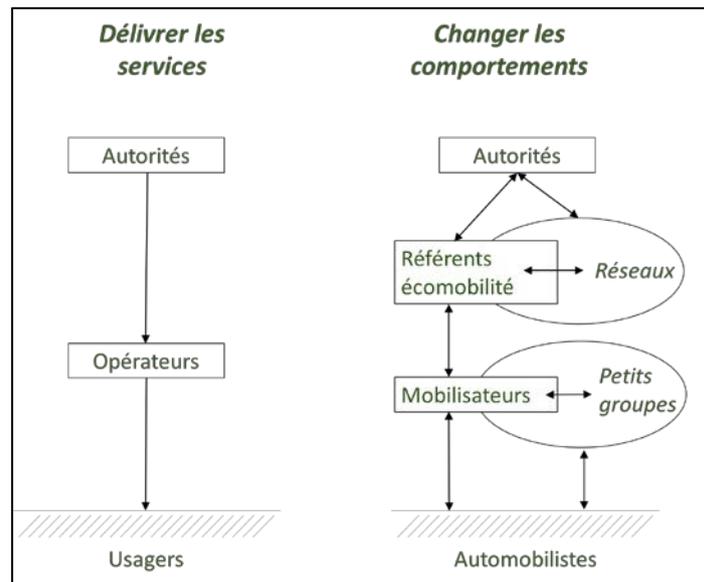
Au début de cette section, on a vu que l'offre de services de mobilité est généralement organisée et financée selon une logique verticale et descendante. À l'inverse, l'aide au changement à laquelle nous pensons aurait une logique en partie horizontale (les échanges interpersonnels, les petits groupes informels, les réseaux de référents) et en partie ascendante (l'auto-investissement des mobilisateurs et des référents). La Figure 6 schématise cette différence de logique.

Priorité à l'horizontalité, pour faire jouer **l'auto-investissement, l'effet de groupe et les réseaux,** l'horizontalité étant comprise ici comme une démarche à la fois ascendante et descendante.

⁵⁶ Cerema (2018) cité page 34.

⁵⁷ autosBus (2021) cité page 40

Figure 6 – Interactions à tous les étages



Des rôles quelquefois difficile à reconnaître

En présentant les acteurs du changement en trois étages, nous aidons à clarifier leur rôle et leur profil mais de temps en temps, la réalité se montre plus complexe avec des personnes qui agissent à plusieurs étages à la fois et qui sont donc difficiles à situer. L'Encadré 37 en donne des exemples.

Encadré 37 – Mobilisateur, personne ressource et/ou autorité ?

David fait la promotion de l'écomobilité sur son lieu de travail. Grâce à des contacts associatifs en dehors de son entreprise, il s'est progressivement affirmé en matière d'environnement en général et d'écomobilité en particulier. À un moment, son cheminement personnel a rencontré une volonté de la direction de s'engager sur le sujet et il est devenu le référent 'Développement durable' de l'entreprise. C'est aussi un pratiquant assidu de l'écomobilité (train, vélo et covoiturage) et à ce titre, il multiplie les échanges interpersonnels dans son village⁵⁸.

Frédéric est directeur d'un établissement qui pousse ses salariés à covoiturer. Quatre personnes l'accompagnent dans son investissement sur ce sujet. Dans son établissement, il y a une place pour le covoiturage dans les entretiens de prise de poste et dans toutes les réunions consacrées à la qualité. Il ajoute à cela d'autres contacts plus informels. C'est ainsi qu'il regarde régulièrement la liste du personnel, repère les lieux d'habitation et parle avec ceux qui pourraient covoiturer. À plusieurs reprises, ces contacts informels ont permis de créer des équipes⁵⁹.

Dans le premier exemple, la personne agit en tant que référent écomobilité sur son lieu de travail et en tant que mobilisateur dans son village. L'autre exemple est un cas, probablement exceptionnel, de quelqu'un qui agit aux trois niveaux. En tant que directeur de son établissement il représente une autorité et à ce titre, il a mandaté plusieurs référents écomobilité qui se réunissent régulièrement pour faire le point sur le développement du covoiturage. Il fait lui-même partie de ces référents. De surcroît, il n'hésite pas à jouer un rôle informel de mobilisateur de temps en temps.

⁵⁸ Exceptionnellement, ce cas ne fait pas partie de nos témoignages radiophoniques

⁵⁹ autosBus (2019) Promotion du [covoiturage en entreprise](#) - page 5

Le fait que certaines personnes puissent jouer plusieurs rôles n'empêche pas de diriger des efforts spécifiques vers les mobilisateurs, les référents et les autorités. Ce point ne conduit pas à afficher une priorité particulière.

Agir aux moments propices

Agir sans limitation de durée

Les actions d'incitation au changement ont le plus souvent une durée fixée à l'avance, quelques semaines pour un défi, quelques mois pour une campagne de communication ou quelques années pour un programme d'accompagnement. Plusieurs raisons poussent à cela : dans le cas d'une action ponctuelle, il est plus facile de commander une étude préalable, de monter un projet, de le financer, de définir des critères de succès et de faire une évaluation.

Nos observations poussent à imaginer une approche différente faite de multiples petites interventions répétées fréquemment sans limitation de durée. Cette forme d'action se justifie par la nature complexe du processus de changement. On reviendra ici sur les exemples de Rita qui a mis des années à changer (Encadré 18), de Cécile qui a changé par étapes à plusieurs années d'intervalle (Encadré 13) et de Matthias qui a recommencé à changer à plusieurs reprises au cours de sa vie (Encadré 13). Pour ces personnes, une action ponctuelle avait peu de chances d'intervenir au moment précis où elles étaient prêtes à en profiter, même s'il y a des exceptions comme celles de Cécile qui a été touchée par une publicité pour la location de vélo électrique ou de Jérôme qui s'est engagé dans le défi qu'on lui proposait (Encadré 19).

On a évoqué plus haut les mobilisateurs qui aident au changement par le biais de relations interpersonnelles finement adaptées au contexte de chaque personne. Leur aide peut aussi être proposée à de multiples occasions et finir ainsi par atteindre les personnes aux moments où elles sont prêtes à la recevoir. C'est faisable dans la mesure où les mobilisateurs sont présents en permanence dans leur entreprise, dans leur village ou dans leur association.

Priorité aux mobilisateurs – Ils sont présents en permanence auprès des personnes susceptibles de changer et peuvent donc **apporter leur aide aux moments propices**.

Privilégier les moments clés

On a vu plus haut (page 10) l'importance d'agir quand les habitudes de déplacement sont bousculées, par exemple à l'occasion d'un déménagement, de la panne d'une vieille voiture, d'une naissance ou d'un changement professionnel. Il faudrait donc accorder une attention particulière aux moments d'interaction qui jalonnent ces étapes de la vie, par exemple un entretien de prise de poste, un pot d'accueil des nouveaux habitants du village, l'inscription d'un enfant à l'école ou le contrôle technique d'une vieille voiture. Cela est plus facile à dire qu'à faire. On en a vu un exemple à Munich (Encadré 32) mais il s'agissait d'une action conduite dans le contexte exceptionnel d'une recherche. Dans le cadre d'une action permanente à grande échelle, les façons d'agir restent à inventer.

En conclusion : priorités pour changer vite

Nous concluons cette étude en revenant sur les priorités qui ont été identifiées tout au long des pages précédentes.

Des priorités dans quel but ?

Nous cherchons comment provoquer un changement rapide et massif des comportements de mobilité dans la couronne périurbaine de notre territoire. Cette ambition, ou peut-être cette utopie, a une portée assez générale car la géographie et la démographie de notre territoire sont celles d'une ville moyenne typique.

Le défi est immense. Il s'agit en effet de faire bouger les lignes au royaume du tout-voiture, là où les changements de mobilité sont les plus difficiles à obtenir, là où les méthodes usuelles échouent et là où bien des experts baissent les bras.

Il est évidemment nécessaire de développer et de ramifier les itinéraires cyclables, les transports publics et les solutions de covoiturage. Notre collectivité s'y engage résolument. Mais il ne suffira pas de développer l'offre de service. Il faut encore que la demande afflue, que les autosolistes passent aux solutions alternatives qui leur sont proposées. Les priorités qui suivent portent donc uniquement sur l'usage des services de mobilité, ... en admettant que l'offre se renforce par ailleurs.

Priorité aux échanges interpersonnels

Quand on habite un peu loin de la ville, l'accessibilité des alternatives à l'auto solo dépend du lieu de résidence, de l'emploi, des activités des enfants et de beaucoup de choses. Pour pouvoir changer, les périurbains ont donc besoin d'une aide finement ajustée à leurs [possibilités concrètes](#) et à leurs contraintes. Ils doivent en effet [construire](#) leurs nouvelles solutions de déplacement en fonction de leur contexte personnel. Cela passe nécessairement par des échanges interindividuels.

C'est d'autant plus vrai dans les nombreuses situations où la personne qui change doit se fabriquer une chaîne de mobilité [combinant](#) plusieurs modes de transport, par exemple : marche, train et vélo en libre-service. Un tel assemblage peut paraître compliqué au premier abord, d'où l'importance de se mettre à la place de ceux que l'on veut aider. Seule l'interaction individuelle le permet.

Les échanges interpersonnels sont également prioritaires parce qu'ils permettent de faire appel aux [intérêts](#) des individus tels qu'ils les perçoivent eux-mêmes. Si l'intérêt financier fait à peu près l'unanimité, d'autres formes d'intérêt comme la santé ou la détente motivent beaucoup certaines personnes et moins d'autres. Il en va de même des [envies](#) de changer. Pour présenter les mobilités sobres comme désirables, le mieux est d'en parler en s'adaptant à ce que chacun aime ou n'aime pas.

Priorité aux mobilisateurs

Qui va parler aux autosolistes pour les aider à changer ? Nos observations font apparaître la figure des [mobilisateurs](#). Ce sont des personnes qui pratiquent l'écomobilité, qui ont un réseau relationnel dense et une image sociale positive et qui s'investissent volontairement pour promouvoir l'écomobilité auprès de leurs collègues, voisins ou amis.

Ils sont capables d'influencer le changement parce qu'ils montrent l'exemple et entretiennent des [contacts humains répétés](#) dans la durée. Étant sur place de façon permanente, familière et informelle, ils aident à [changer petit à petit](#), ils interviennent aux [moments propices](#), ils accompagnent [l'installation des nouvelles habitudes](#) et ils restent présents quand les gens font [plusieurs changements successifs](#).

Priorité aux petits groupes

Les échanges interpersonnels atteignent leurs limites quand ils s'agit de passer à l'acte, d'enfourcher un vélo, de monter dans un car ou de prendre un rendez-vous de covoiturage. Dans le processus de changement, l'étape du [déclat](#) est la plus difficile. Elle se franchit plus facilement quand on fait jouer la dynamique de groupe au sein d'un petit cercle de collègues, voisins ou amis. Les petits [défis en équipe](#) sont également efficaces.

À noter que le premier essai d'écomobilité amène quelquefois la personne à reconsidérer ce qu'elle n'imaginait pas comme possible, intéressant ou désirable. Certains passent d'abord à l'acte et rationalise a posteriori. Les étapes du changement se parcourent alors [dans le désordre](#).

Les [petits groupes d'écomobilistes](#) existent. Nous les avons observés dans plusieurs entreprises et plusieurs villages. Ils sont typiquement informels, organisés de façon ultralégère et entraînés par des personnes qui ont le profil des mobilisateurs cités plus haut.

Lorsqu'une alternative passe par du [partage](#) (covoiturage, autopartage), on constate qu'elle fonctionne souvent grâce à un petit groupe informel, ultraléger et entraîné par une personne qui a un profil de mobilisateur.

Pour résumer, les mobilisateurs et leurs petits groupes informels sont prioritaires parce qu'ils sont capables d'agir à toutes les étapes du changement de la mobilité, y compris à l'étape cruciale du passage à l'acte.

Dans nos observations, les mobilisateurs se sont auto-investis et ils ont spontanément créé leurs petits groupes. Est-il possible de susciter la vocation de nouveaux mobilisateurs, de les encourager à s'investir durablement et de les aider à constituer et consolider leurs petits groupes ? Est-il possible de faire tout cela à grande échelle ? Nous le pensons mais nous n'en avons pas la preuve.

Priorité aux référents écomobilité

Puisqu'il est prioritaire de faire émerger des mobilisateurs dans les entreprises, les villages et les associations, on doit chercher qui peut le faire et comment s'y prendre. Nos observations suggèrent de passer par des [référents écomobilité](#). Ce sont des personnes qui pratiquent l'écomobilité pour eux-mêmes, qui sont inscrites dans leur organisation et qui ont le [soutien de leurs dirigeants](#).

Nous pensons que les référents devraient agir de la façon suivante : repérer autour d'eux les cyclistes, des covoitureurs et/ou des usagers des transports publics, identifier ceux qui ont commencé à jouer un rôle de mobilisateur ou ceux qui seraient prêts à le faire, les encourager et les aider à réussir. Nous pensons que ce mécanisme marchera mais nous n'en avons pas la preuve. D'où le projet pilote présenté en annexe.

Les référents que nous avons observés sont insérés dans des réseaux de pairs et c'est un gage de leur apprentissage, de leur efficacité et de leur motivation. Dans un passé récent, nous avons co-conduit deux actions pilotes qui ont démontré la possibilité de créer de tels réseaux à l'échelle de notre territoire. Il y a cependant une condition à la pérennité de ces réseaux : les référents doivent se sentir efficaces. Ce sera le cas s'il parviennent à susciter des vocations de mobilisateurs dans leurs entreprises ou leurs villages.

Des priorités qui sortent des sentiers battus

En partant d'une explication du changement très fidèle aux connaissances disponibles, nous aboutissons à des priorités d'action éloignées des sentiers battus. Pourquoi ?

- D'abord parce que nous avons travaillé sur un problème particulièrement difficile : le changement des mobilités dans la périphérie peu dense d'une ville moyenne.
- Ensuite parce que nous nous sommes concentrés sur les influences les plus fortes et les leviers les plus efficaces pour provoquer le changement.

- Enfin parce que notre réflexion est libre. Nous n'avons pas cherché à la faire rentrer dans les critères d'un appel à projet ou d'une demande de financement.

L'originalité qui en découle ne va pourtant pas jusqu'à être exotique. Par exemple, le développement des petits groupes est une priorité pour les promoteurs de l'autopartage entre particuliers⁶⁰. Autre exemple, les réseaux de référents écomobilité sont au cœur du programme de changement des mobilités du Parc Naturel Régional du Haut-Jura⁶¹. Par ailleurs, une stratégie très similaire à celle que nous proposons a été mise en œuvre avec succès dans l'opération 'Familles à énergie positive'⁶².

Finalement, les priorités qui émergent de ce travail permettent-elles de concevoir tout de suite une action à grande échelle ? Pas encore parce qu'un point clé reste à vérifier : est-il possible de susciter la vocation de nouveaux mobilisateurs, de les encourager à s'investir durablement et de les aider à constituer et consolider leurs petits groupes ? C'est ce que nous voulons tester dans le cadre d'un projet pilote que nous présentons dans l'Annexe 1 ci-après.

⁶⁰ ADETEC (2020) Bilan du projet « [Autopartage entre particuliers](#) »

⁶¹ autosBus (2021) cité page 40

⁶² F. Delhommeau (2014) Le défi des [Familles à Énergie Positive](#) Engagées pour le Climat

Annexe 1 - Projet pilote : accroître le covoiturage informel

Dans cette annexe, nous présentons successivement

- Notre choix de travailler sur le covoiturage informel
- L'approche d'aide au changement qu'il s'agit de tester
- Les modalités du test

Promouvoir le covoiturage informel dans les villages

Selon le Plan Climat Air Énergie (PCAET) récemment approuvé par Grand Bourg Agglomération (ci-après GBA), notre territoire devrait réduire de près d'un tiers les émissions liées à la mobilité locale d'ici à 2030. Dans cette perspective, il faudrait qu'environ 2000 conducteurs deviennent chaque année des cyclistes, des usagers des transports publics ou des covoitureurs passagers⁶³. C'est énorme.

La mode est au vélo et cela aidera. Cependant, un passage massif au vélo suppose l'existence d'un bon réseau cyclable. Or celui-ci est aujourd'hui embryonnaire en dehors de la ville-centre. L'ouverture des nouveaux itinéraires prendra du temps et le temps est compté. Par ailleurs, le passage au vélo concerne des distances courtes et économise donc relativement peu d'émissions de gaz à effet de serre.

Du côté des transports collectifs, il sera difficile d'aller bien au-delà de ce qui est actuellement prévu sans buter sur la contrainte financière.

Reste le covoiturage de courte distance. Jusqu'à présent, il s'est très peu développé, que ce soit à l'échelle de la France ou de notre territoire et les documents de planification témoignent d'une grande timidité sur ce terrain. Or toutes les alternatives doivent être développées en urgence. Une croissance rapide du covoiturage s'impose donc.

GBA s'est récemment engagée dans cette direction. Depuis décembre 2023, une incitation financière est allouée aux conducteurs transportant des covoitureurs par l'intermédiaire de l'application Blablacar Daily. De nombreuses agglomérations le font déjà. En se référant à leurs expériences, on peut supposer que l'incitation amènerait chaque année une centaine d'autosolistes à devenir covoitureurs passagers. Ce serait un beau résultat, d'autant qu'il concernerait principalement des trajets longs (15 à 25 km). Toutefois, un tel résultat resterait insuffisant au regard de l'urgence d'un transfert modal massif.

Depuis peu, huit lignes de covoiturage desservent une dizaine de villages et nous espérons de tout cœur qu'elles auront du succès. Cependant, leur impact va être modeste pour deux raisons : (1) la longueur moyenne des lignes est d'une dizaine de kilomètres, une distance relativement petite qui économisera donc peu d'émissions et (2) les lignes draineront principalement les usagers proches des arrêts, soit moins d'un périurbain sur six. À nouveau, on sera loin d'un transfert modal massif.

En France, l'essentiel des covoiturations se fait aujourd'hui dans le cadre d'arrangements informels, pour moitié avec des membres de la famille et pour moitié avec des personnes de l'entourage proche. Dans une récente étude⁶⁴, la Fabrique écologique et le Forum Vies Mobiles recommandent de développer ces covoiturations entre collègues, voisins et amis. Ils permettent en effet de réduire les

⁶³ Le justificatif de cette estimation est accessible dans : Grand Bourg Agglomération (2023) [Avis du Conseil de développement](#) sur le PCAET. Page 7

⁶⁴ La Fabrique Écologique (2023) Y a-t-il un passager dans l'auto ? [Que peut-on attendre du covoiturage quotidien](#) pour la transition écologique – Mobicoop (2023) Le covoiturage, [une pratique pas si écolo ?](#)

complications qui sont souvent décourageantes pour les petits trajets quotidiens⁶⁵. Le potentiel du covoiturage informel est certainement très important mais à l'heure actuelle, il n'existe pas de méthode éprouvée pour le mobiliser⁶⁶. C'est pourquoi notre projet pilote porte sur ce terrain.

Il est envisageable d'agir sur le covoiturage informel au sein des entreprises, des villages et des associations. Nous choisissons de commencer par les villages pour deux raisons : (1) nous avons une expérience de la promotion de l'écomobilité dans les communes périurbaines grâce à l'initiative 'Mon village bouge'⁶⁷ et (2) nous voulons éviter d'interférer avec la promotion du covoiturage subventionné qui se fait en ce moment dans les entreprises de notre territoire en partenariat avec Blablacar Daily.

Tester une nouvelle approche d'aide au changement

Notre projet pilote va tester, dans quelques villages pilotes, une nouvelle approche d'aide au changement des mobilités. Cette approche découle directement des priorités que nous avons identifiées. Elle se décrit comme une fusée à trois étages :

1. Dans chaque village, une ou plusieurs personnes jouent un rôle de mobilisateur. Elles s'investissent volontairement pour pratiquer le covoiturage, notamment comme passagères. Elles sensibilisent leurs voisins, amis et concitoyens. Elles créent leur petit groupe informel de covoitureurs.
2. Dans chaque village, une personne joue un rôle de référent écomobilité. Elle suscite des vocations de mobilisateurs. Elle encourage ces derniers à s'investir, les aide à constituer leur groupe de covoitureurs et met en valeur les réussites.
3. Les référents écomobilité de tous les villages pilotes échangent régulièrement leurs expériences et leurs réussites au sein d'un réseau léger et motivant.

Nous savons que le premier étage de cette approche fonctionne car nous avons observé plusieurs exemples de mobilisateurs qui s'auto-investissent et qui réussissent.

Nous savons comment faire fonctionner le troisième étage grâce aux expériences pilotes auxquelles nous avons participé.

Nous supposons que le second étage va fonctionner mais nous n'en avons pas la preuve. C'est l'objet de notre test.

Un test pour apprendre

Puisqu'il s'agit de tester une approche qui n'a pas encore fait ses preuves, nous ne nous engageons pas sur des résultats, et encore moins sur des résultats quantitatifs. Nous nous engageons au contraire à tirer en permanence les enseignements de l'expérience et à faire évoluer nos façons d'agir en conséquence.

Dans une première phase, nous recruterons des référents écomobilité dans quelques villages précurseurs. Avec chacun d'eux, nous ferons la démarche de repérer au moins un groupe informel de covoitureurs, de contacter leur mobilisateur, d'aider ce dernier à renforcer son groupe et de renouveler le contact pour suivre les résultats.

⁶⁵ Voir Y.Crozet, cité page 20

⁶⁶ C'est l'objet de plusieurs travaux en cours. Voir Observatoire du covoiturage (2024) Feuille de route "[connaissance du covoiturage](#)"

⁶⁷ autosBus (2021) cité page 43

À la fin de cette première phase, nous organiserons un échange d'expériences qui permettra de tirer les premiers enseignements du test, d'améliorer la façon d'agir et de mettre en place le réseau des référents.

Au cours d'une seconde phase, les référents des villages précurseurs continueront leur action de façon plus autonome et nous recruterons de nouveaux référents dans d'autres villages.

Les échanges d'expériences se renouvelleront ensuite dans la perspective de rendre la démarche de plus en plus efficace, de rendre le réseau de plus en plus motivant.

À la fin du projet, que nous pensons poursuivre pendant trois ans, nous en ferons un bilan sous le contrôle d'un ou plusieurs experts extérieurs en vue de valider les leçons de l'expérience.

Annexe 2 – Les témoignages utilisés dans cette étude

Prénom	H/F	Date de l'émission	Trajet		Alternative	
			Distance (km)	Motif	Mode principal	Nombre de modes
Maixent	H	nov-20	11	Loisirs	Vélo	1
Bernard	H	déc-20	14	Services	Transport à la demande	2
Alice	F	janv-21	17	Travail	Covoiturage	3
Alric	H	févr-21	25	Travail	Vélo assistance élec.	1
Rita	F	mars-21	6	Travail	Vélo assistance élec.	1
Magalie	X	avr-21	8	Courses	Covoiturage	1
Christelle	F	mai-21	4	Travail	Marche	1
Ludivine	F	juin-21	15	Travail	Covoiturage	2
Jean-Marc	H	juil-21	12	Travail	Vélo	1
Matthias	H	sept-21	9	Multiple	Vélo assistance élec.	1
Cécile	F	nov-21	5	Travail	Vélo assistance élec.	1
Anita	X	déc-21	/	Vacances	Train	2
Damien G	H	janv-22	12	Travail	Vélo assistance élec.	1
Cyril	H	févr-22	90	Travail	Télétravail	0
Marie-Line	F	mars-22	13	Travail	Covoiturage	1
Antoine	H	avr-22	20	Travail	Car	2
Pamela	F	mai-22	23	Travail	Covoiturage	1
Jérôme	H	juin-22	23	Travail	Transport à la demande	2
Emmanuel	H	juil-22	8	Travail	Vélo assistance élec.	1
Denis	H	sept-22	70	Travail	Train	2
Yves	H	dec-22	20	Loisirs	Covoiturage	1
Gaëlle	F	févr-23	12	Scolaire	Covoiturage	1
Amandine	F	avr-23	6	Travail	Covoiturage	1
Claire	F	nov-23	8	Travail	Train	2
Damien B	H	Dec-23	18	Travail	Train	5

Tous les témoignages sont accessibles en suivant ce [lien](#).