

*Stratégies efficaces pour influencer
les habitudes de déplacement :
Guide pratique*

AVIS DE NON-RESPONSABILITÉ

Le contenu du présent document a fait l'objet d'une recherche attentive et d'une préparation minutieuse. Cependant, l'exactitude de son contenu ou des extraits de publication utilisés à des fins de référence ne peut être garantie de manière expresse ou implicite. Le fait de diffuser ce document n'engage en rien la responsabilité de l'ATC, de ses chercheurs ou de ses collaborateurs dans le cas d'omissions, d'erreurs ou de fausses informations susceptibles de résulter de l'utilisation ou de l'interprétation du contenu du document.

Tous droits réservés 2012
Association des transports du Canada
2323, boul. St-Laurent, Ottawa (Ontario) K1G 4J8
Téléphone (613) 736-1350 ~ Télécopieur (613) 736-1395
www.tac-atc.ca

ISBN 978-1-55187-535-4

Photos de couverture : Geoff Noxon, Noxon Associates Limited, Ottawa

FORMULAIRE DE DOCUMENTATION DE RAPPORT DE L'ATC

Titre et sous-titre Stratégies efficaces pour influencer les habitudes de déplacement : Guide pratique		
Date du rapport Février 2012	Nom et adresse de l'organisme de coordination Association des transports du Canada 2323, boul. St-Laurent Ottawa (Ontario) K1G 4J8	N° ITRD
Auteur(s) Geoff Noxon, Noxon Associates Limited, Jay Kassirer, Cullbridge Marketing and Communications, François Lagarde.	Nom et adresse des organismes affiliés Noxon Associates Limited 27 First Avenue, Unit 202 Ottawa, Ontario K1S 2G1 Canada www.noxonassociates.com	
Résumé Au Canada, diverses administrations gouvernementales et organisations étudient des stratégies visant à encourager l'adoption d'habitudes de déplacement durables par les Canadiens. Le marketing social constitue l'un des outils qui peuvent être utilisés pour modifier les comportements à long terme des citoyens et des consommateurs. Il met l'accent sur l'analyse des publics cibles, des facteurs de motivation et des obstacles liés aux habitudes recherchées. Les utilisateurs du présent guide comprendront qu'il est nécessaire d'adopter des approches de marketing social globales et axées sur le public cible pour influencer les habitudes de déplacement. Les organisations des secteurs public et privé obtiendront également de l'information sur les outils de gestion de la demande de déplacements qui sont efficaces dans leurs collectivités et dans leurs contextes particuliers.		Mots clés Planification de la circulation et des transports <ul style="list-style-type: none">• comportement• domicile travail• législation• marketing• politique• publicité• usager de la route• choix• livre• régulation (trafic)• mode de transport
Information supplémentaire Vous pouvez également vous procurer le document <i>Stratégies efficaces pour influencer les habitudes de déplacement – Rapport technique sur la base des connaissances</i> à la Librairie de l'ATC sur le site www.tac-atc.ca .		

Table des matières

TABLE DES MATIÈRES.....	III
REMERCIEMENTS	V
GLOSSAIRE.....	VI
RESSOURCES ADDITIONNELLES.....	IX
1 INTRODUCTION	1
1.1 À PROPOS DU GUIDE	1
1.2 Influencer les habitudes de déplacement	3
1.2.1 Comprendre les changements de comportement	3
1.2.2 Importance du rôle de la gestion de la demande de transport	5
1.2.3 Facteurs de réussite	7
2 OUTILS SERVANT À INFLUENCER LES HABITUDES DE DÉPLACEMENT	9
2.1 Outils pour la mobilisation et l'habilitation des particuliers	12
2.1.1 Stratégies de marque, de diffusion de message et de positionnement	12
2.1.2 Événements spéciaux	14
2.1.3 Marketing individualisé	15
2.1.4 Information en temps réel aux usagers du transport en commun	16
2.1.5 Information en temps réel aux conducteurs	18
2.1.6 Cartes du réseau et planification des déplacements.....	19
2.1.7 Information centralisée sur les déplacements.....	21
2.1.8 Jumelage de covoitureurs.....	22
2.1.9 Formation sur les habiletés à vélo.....	23
2.1.10 Information aux conducteurs.....	24
2.2 Outils pour la modification transfert des coûts	25
2.2.1 Tarification applicable aux propriétaires de véhicules.....	25
2.2.2 Assurance au kilométrage.....	26
2.2.3 Tarification routière	27
2.2.4 Tarification du carburant.....	28
2.2.5 Tarification du stationnement.....	29
2.2.6 Imposition des avantages liés au transport fournis par l'employeur.....	30
2.2.7 Incitatifs liés aux tarifs du transport en commun	31
2.2.8 Incitatifs liés à la mise à la ferraille des véhicules	32
2.3 Outils pour l'amélioration du milieu bâti.....	34
2.3.1 Intégration du cyclisme et du transport en commun	34
2.3.2 Orientation pour les piétons et les cyclistes.....	34
2.3.3 Stationnements pour vélos.....	35
2.3.4 Douches, vestiaires et casiers.....	37
2.3.5 Stationnements incitatifs	38
2.3.6 Stationnements pour covoiturage	39
2.3.7 Soutien aux services de partage de véhicules.....	40

2.4	Outils pour influencer les déplacements pour le travail.....	42
2.4.1	Participation de l'employeur	42
2.4.2	Soutien à la planification des déplacements pour le travail.....	43
2.4.3	Laissez-passer de transport en commun fourni par l'employeur.....	44
2.4.4	laissez-passer de transport en commun universel pour les études postsecondaires .	46
2.4.5	Transport d'urgence jusqu'au domicile.....	47
2.5	Outils pour influencer les déplacements domicile-école.....	49
2.5.1	Participation de l'école.....	49
2.5.2	Soutien à la planification des déplacements domicile-école.....	50
2.5.3	services de sécurité routière près des écoles.....	51
2.6	Outils pour influencer d'autres déplacements.....	53
2.6.1	Soutien à la planification des déplacements vers différentes destinations	53
2.6.2	Partenariats de services de transport communautaire	54
3	Identification des stratégies efficaces pour influencer les habitudes de déplacement.....	57
3.1	Stratégies efficaces en fonction de l'organisation	61
3.1.1	Gouvernement fédéral.....	61
3.1.2	Gouvernements provinciaux ou territoriaux.....	62
3.1.3	Administrations régionales.....	63
3.1.4	Administrations municipales.....	65
3.1.5	Administrations routières	65
3.1.6	Administrations de transport en commun	66
3.1.7	Administrations de stationnements.....	68
3.1.8	Organismes non gouvernementaux.....	69
3.2	Stratégies efficaces en fonction du type de collectivité.....	71
3.2.1	Collectivités possédant moins d'expérience en GDT	71
3.2.2	Collectivités possédant plus d'expérience en GDT	72
3.2.3	Grandes collectivités	73
3.2.4	Petites collectivités	74
3.2.5	Collectivités rurales.....	75
3.2.6	Centres urbains.....	76
3.2.7	Banlieues.....	78
3.2.8	Collectivités disposant de ressources limitées.....	79
3.3	stratégies efficaces en fonction des objectifs de la collectivité.....	81
3.3.1	Accroître la marche	81
3.3.2	Accroître le cyclisme	82
3.3.3	Accroître l'utilisation du transport en commun.....	83
3.3.4	Accroître le covoiturage.....	85
3.3.5	Appuyer de l'intensification des aménagements.....	86
3.3.6	Améliorer la santé publique.....	87
3.3.7	Améliorer la position concurrentielle des collectivités	88
3.3.8	Améliorer les occasions et l'autonomie pour les jeunes.....	89
3.3.9	Améliorer les occasions et l'équité pour les résidents à faible revenu.....	90
3.3.10	Résoudre les problèmes de circulation et de stationnement dans certains secteurs..	91
4	CONCLUSION	95

Remerciements

PARTENAIRES DE FINANCEMENT

Le document *Stratégies efficaces pour influencer les habitudes de déplacement : Guide pratique* a été conçu grâce aux fonds fournis par plusieurs organismes. L'ATC tient donc à remercier les partenaires ci-dessous d'avoir contribué financièrement au projet :

Ville d'Edmonton
Ville de Hamilton
Ville de Saskatoon
Ville de Toronto
Municipalité régionale de Halifax
Ministère des Transports du Québec
Région de Waterloo
Région de York
Transports Canada
Ville de Montréal

COMITÉ DIRECTEUR DE PROJET

Le présent rapport a été produit sous la supervision d'un comité directeur de projet formé de membres bénévoles. La participation des membres du comité ci-dessous tout au long du projet a été grandement appréciée.

Président – Don Cook (Ville de Saskatoon)
Angela Gibson (Région de York)
Audra Jones (Ville d'Edmonton)
Geoffrey Keyworth (Région de Waterloo)
Alan Kirkpatrick (Ville de Hamilton)
David MacIsaac (Transports Canada)
François Major (Ville de Montréal)
David McCusker (Municipalité régionale de Halifax)
John Mende (Ville de Toronto)
Alain Rajotte (Ministère des Transports du Québec)
Katarina Cvetkovic (gestionnaire de projet de l'ATC)

Le comité directeur de projet tient aussi à remercier 25 spécialistes expérimentés du Canada qui ont participé aux rencontres en ligne du groupe d'étude et qui ont fourni de précieux commentaires sur les résultats préliminaires et les recommandations de l'étude.

ÉQUIPE D'EXPERTS-CONSEILS

L'équipe d'experts-conseils pour ce projet comprenait Geoff Noxon (Noxon Associates Limited), Jay Kassirer (Cullbridge Marketing and Communications) et François Lagarde.

Glossaire

AVANTAGES LIÉS AU TRANSPORT FOURNIS PAR L'EMPLOYEUR. Rémunération autre que financière fournie sous forme de stationnement ou laissez-passer de transport en commun gratuits ou subventionnés ou sous forme de dépenses remboursées pour le navetage à la marche, à vélo, par covoiturage en automobile ou en fourgonnette.

ASSURANCE AU KILOMÉTRAGE. Paiement de primes d'assurance-automobile en fonction des kilomètres parcourus plutôt que de frais fixes.

CENTRE DE GESTION DES DÉPLACEMENTS (CGD). Organisme qui encourage et appuie les plans de transport au travail auprès des employeurs; peut offrir des services tels que des enquêtes auprès des navetteurs, des analyses, des consultations, des événements spéciaux et le jumelage de covoitureurs.

COVOITURAGE. Déplacement effectué dans une automobile privée par deux personnes ou plus qui ont habituellement le même point d'origine, le même point d'arrivée ou les deux. Le covoiturage dans une automobile ou une fourgonnette sont des formes de covoiturage.

COVOITURAGE EN FOURGONNETTE. Utilisation partagée (par de multiples navetteurs) d'une fourgonnette qui appartient habituellement à un tiers tel qu'un organisme à but non lucratif, une entreprise privée ou un employeur.

FORMATION SUR LES HABILITÉS CYCLISTES. Formation offerte aux particuliers sur l'utilisation sécuritaire d'un vélo, sur des sujets tels que l'utilisation d'un vélo dans la circulation, dans la noirceur et dans des conditions météorologiques non clémentes, ainsi que sur la réparation sur place d'un vélo. Le programme BÉCANE de l'Association cycliste canadienne comprend des cours pour les enfants, les apprenants adultes, les femmes, les cyclistes en zone rurale et les navetteurs urbains.

GESTION DE LA DEMANDE DE TRANSPORT (GDT). Utilisation de politiques, de programmes, de services et de produits pour influencer les décisions, les raisons, les moments, les lieux et les façons qui sont liés aux déplacements des personnes. Les mesures de GDT contribuent à façonner les facteurs économiques et sociaux sur lesquels reposent les décisions des déplacements personnels.

INSTALLATIONS EN FIN DE TRAJET. Stationnements pour vélos, douches et vestiaires au lieu de travail que peuvent utiliser les navetteurs cyclistes ou marcheurs.

JUMELAGE DE COVOITUREURS. Service visant à aider les navetteurs à trouver des partenaires pour effectuer du covoiturage, ce service étant habituellement offert de manière automatisée sur Internet.

LAISSEZ-PASSER UNIVERSEL DE TRANSPORT EN COMMUN. Initiative des établissements d'enseignement postsecondaire en vertu de laquelle tous les étudiants ou membres d'un sous-groupe (p. ex., les étudiants de premier cycle à temps plein) acquittent des frais qui leur donnent un accès illimité au transport en commun pendant la totalité du semestre, de l'année scolaire ou de l'année civile. Les frais pour le laissez-passer universel sont moins élevés que le coût des laissez-passer réguliers puisque le coût total du transport en commun est réparti au sein d'un groupe beaucoup plus grand.

MARKETING INDIVIDUALISÉ. Initiatives qui reposent sur la communication et des incitatifs ciblés et personnalisés pour encourager les choix de transport durable auprès des particuliers qui se disent intéressés à adopter de nouvelles habitudes. Le marketing individualisé est plus fréquemment appliqué au niveau des ménages, mais il peut aussi être utilisé aux lieux de travail.

MARKETING SOCIAL. Application systématique des principes et outils de marketing, ainsi que d'autres concepts et techniques, pour influencer les comportements individuels au profit de la société.

MISE À LA FERRAILLE D'UN VÉHICULE. Programmes qui offrent des incitatifs au public en encourageant les particuliers à retirer de la circulation les véhicules âgés et de ne pas acquérir un autre véhicule ou d'acquérir un véhicule plus écoénergétique et moins polluant.

PARTAGE DE VÉHICULE. Services de location à court terme d'automobile qui prévoient le paiement à l'usage et qui sont habituellement offerts au public et parfois aussi à une entreprise afin de compléter ou de remplacer son parc de véhicules.

PARTAGE DE VÉLO. Programmes en vertu desquels sont offerts des services de location de vélos gratuitement ou à faible coût, pour de courtes périodes d'utilisation et un grand nombre d'utilisateurs quotidiens par vélo. Les initiatives publiques de partage de vélos sont accessibles à tous les usagers, tandis que les initiatives privées de partage de vélos sont restreintes à des employés ou des clients d'une entreprise ou d'une institution en particulier.

PLAN DE TRANSPORT AU TRAVAIL. Ensemble d'initiatives coordonnées qui encouragent le navettage efficient et durable auprès des employés.

PLAN DE TRANSPORT SCOLAIRE. Processus par lequel des partenaires de l'école dans la collectivité participent à l'identification des obstacles qui nuisent au transport actif pour les déplacements scolaires, ainsi qu'à l'élaboration et à la mise en place d'un plan d'action écrit. Ce plan peut comprendre l'éducation, la formation, la promotion, l'amélioration de la sécurité et la mise en place d'incitatifs. Semblable aux programmes *Écoliers actifs et en sécurité*.

PLANIFICATION DES TRANSPORTS. Aide fournie aux particuliers sur le Web, par téléphone ou en personne pour qu'ils puissent

planifier les meilleurs trajets à suivre lors de leurs déplacements, habituellement en transport en commun mais également à vélo ou à la marche.

PROGRAMME DE LAISSEZ-PASSER DE TRANSPORT EN COMMUN. Vente de laissez-passer à prix réduit au grand public sous forme d'abonnement, habituellement pour une durée minimale d'un an.

PROGRAMME DE LAISSEZ-PASSER DE TRANSPORT EN COMMUN DE L'EMPLOYEUR. Vente de laissez-passer de transport en commun aux navetteurs à leur lieu de travail, l'employeur agissant à titre de revendeur ou transférant les retenues sur la paie à l'agence de transport en commun. Les programmes peuvent exiger un abonnement minimal d'un an.

RÉSEAU SOCIAL. Outils sur le Web (p. ex., Facebook, YouTube et Twitter) qui permettent aux utilisateurs de créer et d'échanger facilement du contenu.

SEGMENTATION DU PUBLIC. Division d'un vaste marché en groupes qui possèdent des caractéristiques communes, des activités de marketing différentes étant déterminées pour les différents groupes.

SERVICES DE TRANSPORT COMMUNAUTAIRE. Services de transport offerts par des organismes publics ou sans but lucratif (p. ex., les unités de santé publique, les commissions scolaires, les résidences pour aînés), en particulier dans les petites collectivités et les collectivités rurales où ils peuvent être la seule forme de transport public (partagé).

STATIONNEMENT INCITATIF. Déplacement en transport en commun qui comprend la conduite d'une automobile privée en provenance et en direction du point de correspondance où le véhicule de transport en commun est stationné.

SYSTÈME D'ORIENTATION. Systèmes d'information qui aide les voyageurs à se déplacer d'un point d'origine à un point d'arrivée; ces systèmes comprennent

habituellement la signalisation du trajet et de la destination.

TARIFICATION ROUTIÈRE. Système en vertu duquel des frais sont directement facturés au propriétaire d'un véhicule pour l'utilisation d'une route en particulier ou pour l'accès à un réseau routier.

TÉLÉTRAVAIL. Dispositions en vertu desquelles les travailleurs réduisent leurs déplacements en exécutant une partie ou la totalité de leurs tâches ailleurs qu'à leur lieu de travail habituel. Aussi connu sous le nom de télénavettage ou de travail mobile.

TRANSPORT ACTIF. Déplacement à propulsion humaine, principalement la marche et le cyclisme, mais peut aussi correspondre aux déplacements en patins à roues alignées, en planche à roulettes, en fauteuil roulant ou à d'autres méthodes.

TRANSPORT D'URGENCE JUSQU'AU DOMICILE. Service offert par un employeur ou un tiers qui aide les navetteurs non-conducteurs à retourner rapidement et facilement à leur domicile si une urgence familiale présente, si des heures supplémentaires non prévues doivent être accomplies ou dans d'autres circonstances imprévisibles. Le transport est habituellement effectué gratuitement ou contre remboursement par taxi ou à l'aide d'une automobile louée. Ce service est aussi nommé le retour garanti à domicile (RGD).

VALORISATION DE LA MARQUE. Activités de marketing et de communication qui définissent l'identité d'un programme ou d'un service et qui renforcent les valeurs associées à cette identité dans l'esprit du public.

Ressources additionnelles

Le CHAPITRE 2 du présent guide fournit la liste des nombreuses ressources utiles sur des sujets précis. Les ressources additionnelles indiquées ci-dessous sont plus générales et elles peuvent très certainement aider les gouvernements et spécialistes du Canada à établir et mener à bien des stratégies pour influencer les habitudes de déplacement.

Le transport actif: pour une implantation fructueuse dans les collectivités canadiennes, Groupe IBI pour l'Association des transports du Canada (2010, bientôt disponible à www.tac-atc.ca)

Ce rapport présente des expériences réussies qui ont été menées au Canada afin d'aider les gouvernements du Canada à améliorer leur compréhension et à faire le suivi des facteurs essentiels à la mise en place efficace des stratégies de transport actif. Ce rapport repose sur des entrevues et discussions de groupe réalisées avec des spécialistes du domaine, ainsi que sur l'enquête réalisée auprès des municipalités membres de l'ATC. Il présente 11 principes qui doivent être pris en considération par les personnes qui s'efforcent d'améliorer le transport actif dans les villes canadiennes.

Lignes directrices canadiennes pour la mesure des résultats des initiatives de la gestion de la demande en transport, Guide de l'utilisateur, HDR | iTRANS pour Transports Canada (2009, disponible à www.tc.gc.ca/urbain)

La mesure du rendement de la GDT est essentielle pour prouver le succès et obtenir l'adhésion, mais elle peut poser de grands défis. Les lignes directrices s'appliquent à tout un éventail d'initiatives de GDT et proposent un cadre étape par étape aux spécialistes pour sélectionner les techniques de mesure des résultats qui conviennent à leur application et à leur contexte local.

The Case for TDM in Canada: Transportation Demand Management Initiatives and Their Benefits, Noxon Associates pour ACT Canada (2008, disponible à www.actcanada.com)

Guide qui aide les spécialistes à comprendre leur public cible et à renforcer l'appui à l'égard des initiatives de GDT. Source fiable pour les lecteurs qui veulent obtenir une compilation des impacts mesurés de la GDT dans divers secteurs.

Modification des habitudes de transport: Guide de planification de marketing social, Cullbridge Marketing and Communications et François Lagarde pour Transports Canada (2010, disponible à www.tc.gc.ca/urbain)

Ce rapport fournit des conseils détaillés sur la planification et la mise en place d'initiatives individuelles visant à modifier les habitudes de transport.

Recueil d'enquêtes canadiennes sur les attitudes des consommateurs et les facteurs d'influence du comportement qui ont une incidence sur les options de transport durable, Cullbridge Marketing and Communications pour Transports Canada (2010, disponible à www.tc.gc.ca/urbain)

Ce recueil présente la liste des observations effectuées sur les principales attitudes, perceptions et perceptions erronées en matière de transport de divers segments de la population canadienne.

Améliorer les modes de déplacement dans les petites collectivités et les collectivités rurales, Noxon Associates pour Transports Canada (2009, disponible à www.tc.gc.ca/urbain)

Ce guide peut aider les spécialistes – ingénieurs, urbanistes, professionnels de la santé, agents de développement économique et

autres – à améliorer les options de déplacement des résidents des petites collectivités et des collectivités rurales. On y présente une série de mesures qui rendent les activités de transport individuelles plus durables – en encourageant les conducteurs à utiliser leur véhicule de manière plus efficace ou à laisser leur véhicule à la maison afin d’opter pour la marche, le vélo, le transport en commun ou le covoiturage.

. . .

Améliorer les options de déplacement grâce à la gestion de la demande en transport (GDT), Noxon Associates pour la Fédération canadienne des municipalités (2008, disponible à www.fmv.fcm.ca)

Brochure et présentation PowerPoint personnalisable qui facilitent la compréhension de la GDT de groupes clés dans diverses collectivités. Ces ressources ont été conçues pour répondre aux questions et préoccupations des élus et d’autres décideurs du secteur municipal.

. . .

National TDM and Telework Clearinghouse et TDM Listserv (www.nctr.usf.edu/clearinghouse)

Ce site Web et sa liste de diffusion interactive, qui comptent 1 800 membres, porte principalement sur des enjeux américains, mais ils peuvent s’avérer des outils précieux pour les spécialistes canadiens. Ils sont administrés par le Center for Urban Transportation Research de l’université South Florida.

. . .

Outils de planification du transport scolaire, Green Communities Canada (diverses années, disponible à www.saferoutestoschool.ca)

Le programme *Écoliers actifs et en sécurité* de Green Communities Canada offre une trousse d’outils complète qui peut être utilisée pour élaborer et mettre en place des plans de transport scolaire.

. . .

TDM Supportive Guidelines for Development Approvals, BA Group pour ACT Canada (2008, disponible à www.actcanada.com)

Ce guide porte sur l’utilisation des applications de conception, les examens des plans d’emplacement et les communications avec les promoteurs, les propriétaires fonciers et les gestionnaires d’installations pour assurer la mise en application et la mise en place des principes de GDT.

. . .

Transportation Demand Management: A Small and Mid-Sized Communities Toolkit, Fraser Basin Council (2009, disponible à www.fraserbasin.bc.ca)

Ce guide porte sur la manière dont les administrations locales des collectivités de moins de 150 000 personnes peuvent utiliser les stratégies et techniques de GDT pour encourager les particuliers à modifier leurs habitudes de déplacement.

. . .

Gestion de la demande en transport pour les collectivités canadiennes : Un guide pour comprendre, planifier et exécuter les programmes de GDT, Noxon Associates pour Transports Canada (2011, disponible à www.tc.gc.ca/urbain)

Au cours de la dernière décennie, les collectivités ont intégré la GDT aux plans et opérations de transport. Ce guide se sert de l’expérience de ces collectivités afin de résumer les leçons apprises et de présenter une vue d’ensemble étape par étape de la planification et de la mise en œuvre des programmes de GDT.

. . .

Les plans de déplacement pour les lieux de travail : un guide à l’intention des employeurs canadiens, Noxon Associates et ACT Canada pour Transports Canada (2010, disponible à www.tc.gc.ca/urbain)

Ce guide s’adresse aux employeurs qui veulent aider leurs employés à utiliser des modes de transport plus efficaces et plus durables pour se rendre au travail. Il aide les employeurs à

définir leurs propres buts et objectifs, puis à élaborer un plan de transport adapté à leurs besoins qui leur permettra de réaliser un rendement positif sur leur capital investi.

1 Introduction

1.1 À PROPOS DU GUIDE

Depuis deux décennies, les administrations gouvernementales et diverses organisations du Canada s'efforcent d'encourager l'adoption d'habitudes de déplacement plus durables par les Canadiens. Plusieurs croient qu'il sera nécessaire d'apporter un changement marqué à long terme aux habitudes de déplacement individuelles afin de répondre aux préoccupations en ce qui concerne la congestion routière, les changements climatiques, la pollution de l'air, les déficits sur le plan des infrastructures et la concurrence économique.

À cette fin, les gouvernements ont démontré qu'ils étaient prêts à investir dans les stratégies axées sur l'offre telles que l'aménagement d'installations de cyclisme et de transport en commun rapide. Toutefois, les progrès réalisés concernant l'application de stratégies efficaces axées sur la demande (une discipline nommée la gestion de la demande de transport ou la GDT) ont connu moins de succès en raison des lacunes liées aux connaissances techniques, aux ressources et à la volonté politique. Malgré ces défis, la GDT continue de susciter un grand intérêt auprès des élus, des planificateurs des transports, des décideurs politiques et d'autres spécialistes.

Même si plusieurs ressources très utiles ont été mises à la disposition des intervenants canadiens, les organisations œuvrant dans le domaine de la GDT sont aux prises avec un écart de connaissance dans deux secteurs, soit pour ce qui est de déterminer les stratégies de GDT qui sont les plus appropriées dans un contexte donné et de déterminer la manière dont les gouvernements et leurs partenaires peuvent utiliser le plus efficacement possible les ressources disponibles.

En répondant à ces questions, le présent guide a pour but d'accélérer l'utilisation des stratégies innovatrices et efficaces afin d'influencer les déplacements individuels à l'échelle locale ou régionale. Il se sert de la discipline du marketing social en tant que grille d'analyse pour examiner les principaux enjeux dans ce domaine et pour faire en sorte que la GDT soit intégrée à d'autres approches importantes complémentaires de transport durable, notamment la planification des infrastructures et l'aménagement du territoire.

Le guide s'adresse aux gouvernements (fédéral, provinciaux, territoriaux, régionaux ou locaux), ainsi qu'à leurs partenaires non gouvernementaux et du secteur privé. Il aidera les lecteurs à comprendre la nécessité d'adopter des approches globales fondées sur l'analyse des publics pour influencer les habitudes de déplacement individuelles, ainsi que l'importance des stratégies axées sur la demande (p. ex. la GDT). De plus, il les aidera à déterminer quels sont les outils de GDT qui pourraient être les plus appropriés et les plus efficaces dans leur région, dans leur collectivité ou en fonction de leur contexte stratégique. Enfin, le guide fournit de l'information sur la mise en place des stratégies reposant sur des recherches et des expériences canadiennes, lorsque cela est possible. Les lecteurs qui veulent obtenir de l'information supplémentaire sur les recherches et les analyses peuvent consulter le *Rapport technique sur la base des connaissances* qui accompagne le présent guide et qui évalue les occasions et les défis majeurs en ce qui concerne les tendances, les niveaux, les obstacles et les facteurs de motivation liés aux habitudes de déplacement (disponible à www.tac-atc.ca).

Des stratégies de GDT efficaces doivent être intégrées aux plans et programmes de transport à tous les niveaux, et le guide peut grandement contribuer à plusieurs étapes du cycle de planification des transports. Il présente des conseils qui s'appliquent tant aux cadres stratégiques qu'aux plans directeurs des transports à long terme, aux stratégies d'élaboration de programmes à moyen terme et aux plans d'action à court terme afin de relever les défis opérationnels.

Les autres sections du guide portent sur trois éléments principaux :

- **SECTION 1.2 – INFLUENCER LES HABITUDES DE DÉPLACEMENT** – notions élémentaires sur la discipline du marketing social, le rôle de la

GDT dans le changement des habitudes de déplacement et les éléments clés qui feront en sorte qu'on pourra influencer les habitudes de déplacement des particuliers.

- **CHAPITRE 2 – OUTILS SERVANT À INFLUENCER LES HABITUDES DE DÉPLACEMENT** – conseils sur l'utilisation de 35 outils différents de GDT dont il est question au **CHAPITRE 3**.
- **CHAPITRE 3 – IDENTIFICATION DES STRATÉGIES EFFICACES POUR INFLUENCER LES HABITUDES DE DÉPLACEMENT** – aide les lecteurs à utiliser leur propre contexte et leurs propres objectifs pour identifier les outils qui les aideront le plus efficacement à encourager le changement des habitudes.

Les lecteurs sont invités à consulter deux documents très utiles qui peuvent être téléchargés gratuitement sur le site Web de Transports Canada à www.tc.gc.ca/urbain.

Gestion de la demande en transport pour les collectivités canadiennes : Un guide pour comprendre, planifier et exécuter les programmes de GDT (Noxon Associates 2011) – présente une vue d'ensemble étape par étape de la planification et mise en œuvre des programmes de GDT d'après les résultats obtenus au Canada.



Modification des habitudes de transport : Guide de planification de marketing social (Cullbridge Marketing and Communications et François Lagarde, 2010) – présente des conseils détaillés sur la planification et mise en œuvre des initiatives visant à modifier les habitudes de déplacement.



D'autres sources d'information utiles sont indiquées dans la section **RESSOURCES ADDITIONNELLES** au début de ce guide.

1.2 INFLUENCER LES HABITUDES DE DÉPLACEMENT

1.2.1 COMPRENDRE LES CHANGEMENTS DE COMPORTEMENT

Au cours des dernières décennies, les gouvernements ont examiné le potentiel des techniques de marketing commercial pour influencer les comportements des consommateurs et pour appuyer les objectifs sociaux, y compris la prévention des maladies, l'abandon du tabagisme, la prudence au volant, la conservation de l'énergie, la protection de la qualité de l'eau et la réduction des déchets. Le **MARKETING SOCIAL** s'est avéré une discipline qui peut grandement contribuer au changement des comportements à long terme des consommateurs dans de nombreux secteurs.* Même si le marketing social repose sur les mêmes principes que le marketing commercial, il tient compte de manière plus globale des déterminants environnementaux des comportements – c'est-à-dire qu'il prend en considération non seulement les particularités des transactions des consommateurs, mais également les conditions « en amont » qui façonnent les contextes dans lesquels les particuliers prennent des décisions.

Le marketing social met l'accent sur la nécessité de comprendre en profondeur les publics cibles, ainsi que sur les facteurs de motivation et les obstacles liés aux comportements voulus, afin que des solutions efficaces puissent être définies. La **FIGURE 1** illustre cette approche.

* Définition du National Social Marketing Centre du R.-U. : application systématique du marketing, ainsi que d'autres concepts et techniques, afin d'atteindre des buts comportementaux précis au bénéfice du bien collectif. Voir www.thensmc.com pour obtenir des renseignements plus détaillés.

Le marketing social repose sur l'évaluation réaliste de ce qui fait qu'une personne choisit volontairement de remplacer un ancien comportement par un nouveau. Il requiert que le choix des comportements soit vu à travers les yeux de la personne, toutes les perceptions erronées, tous les biais et toutes les irrationalités étant pris en considération. En d'autres termes, il tient compte du fait que la *perception* d'une situation par la personne peut exercer une aussi grande influence, sinon une plus grande influence, que la *réalité* de cette situation.

Étant donné l'importance de la perception personnelle, il est possible d'influencer le comportement de plusieurs façons. Une personne est plus susceptible de choisir un nouveau comportement si elle juge que ce comportement est plus **AVANTAGEUX**, **PRATIQUE**, **POPULAIRE** ou **COMPATIBLE** que les comportements existants.† Quatre types de stratégies peuvent favoriser ce changement de perception :

- Les **INCITATIFS ET FACTEURS DE DISSUASION** comme les mesures financières, les prix ou autres récompenses font en sorte que les avantages et coûts d'un comportement sont perçus comme étant *avantageux*. En renforçant le caractère désirable d'un comportement, les incitatifs peuvent également rendre ce comportement plus *compatible*. Toutefois, le comportement d'origine peut refaire surface lorsque des incitatifs temporaires sont supprimés. De plus, les récompenses peuvent miner les motivations intrinsèques en rendant le comportement moins intéressant, moins altruiste ou moins compatible.

† La compatibilité signifie qu'un comportement correspond à l'image de soi réelle ou recherchée d'une personne. Ce cadre est conforme à la théorie du marketing social, mais ses données particulières reposent sur le document *Nine Big Questions About Behaviour Change* de Simon Christmas Ltd. pour le ministère des Transports du R.-U., 2009.

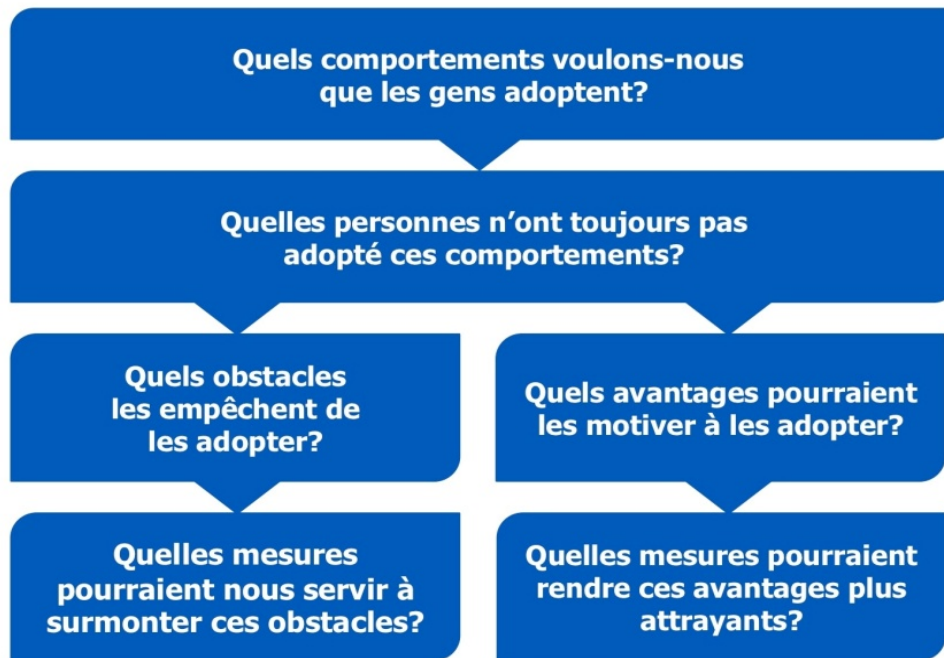


Figure 1. Processus de réflexion du marketing social

- **LES COMMUNICATIONS** qui visent à améliorer la compréhension qu'ont les gens de leurs options en ce qui concerne leur environnement peuvent rendre un comportement plus *avantageux* en renforçant la compréhension d'une personne à propos des coûts et avantages du comportement (p. ex., en comparant le partage d'un véhicule à la possession d'un véhicule), plus *pratique* en modifiant la compréhension d'une personne à propos de la difficulté d'adopter le comportement ou à propos de sa propre capacité de l'adopter (p. ex., en sachant comment verrouiller un vélo), plus *populaire* en en faisant ressortir les taux d'adoption du comportement dans la collectivité ou chez les leaders d'opinion, ou plus *compatible* en modifiant la signification sociale de ce comportement (p. ex., en renforçant l'image écoresponsable du cyclisme). L'efficacité des communications peut être multipliée lorsqu'elles font partie d'une série d'interventions.
- **LES LOIS ET L'APPLICATION DES LOIS** rendent les comportements voulus plus *avantageux* en pénalisant les comportements non voulus ou plus *compatibles* en changeant leur signification sociale. Les sanctions semblent plus durables et plus efficaces lorsqu'elles font suite à des changements fondamentaux d'attitudes (p. ex., les sanctions applicables à l'usage du tabac à l'intérieur des immeubles ont suivi un changement de l'opinion publique envers le tabagisme en général).
- **L'INFRASTRUCTURE COMPORTEMENTALE** motive les particuliers à changer de comportement en rendant un nouveau comportement plus *avantageux* ou plus *pratique*. Par exemple, on peut améliorer ou mettre en place un service de transport en commun, ajouter de nouvelles installations cyclables ou offrir des tarifs réduits pour le transport en commun pour supprimer les obstacles économiques. Il existe aussi d'autres exemples plus subtils, notamment les mécanismes qui permettent la prise de nouvelles décisions en offrant de

l'information personnalisée et plus sensible au contexte à des points de décision clés (p. ex., les avis sur les horaires du transport en commun qui sont adressés par messages textes aux personnes inscrites) ou en fournissant de la rétroaction positive sur les progrès réalisés vers l'atteinte des objectifs personnels (p. ex., les mises à jour électroniques envoyées par un programme qui permet aux personnes de s'inscrire et de faire le suivi de leurs habitudes de navette). Certaines infrastructures comportementales qui augmentent la visibilité d'une activité (p. ex., les stationnements pour vélos situés à des emplacements centraux) peuvent aussi rendre le comportement plus *compatible*.

1.2.2 IMPORTANCE DU RÔLE DE LA GESTION DE LA DEMANDE DE TRANSPORT

Dans le secteur de l'urbanisme, l'approche « prévision-prestation » est la principale méthode qui est utilisée depuis les années 50 pour répondre aux besoins de déplacement. Toutefois, cette méthode n'est pas adéquate face aux grands défis auxquels sont confrontées les collectivités canadiennes, notamment la dépendance aux combustibles fossiles, les changements climatiques, les déficits financiers, la congestion routière chronique et les niveaux élevés d'inactivité physique. Par conséquent, les gouvernements ont adopté une approche plus complète de gestion de la mobilité en tenant compte de la *demande de transport* (les caractéristiques, les besoins et les désirs des particuliers), de l'*offre de transport* (l'infrastructure, les véhicules et les services que les gens utilisent pour se déplacer) et l'*utilisation du territoire* (les résidences, les lieux de travail,

les écoles et les autres lieux d'origine ou de destination des gens).*

La **FIGURE 2** démontre que pour influencer les habitudes de déplacement, les gouvernements et leurs partenaires peuvent utiliser trois types de mesures :

- les mesures de la **GESTION DE LA DEMANDE DE TRANSPORT (GDT)** qui modifient les facteurs sociaux ou économiques par l'éducation, la promotion, les mesures incitatives ou dissuasives;
- les **INSTALLATIONS OU SERVICES AMÉLIORÉS** qui modifient les facteurs physiques ou économiques par des mesures telles que les installations de transport, les trajets de transport en commun ou les tarifs;
- les **PRATIQUES DE SOUTIEN D'UTILISATION DU TERRITOIRE** qui modifient les facteurs physiques ou sociaux par des mesures telles que la sélection de l'emplacement, la conception axée sur le transport en commun ou les frontières de la croissance urbaine.

Les objectifs de la GDT consistent à motiver les particuliers à *changer de mode* (marche, cyclisme, transport en commun ou covoiturage plutôt que l'utilisation du véhicule automobile seulement), à *moins se déplacer* (télétravail, emplettes en ligne, choix de destinations plus près ou combiner plusieurs activités lors d'un déplacement en automobile) ou à *changer leurs heures ou leurs trajets de déplacement* (choisir les heures creuses ou les routes les moins congestionnées).

Comme l'explique la **SECTION 1.2.1**, les mesures de la GDT peuvent prendre plusieurs formes différentes, y compris les mesures incitatives et

* Ces éléments sont inter-reliés — par exemple, la mise en place d'une nouvelle ligne de transport en commun rapide améliorera la rapidité et la fiabilité du transport en commun, mais elle peut également entraîner l'intensification des aménagements près des stations et l'amélioration de l'image de soi pour les usagers du transport en commun, lesquelles contribuent toutes deux à la croissance de l'achalandage du transport en commun.

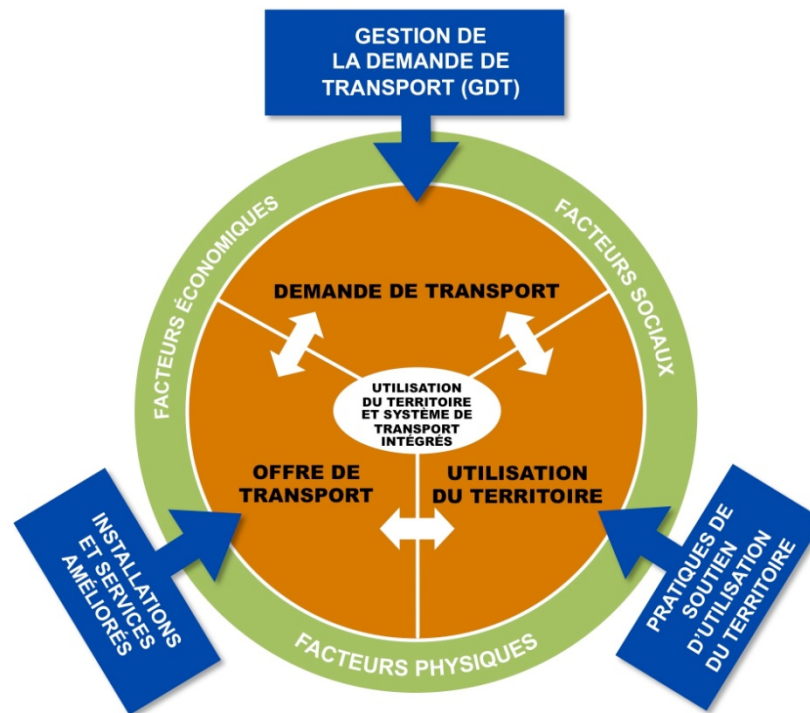


Figure 2. Influencer les habitudes

dissuasives, les communications, les lois et leur application, ainsi que l’infrastructure comportementale qui rend un comportement plus facile, plus disponible ou plus accessible. Les mesures de GDT peuvent avoir un impact variant de faible à élevé, selon la nature et la portée de leur application.

Les mesures de GDT ont trois attributs clés qui en font des outils uniques et importants pour les gouvernements et leurs partenaires :

- la **FLEXIBILITÉ** – les mesures de GDT peuvent être adaptées pour cibler certains groupes d’usagers (p. ex., les jeunes), certains buts de déplacement (p. ex., le navettage), certaines destinations (p. ex., un quartier) ou certaines périodes (p. ex., des événements sportifs);
- la **RAPIDITÉ** – les mesures de GDT peuvent être planifiées et mises en place plus rapidement que les mesures de l’offre de transport et d’utilisation du territoire (p. ex., en semaines ou mois, plutôt qu’en années ou décennies);

- leur **CARACTÈRE ABORDABLE** – la portée et la proportion des mesures de GDT peuvent être établies pour correspondre aux ressources disponibles. Au besoin, les gouvernements peuvent adapter les programmes de GDT afin d’optimiser l’utilisation du personnel et des budgets.

La GDT est une excellente façon de maximiser l’utilisation du territoire urbain et des systèmes de transport. Toutefois, il est essentiel de souligner que *les mesures de GDT n’éliminent pas la nécessité des changements liés à l’offre de transport et à l’utilisation du territoire*. Elles constituent plutôt un complément considérable et rentable à ces changements. En fait, l’efficacité de ces trois types de mesures est optimale lorsqu’ils sont planifiés et mis en place de manière combinée.

1.2.3 FACTEURS DE RÉUSSITE

Pour assurer la réussite du virage axé sur la modification des habitudes de déplacement – que ce soit grâce à la GDT, aux installations et services améliorés ou aux pratiques de soutien d'utilisation du territoire – on doit porter attention à plusieurs principes clés :

- **COMPRENDRE LE PUBLIC CIBLE** grâce à la recherche locale qui indique quel est le matériel brut à la base du changement de comportement : les besoins, les attentes, les désirs, les intérêts, les capacités et les contraintes des principaux segments du public cible.
- **HARMONISER LES BUTS, LES POLITIQUES ET LES PROGRAMMES**, tant au sein des organisations qu'entre elles, pour assurer la coordination et l'uniformité.
- **RESPECTER LES ATTITUDES ET LES PERCEPTIONS** qui influent sur les décisions individuelles, plutôt que de simplement tenir compte des faits objectifs d'une situation.
- **EXAMINER LES ENSEMBLES DE MESURES** puisqu'aucune mesure ne peut à elle seule couvrir la grande variété de perspectives et de circonstances personnelles qui façonnent la demande de déplacement.
- **TRAVAILLER AVEC DES PARTENAIRES** puisqu'aucune organisation ne peut à elle seule façonner les habitudes de déplacement. Les gouvernements doivent collaborer avec les partenaires institutionnels, privés et non gouvernementaux qui peuvent contribuer à accroître les ressources, les publics cibles et la crédibilité des programmes.
- **FAIRE PREUVE DE PERSÉVÉRANCE.** La modification de nombreux comportements nécessite beaucoup de temps, surtout au sein d'une grande population. La GDT constitue un type de virage culturel qui ne peut pas se produire en une journée.

- **ÉVALUER ET APPRENDRE DE L'EXPÉRIENCE ACQUISE** pour que les stratégies de modification des comportements deviennent plus efficaces avec le temps. Il peut aussi être utile de commencer « doucement » à l'aide de projets pilotes pour faire l'essai de nouvelles idées et pour créer l'élan.

▪

2 Outils servant à influencer les habitudes de déplacement

Ce chapitre décrit 35 outils de GDT, qui sont ensuite présentés avec leur contexte et leur application au **CHAPITRE 3**. Les outils sont regroupés en six catégories en fonction de leur nature fondamentale et de leur public cible, lesquels reflètent la manière dont ils peuvent être intégrés à l'élaboration et à la mise en œuvre de programmes gouvernementaux :

- **SECTION 2.1 – OUTILS POUR LA MOBILISATION ET L'HABILITATION DES PARTICULIERS**
- **SECTION 2.2 – OUTILS POUR LA MODIFICATION DES COÛTS**
- **SECTION 2.3 – OUTILS POUR L'AMÉLIORATION DU MILIEU BÂTI**
- **SECTION 2.4 – OUTILS POUR INFLUENCER LES DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL**
- **SECTION 2.5 – OUTILS POUR INFLUENCER LES DÉPLACEMENTS DOMICILE-ÉCOLE**
- **SECTION 2.6 – OUTILS POUR INFLUENCER D'AUTRES DÉPLACEMENTS**

En général, ces outils s'appliquent aux facteurs sociaux et économiques sur lesquels reposent les choix individuels de déplacement (conformément à la définition de la GDT de la **SECTION 1.2.2**). Ils excluent les initiatives majeures d'infrastructure de transport ou d'utilisation du territoire, mais ils comprennent les éléments physiques mineurs qui sont étroitement liés à la prestation des autres mesures de GDT. La **FIGURE 3** présente un sommaire de tous les outils décrits dans ce chapitre.

Dans les sections du chapitre, les rubriques suivantes sont utilisées pour présenter l'information relative à chaque outil :

- **DESCRIPTION** – en quoi consiste l'outil et de quelle manière fonctionne-t-il, par exemple, constitue-t-il une option (ou des options) de déplacement durable plus avantageuse, plus pratique, plus populaire ou plus compatible.
- **RÔLES ET RESPONSABILITÉS** – quels intervenants et quels partenaires peuvent participer, et de quelle manière peuvent-ils participer.
- **MISE EN PLACE** – questions d'intérêt particulier, par exemple, les questions relatives aux ressources requises, au calendrier d'application ou à la mesure du rendement.
- **FORCES ET FAIBLESSES** – caractéristiques majeures relatives aux circonstances, à l'efficacité, aux risques ou aux synergies ou conflits avec d'autres mesures.
- **POUR DE PLUS AMPLES RENSEIGNEMENTS** – exemples de ressources utiles, l'accent étant mis sur les sources d'information canadiennes lorsque cela est possible.

Figure 3. Outils de GDT indiqués au chapitre 2

Outils de GDT	Caractéristiques cibles du comportement voulu			
	Avantageux	Pratique	Populaire	Compatible
Outils pour la mobilisation et l'habilitation des particuliers (Section 2.1)				
Stratégie de marque, de diffusion de message et de positionnement			■	■
Événements spéciaux		■	■	■
Marketing individualisé	■	■		■
Information en temps réel aux usagers du transport en commun	■	■		
Information en temps réel aux conducteurs	■	■		
Cartes du réseau et planification des déplacements	■	■		
Information centralisée sur les déplacements	■	■		
Jumelage de covoitureurs	■	■		
Formation sur les habiletés à vélo	■	■		
Information aux conducteurs	■	■		
Outils pour la modification des coûts (Section 2.2)				
Tarifification applicable aux propriétaires de véhicules	■	■		■
Assurance au kilométrage	■			
Tarifification routière	■			■
Tarifification du carburant	■			
Tarifification du stationnement	■	■		
Imposition des avantages liés au transport fournis par l'employeur	■	■		
Incidatifs liés aux tarifs du transport en commun	■	■		
Incidatifs liés à la mise à la ferraille des véhicules	■	■		

Outils pour l'amélioration du milieu bâti (Section 2.3)				
Intégration du cyclisme et du transport en commun		■		
Orientation pour les piétons et les cyclistes		■	■	
Stationnements pour vélos	■	■	■	
Douches, vestiaires et casiers		■		
Stationnements incitatifs	■	■		
Stationnements pour covoiturage	■	■		
Soutien aux services de partage de véhicules	■	■	■	
Outils pour influencer les déplacements pour le travail (Section 2.4)				
Participation de l'employeur	■	■	■	■
Soutien à la planification des déplacements pour le travail	■	■		
Laissez-passer de transport en commun fourni par l'employeur	■	■	■	■
Laissez-passer universel de transport en commun pour les études postsecondaires	■	■	■	■
Transport d'urgence jusqu'au domicile	■	■		
Outils pour influencer les déplacements domicile-école (Section 2.5)				
Participation de l'école	■	■	■	■
Soutien à la planification des déplacements domicile-école	■	■		
Services de sécurité routière près des écoles		■		
Outils pour influencer d'autres déplacements (Section 2.6)				
Soutien à la planification des déplacements vers différentes destinations	■	■		
Partenariats de services de transport communautaire		■		

2.1 OUTILS POUR LA MOBILISATION ET L'HABILITATION DES PARTICULIERS

2.1.1 STRATÉGIES DE MARQUE, DE DIFFUSION DE MESSAGE ET DE POSITIONNEMENT

Description. La *stratégie de marque* comprend les activités de marketing et de communication qui sont menées dans le but d'établir l'identité d'un programme ou d'un service, ainsi que dans le but de renforcer les valeurs associées à cette identité dans l'esprit du public. La stratégie de marque est d'une grande importance pour les systèmes de transport en commun et les programmes applicables à un mode de transport en particulier, mais elle peut aussi s'appliquer à des programmes-cadres (comme les programmes Smart Commute dans la région du grand Toronto et de Hamilton, TravelSmart dans le grand Vancouver et TravelWise dans la région de Waterloo) et aider les consommateurs et les partenaires des programmes à établir des liens entre des produits et des services connexes.

Les *stratégies de diffusion de message et de positionnement* s'entendent des activités de marketing et de communication qui visent à favoriser la modification des perceptions du public sur des services ou des options de déplacement en particulier ainsi qu'à promouvoir la conformité entre ces services et options et la manière dont les particuliers se perçoivent. Elles peuvent modifier la façon dont certaines activités sont perçues en remplaçant des associations inutiles par d'autres associations plus positives – p. ex., en faisant du transport en commun une option plus attrayante ou plus écoresponsable plutôt qu'une solution de dernier recours, ou alors en faisant la promotion du cyclisme à l'aide de navetteurs en habit de ville et non à l'aide d'athlètes. Dans ce contexte, les stratégies de message et de positionnement sont moins axées sur la communication de renseignements en particulier; elles visent plutôt à refaçonner les

perceptions populaires. Les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter et YouTube peuvent être des outils d'une grande importance dans ce domaine.

Améliore la manière dont le particulier perçoit les options de transport durable :	
Avantageux	
Pratique	
Populaire	<ul style="list-style-type: none"> Transforme les attitudes et les perceptions liées à la popularité des choix de transport durable; contribue à faire des choix voulus les choix « normaux » et « la bonne chose à faire ».
Compatible	<ul style="list-style-type: none"> Transforme les autres attitudes et perceptions du grand public ou des membres du public cible à propos d'un service en particulier. Rehausse le niveau de réceptivité à l'égard d'incitatifs ou de services de communication plus spécifiques. Établit un ton plus positif lors des dialogues publics et privés au sujet des choix de transport durable.

Rôles et responsabilités

- Les gestionnaires des programmes d'une vaste gamme de milieux peuvent faire de la recherche, établir des plans et mettre en place des programmes et des éléments de programmes qui utilisent efficacement les stratégies de marque, de diffusion de message et de positionnement.
- Les organismes commerciaux, gouvernementaux et non gouvernementaux fournissent divers programmes de GDT au niveau national ou régional qui appuient le travail des équipes locales et qui offrent des stratégies normalisées de marque, de diffusion de message et de positionnement (p. ex., le programme *Écoliers actifs et en sécurité* de Green Communities Canada).
- Les gouvernements fédéral et provinciaux peuvent faire de la recherche et concevoir des documents de référence pour assurer l'efficacité des stratégies de marque, de diffusion de message et de positionnement (p. ex., la campagne contre la marche au ralenti des véhicules de Ressources naturelles Canada).

Mise en place

- Ces stratégies ont habituellement un impact restreint lorsqu'elles sont mises en place de manière isolée; elles sont plus efficaces lorsqu'elles sont mises en place dans le cadre d'un programme cohérent et soutenu qui est intégré à la mise en œuvre d'autres mesures de GDT, d'offre de transport et d'utilisation du territoire.
- Les coûts sont variables; de nombreuses méthodes (y compris l'utilisation des réseaux sociaux) ne sont pas coûteuses, mais la publicité dans les médias conventionnels est coûteuse.
- Elles sont plus efficaces en conjonction avec d'autres mesures visant à éliminer les obstacles et à améliorer les avantages.

- En s'associant à la promotion de nouvelles installations ou de nouveaux services de transport, on peut créer un effet positif sur l'image de marque de la GDT.

Forces et faiblesses

- Une forte image de marque est plus efficace que la somme de ses parties — c'est-à-dire qu'elle peut présenter les options de transport durable sous forme d'un ensemble de choix plus flexible et plus pratique que si les options étaient présentées de manière individuelle.
- Les stratégies de diffusion de message ou de positionnement doivent être crédibles pour ne pas être rejetées.
- Les stratégies de marque pour les programmes ou initiatives de GDT doivent être utilisées avec prudence en ce qui concerne les liens avec une organisation mère et des services semblables ou connexes (p. ex., les systèmes de transport en commun).
- Les identités qui se chevauchent ou qui sont en conflit peuvent créer de la confusion chez les particuliers qui recherchent de l'information ou de l'aide.
- Les réseaux sociaux doivent faire l'objet d'une surveillance active et d'un appui soutenu pour qu'un dialogue vivant y soit maintenu et pour éviter la stagnation.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Gestion de la demande en transport pour les collectivités canadiennes : Un guide pour comprendre, planifier et exécuter les programmes de GDT, Noxon Associates Limited pour Transports Canada (www.tc.gc.ca/urbain)

Recueil d'enquêtes canadiennes sur les attitudes des consommateurs et les facteurs d'influence du comportement qui ont une incidence sur les options de transport durable (Cullbridge Marketing and Communications pour Transports Canada, 2009 (<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-urbain-menu-fra-2084.htm>))

Modification des habitudes de transport : Guide de planification de marketing social, Cullbridge Marketing

and Communications et F. Lagarde pour Transports Canada
(<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-urbain-menu-fra-2054.htm>)

From Here to There: A Creative Guide to Making Public Transport the Way to Go, World Resources Institute for Sustainable Transport (www.embarq.org)

Commercialisation et image de marque des services d'autobus express
(<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-pdtu-etudedecas-ec67f-commercial-809.htm>)

Sites Web sur les programmes canadiens de GDT:
www.travelsmart.ca (TransLink, région du grand Vancouver, C.-B.), www.i-go.ca (Kelowna, C.-B.), www.smartcommute.ca (Metrolinx, région du grand Toronto et de Hamilton, Ont.), www.ottawa.ca/travelwise (Ottawa, Ont.), www.voyagezfute.ca et www.mobiligo.ca (région du grand Montréal, Qc) et www.cadus.ca (Saguenay, Qc)

2.1.2 ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX

Description. Les événements spéciaux rehaussent le niveau de visibilité et de crédibilité des habitudes de déplacement voulues. Ils encouragent les personnes à faire l'essai de nouvelles façons de se déplacer, même si ce n'est que pour une seule journée, et ils exercent un renforcement positif chez les personnes qui utilisent déjà les options de transport durable sur une base régulière. Ils peuvent aussi attirer des commanditaires et des partenaires qui peuvent ensuite participer plus activement à d'autres aspects du programme de GDT.

Améliore la manière dont le particulier perçoit les options de transport durable :

Avantageux

- Pratique**
- Encourage l'essai et permet aux participants de valider la « faisabilité » des options de transport durable.
 - Rehausse le niveau de sensibilisation et de compréhension concernant les modes de transport et les trajets offerts.

- Populaire**
- Encourage la participation en la rendant plus visible.
 - Renforce l'acceptation publique et modifie les normes comportementales.

- Compatible**
- Encourage l'essai et permet aux participants de déterminer si les options de transport durable leur conviennent personnellement.

Rôles et responsabilités

- Une vaste gamme d'organiseurs de programmes, des employeurs aux écoles en passant par les municipalités, peuvent organiser des événements spéciaux dans leur région.
- Les gouvernements, les centres de gestion des déplacements, les groupes d'intérêt et les associations professionnelles peuvent organiser et appuyer des événements spéciaux au niveau national ou régional et les organisateurs locaux peuvent se joindre au mouvement (p. ex., la journée internationale *Marchons vers l'école*, le Défi Transport.)

Mise en place

- La réussite des événements spéciaux peut nécessiter plusieurs essais; il est donc préférable de commencer de façon modeste.
- Bien que les ressources requises soient relativement limitées au niveau local, elles sont variables et elles peuvent être importantes au niveau national. Le temps et les efforts requis peuvent facilement être sous-estimés. La mise en œuvre des

événements par des groupes à but non lucratif ou des partenaires communautaires peut contribuer à restreindre les coûts.

Forces et faiblesses

- Les événements spéciaux peuvent contribuer à maximiser le rendement du capital investi dans certaines installations (p. ex., de nouveaux sentiers ou des lignes de transport en commun rapide) en rehaussant le niveau de sensibilisation du public et en encourageant l'essai et l'adoption de nouvelles habitudes de déplacement.
- Ils peuvent encourager les participants à se joindre aux programmes locaux qui appuient le changement des comportements en faveur de comportements plus durables (p. ex., la participation à la journée internationale *Marchons vers l'école* est un événement majeur qui encourage les élèves et leurs parents, dont la participation est habituellement difficile à obtenir, aux programmes locaux *Écoliers actifs et en sécurité*.)
- L'essai à court terme peut entraîner ou non un changement en faveur de comportements plus durables.
- Les risques sont peu nombreux mais les défis sont plus nombreux : la participation des partenaires communautaires est essentielle, mais ceux-ci doivent en tirer une certaine valeur; une préparation inadéquate peut engendrer une certaine confusion logistique et une faible attention médiatique.
- Des ressources sont requises pour la mobilisation et la promotion.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Mois international *Marchons vers l'école*
(www.iwalktoschool.org)

Événement vélo-boulot de la C.-B.
(www.biketowork.ca)

Semaine nationale de covoiturage
(<http://www.actcanada.com/EN/NationalRideShareWeek.aspx#French>)

Défi Transport (www.commuterchallenge.ca)

Mois du vélo et Journée vélo-boulot de la ville de Toronto (www.toronto.ca/cycling/events)

Défi Transport de Calgary
(www.toolsofchange.com/en/case-studies/detail/155)

Espaces sans voitures le dimanche (w
<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-pdtu-etudesdecastransportactif-1719.htm>)

En ville sans ma voiture (Montréal)
(<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-pdtu-envillesansmavoiture-959.htm>)

2.1.3 MARKETING INDIVIDUALISÉ

Description. Les programmes de marketing individualisé (aussi nommés les plans de déplacement résidentiel) offrent de l'information et des conseils personnalisés sur les choix de transport durable aux personnes et familles qui se sentent interpellées; celles qui n'expriment aucun intérêt ne sont pas sollicitées davantage. Les communications peuvent comprendre des appels téléphoniques, des envois postaux, des messages électroniques et des visites à domicile. Les trousseaux d'information, une fois demandés, peuvent comprendre des incitatifs et des récompenses.

<p>Améliore la manière dont le particulier perçoit les options de transport comme la marche, le cyclisme et le transport en commun :</p>	
<p>Avantageux</p>	<ul style="list-style-type: none"> Encourage l'essai et permet aux participants de déterminer les avantages personnels que leur offrent les choix de transport durable.
<p>Pratique</p>	<ul style="list-style-type: none"> Encourage l'essai et permet aux participants de valider la « faisabilité » des options de transport durable. Rehausse le niveau de sensibilisation et de compréhension concernant les modes de transport et les trajets offerts.
<p>Populaire</p>	
<p>Compatible</p>	<ul style="list-style-type: none"> Encourage l'essai et permet aux participants de déterminer si les options de transport durable leur conviennent personnellement.

Rôles et responsabilités

- Les administrations municipales ou régionales, en collaboration avec les intervenants des secteurs du transport en commun, du cyclisme et de la marche, peuvent organiser des activités de marketing individualisé.

Mise en place

- Le marketing individualisé requiert plusieurs ressources humaines et il est habituellement confié en sous-traitance; l'approvisionnement efficace, la gestion de projet et le contrôle de la qualité sont des éléments essentiels.
- Les ressources requises sont importantes lorsqu'un programme s'applique à la totalité de la collectivité, mais les programmes sont habituellement mis en œuvre secteur par secteur et peuvent être proportionnels aux budgets disponibles.

- Les efforts de bénévoles de la collectivité peuvent, s'ils sont adéquatement gérés, contribuer à restreindre les coûts.

Forces et faiblesses

- L'efficacité de tels programmes a été démontrée; on a fréquemment observé une réduction d'environ 10 % des déplacements en automobile à l'échelle de la collectivité dans le cadre des programmes mis en place sur plusieurs continents.
- La pénétration du marché, le taux d'adoption et la durabilité du nouveau comportement sont élevés.
- Ces programmes tiennent compte des obstacles personnels et ils ne sont efficaces que dans la mesure où des options de déplacement pratiques et attrayantes sont offertes; une gamme plus vaste de comportements ciblés augmente la pertinence de ces comportements aux yeux des particuliers.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Programme *TravelSmart*, Vancouver, C.-B.
 (www.tc.gc.ca/eng/programs/environnement-utsp-travelsmart-263.htm and
www.toolsofchange.com/en/case-studies/detail/628)

Projet pilote de commercialisation du déplacement communautaire *WinSmart*
 (www.greenactioncentre.ca/content/cbtlm)

Ville de Portland, Oregon – programme *SmartTrips*
 (www.portlandonline.com/transportation/index.cfm?c=54616)

2.1.4 INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX USAGERS DU TRANSPORT EN COMMUN

Description. Les usagers du transport en commun de certaines collectivités peuvent utiliser des appareils sans fil, des ordinateurs,

des téléphones ou des dispositifs d'affichage fixe aux arrêts ou stations de transport en commun pour obtenir de l'information en temps réel sur l'arrivée des véhicules de transport en commun aux arrêts situés le long du trajet. Lorsque les usagers savent à quelle heure passera le prochain autobus, tramway ou train, ils peuvent utiliser le transport en commun de manière plus pratique et plus organisée, ils peuvent plus facilement faire des correspondances, ils réduisent leur temps d'attente et ils améliorent leur sécurité. Certains systèmes permettent même aux usagers de suivre le déplacement d'un véhicule en marche en utilisant un appareil sans fil et de réévaluer leurs options de correspondance, ce qui rend l'utilisation du transport en commun plus efficace et plus pratique.

Améliore la manière dont le particulier perçoit le transport en commun :	
Avantageux	▪ Améliore l'aspect pratique et la facilité d'utilisation du transport en commun.
Pratique	▪ Rend l'utilisation du transport en commun plus facile et mieux organisée.
Populaire	
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les fournisseurs de services de transport en commun peuvent mettre en place des systèmes d'information en temps réel pour les clients.
- Les gouvernements peuvent contribuer aux coûts de démarrage.
- Les gouvernements et les associations industrielles peuvent atténuer les risques d'acquisition en veillant à ce que les fournisseurs de services de transport en commun aient facilement accès à des informations fiables sur les systèmes en place et leur rendement.

Mise en place

- Les ressources requises sont grandes pour la mise en place d'un système complet. Toutefois, la plupart des systèmes de transport en commun utilisent une grande partie de l'infrastructure requise (p. ex., les unités GPS à bord des véhicules) à des fins de gestion du parc de véhicules, et les ressources supplémentaires requises pour fournir de l'information en temps réel aux clients sont relativement peu nombreuses.

Forces et faiblesses

- Cet outil peut attirer des clients et les encourager à demeurer clients. Par exemple, le service des transports de Londres (R.-U.) prétend que l'information en temps réel sur le transport en commun a attiré 13 % de nouveaux usagers du transport en commun; une enquête réalisée à Winnipeg indique que l'affichage en temps réel des départs des autobus a encouragé 45 % des clients existants à effectuer au moins un déplacement de plus par semaine en transport en commun.
- Cet outil est plus efficace pour les systèmes de transport en commun plus complexes et pour les parcours à faible fréquence (c'est-à-dire ceux qui ont des temps d'attente plus longs).
- Cet outil sert de complément à d'autres efforts de GDT pour le transport en commun.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Système d'information pour les passagers EasyGO
(<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-pdtu-etudedecas-ec68f-easygo-271.htm>)

Systèmes de transport intelligents adaptés à la ligne B98 de service rapide d'autobus
(<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-pdtu-transportintelligents-945.htm>)

2.1.5 INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX CONDUCTEURS

Description. Les récents progrès technologiques permettent la prise de décisions de conduite plus efficaces. Les conducteurs peuvent choisir les routes les moins congestionnées et les plus rapides en se fiant aux informations en temps réel qui sont recueillies et diffusées par les organismes gouvernementaux sur les débits de circulation, les conditions routières ou météorologiques, les collisions ou les travaux routiers. Les conducteurs peuvent obtenir ces informations avant d'entreprendre leur déplacement à l'aide des sites Web, des systèmes téléphoniques et des médias locaux; ou ils peuvent les obtenir pendant leur déplacement à l'aide des systèmes d'affichage dynamique de messages, des annonces radio et des appareils de navigation sur le Web (p. ex., les messages textes automatisés reçus et lus par le système audio d'un véhicule ou un appareil sans fil Bluetooth). L'information en temps réel qui est directement diffusée par un système électronique de navigation d'un véhicule peut fournir des suggestions de parcours reposant sur les conditions existantes.

Améliore la manière dont le conducteur perçoit le changement de trajet ou d'heure de déplacement :

Avantageux	<ul style="list-style-type: none"> Permet le changement du trajet ou de l'heure de déplacement du conducteur afin de réduire les retards, la distance parcourue et le carburant consommé.
Pratique	<ul style="list-style-type: none"> Facilite le changement de trajet ou d'heure de déplacement.

Populaire
Compatible

Rôles et responsabilités

- Les organismes gouvernementaux ou les administrations routières peuvent recueillir et diffuser de l'information.
- Les gouvernements fédéral et provinciaux peuvent atténuer les risques d'acquisition en veillant à ce qu'il soit facile d'avoir accès à des informations fiables sur les systèmes en place et leur rendement.

Mise en place

- Les ressources requises peuvent être importantes, en particulier pour l'affichage en bordure de route ou les systèmes Web perfectionnés.
- Les coûts de mise en place peuvent être partagés avec les programmes de sécurité puisque cet outil peut contribuer à réduire les collisions.
- Les impacts seront plus grands en fonction de la congestion, à mesure que le nombre de véhicules équipés des dispositifs électroniques nécessaires augmentera et que les applications sans fil deviendront de plus en plus perfectionnées.

Forces et faiblesses

- Il a été démontré que l'information en temps réel sur la circulation et les conditions routières pouvait réduire la congestion routière, le temps passé sur la route et la distance parcourue et qu'elle pouvait accroître la capacité du réseau.
- Cet outil n'est efficace que si les véhicules et les conducteurs disposent des technologies requises pour avoir accès à l'information.
- Il est plus efficace dans les grandes collectivités qui font face à une congestion récurrente (chaque jour) ou non récurrente (imprévue).

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Driver Use of En Route Real-Time Travel Time Information (US Federal Highway Administration, 2009)
(http://tmcps.ops.fhwa.dot.gov/cfprojects/new_det ail.cfm?id=86&new=2)

Intelligent Transportation Systems, Costs, Deployment and Lessons Learned (US Department of Transportation, 2008)
(<http://trid.trb.org/view.aspx?id=874811>)

2.1.6 CARTES DU RÉSEAU ET PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS

Description. La sélection du trajet constitue un élément très important des décisions en matière de déplacement pour les usagers du transport en commun, les cyclistes et (dans une moindre mesure) les piétons. De l'information claire et utile sur les trajets possibles et leurs incidences (heures de déplacement, emplacements des points de correspondance et des abris du transport en commun, stationnement pour vélos aux points d'arrivée, les pentes raides ou les intersections dangereuses pour les cyclistes et les piétons, la nature des installations cyclables sur route et hors route) aide les particuliers à déterminer s'il est pratique et souhaitable d'utiliser un mode en particulier.

Des cartes imprimées et sur le Web des trajets sont mises à la disponibilité des usagers du transport en commun, des cyclistes et des piétons. Les services de planification des déplacements (habituellement offerts par des systèmes automatisés téléphoniques et sur le Web) fournissent des services personnalisés, y compris en permettant aux particuliers d'indiquer leurs préférences (p. ex., pour minimiser les correspondances, pour choisir les heures de déplacement ou pour utiliser des routes à plusieurs voies). Le système Google Maps offre des options de parcours en transport

en commun ou à vélo dans un certain nombre de villes canadiennes, et il sert de complément aux systèmes de planification des déplacements en transport en commun et à vélo qui sont offerts directement par certaines municipalités. Les planificateurs des déplacements offerts aux conducteurs sont plutôt rares, à l'exception de Google Maps, qui permet aux conducteurs de planifier leurs déplacements de sorte à éviter les autoroutes et les routes à péage.

La formation individualisée sur les déplacements constitue une approche plus intensive et personnalisable qui aide les usagers du transport en commun à naviguer dans un système complexe. Ce type de formation est plus fréquemment offert aux personnes ayant un handicap, aux personnes âgées et aux nouveaux immigrants, et il porte sur de nombreux aspects de l'utilisation du transport en commun ainsi que sur la planification de certains déplacements en particulier.

Améliore la manière dont le particulier perçoit la marche, le cyclisme et le transport en commun :	
Avantageux	<ul style="list-style-type: none">Améliore la sensibilisation et la compréhension à l'égard des modes et des parcours possibles.Améliore la compréhension à l'égard des incidences des décisions en matière de déplacement.
Pratique	<ul style="list-style-type: none">Rehausse le niveau de confiance et d'aisance de l'utilisateur à l'égard des déplacements effectués à de nouvelles heures et vers de nouvelles destinations
Populaire	
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les fournisseurs de services de transport en commun peuvent distribuer des cartes imprimées des trajets à leurs kiosques et les afficher dans les abris de transport en commun, offrir des cartes électroniques des trajets sur des sites Web et offrir des services de planification des déplacements à l'aide de sites Web ou de systèmes téléphoniques automatisés. Ils peuvent aussi offrir des services de planification des déplacements en personne aux événements spéciaux comme des foires sur les transports au travail ou pendant les semaines d'orientation dans les universités.
- Les municipalités peuvent distribuer des cartes imprimées pour le cyclisme et la marche et offrir des cartes électroniques à l'aide de sites Web.
- Les organisations non gouvernementales (p. ex., les groupes de défense du cyclisme) peuvent offrir des conseils sur les trajets, et ce, de manière personnalisée par téléphone, courrier électronique ou sur les sites Web.
- Google Maps offre des services de planification des trajets en transport en commun, à vélo et à la marche dans un nombre croissant de collectivités canadiennes.

Mise en place

- Les coûts des cartes peuvent être relativement peu élevés si les données électroniques requises sont déjà existantes, ce qui est de plus en plus le cas.
- Les données géocodées sur les trajets peuvent être transmises à Google Maps pour être affichées sans frais.
- La formation individualisée sur les déplacements peut nécessiter de grandes ressources, mais une grande partie de ces ressources peut être fournie par des bénévoles ou des organisations à but non lucratif.

Forces et faiblesses

- Les cyclistes peuvent apporter des cartes imprimées aux fins de consultation sans appareil électronique et ils peuvent également inclure de l'information relative à la sécurité routière et aux habiletés de cyclisme.
- L'information électronique est particulièrement bien adaptée à la planification des déplacements multimodaux (p. ex., le cyclisme et le transport en commun).
- L'information électronique sur les trajets peut immédiatement refléter tout changement apporté aux réseaux ou aux services. Cette information peut être consultée par les usagers de téléphones intelligents lorsqu'ils sont en déplacement, mais, la vérification et la mise à jour continue est requise pour que l'information ne devienne pas désuète et pour ne pas causer de frustration chez les usagers.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

OC Transport, planificateur de trajet (Ottawa, Ont.)
(<http://www.octranspo1.com/acceuil>)

Ville de Toronto, carte et information sur le réseau cyclable (www.toronto.ca/cycling)

Grand Vancouver, cartes du réseau cyclable
(www.translink.ca/en/Cycling/Cycling-Routes.aspx)

Université de la Colombie-Britannique, planificateur de trajet à vélo (www.cyclevancouver.ubc.ca)

Région de York, formation sur les déplacements
Transit MyRide
(www.yrt.ca/en/programs/myride.asp)

2.1.7 INFORMATION CENTRALISÉE SUR LES DÉPLACEMENTS

Description. L'information centralisée sur les déplacements correspond à un portail Internet qui fournit de l'information sur les options de déplacement. Les usagers peuvent comparer le temps requis pour un déplacement en automobile au temps requis pour un déplacement en transport en commun ou à vélo ou ils peuvent rechercher des occasions de covoiturage. Ils peuvent aussi recevoir de l'information sur les interruptions du service de transport en commun, les fermetures de routes ou les retards, et même sur les mesures prises par les systèmes de transport à la suite d'interruptions majeures, par exemple, dans le cas de catastrophes naturelles. De plus en plus, le format des portails Web permet l'utilisation de divers appareils mobiles.

Améliore la manière dont le particulier perçoit les choix de transport durable :	
Avantageux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informe les usagers sur les temps prévus pour les différents modes de transport.
Pratique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Améliore l'aspect pratique et la facilité d'utilisation du des options de transport durable par une meilleure compréhension et un meilleur accès aux conseils. ▪ Améliore le niveau de sensibilisation à l'égard des options de transport durable auprès des usagers qui recherchent de nouvelles options (p. ex., un conducteur qui veut obtenir de l'information sur les conditions routières qui obtient de l'information sur le covoiturage ou le transport en commun).
Populaire	
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les administrations régionales ou municipales peuvent recueillir de l'information et encourager l'utilisation de portails locaux.
- Les gouvernements ou les entreprises peuvent concevoir des logiciels de domaine public et des services en ligne pour recueillir et diffuser de l'information centralisée sur les déplacements de sorte que les organismes locaux puissent établir et maintenir des portails plus facilement, en moins de temps, qui produisent un plus grand impact et dont les coûts sont moins élevés.

Mise en place

- Les ressources requises pour la mise en place de portails sur les sources d'information existantes sont relativement faibles.
- Une promotion adéquate est essentielle lors du lancement du portail.

Forces et faiblesses

- Plateforme efficace pour la promotion des outils et programmes de GDT, en particulier pour les nouveaux services.
- Plus efficace dans les grandes collectivités qui offrent des options complexes (p. ex. les collectivités qui comptent plusieurs fournisseurs de services de transport en commun).
- Canal pratique pour la diffusion rapide et efficace de l'information sur les circonstances à court terme et d'urgence.
- Les propriétaires existants des sources d'information peuvent résister à la centralisation de crainte que les usagers n'utilisent plus leurs sites.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Programme *TravelSmart*, Metro Vancouver, C.-B. (www.travelsmart.ca)

Programme *iMove*, Metro Vancouver, C.-B. (www.imove.ca)

Commuter Page (Arlington, Virginie)
(www.commuterpage.com)

2.1.8 JUMELAGE DE COVOITUREURS

Description. Les services de jumelage de covoitureurs aident les particuliers à trouver des partenaires de covoiturage en automobile ou en fourgonnette. Auparavant, ces services étaient fournis manuellement par téléphone ou par courrier électronique, mais, aujourd’hui, ils sont presque toujours fournis de manière automatisée et sur le Web. Ils sont aussi de plus en plus perfectionnés, ils utilisent la cartographie en ligne et ils permettent aux particuliers de chercher des partenaires qui utilisent le même trajet qu’eux et non seulement qui ont les mêmes points d’origine et de destination, et ce, pour un seul déplacement ou pour des déplacements répétitifs. Les usagers peuvent personnaliser leurs préférences non seulement en termes d’horaires quotidiens fixes, mais aussi en fonction de leurs horaires variables et de leurs préférences personnelles (sexe, fumeur/non-fumeur, etc.). Les services de jumelage de covoitureurs à l’échelle de la collectivité peuvent offrir des services privilégiés au travail ou aux établissements d’enseignement postsecondaire et, sur demande, ils jumelleront les personnes inscrites ayant les mêmes lieux de travail ou établissements d’enseignement.

Améliore la manière dont le particulier perçoit le covoiturage en automobile ou en fourgonnette :

Avantageux ■ Contribue à réduire les coûts de déplacement lorsque les covoitureurs acceptent de partager les coûts des péages, du carburant ou de stationnement.

Pratique ■ Améliore l’aspect pratique du covoiturage en automobile ou en fourgonnette en faisant en sorte que le ou les partenaires de covoiturage soient adéquats.

Populaire

Compatible

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements et organismes non gouvernementaux locaux peuvent concevoir, fournir et promouvoir les services de jumelage de covoitureurs locaux.
- Les employeurs et les établissements d’enseignement postsecondaire peuvent s’abonner à de tels services ou ils peuvent les acquérir pour ensuite en faire la promotion auprès de leurs employés et de leurs étudiants.

Mise en place

- Les services de jumelage de covoitureurs à l’échelle de la collectivité peuvent offrir des services privilégiés au travail ou aux établissements d’enseignement postsecondaire et, sur demande, ils jumelleront les personnes inscrites ayant les mêmes lieux de travail ou établissements d’enseignement.
- Les ressources requises sont relativement faibles; les services Web du commerce ne sont pas coûteux et ils sont en évolution constante.

- Il est difficile d'évaluer l'efficacité puisque les personnes inscrites semblent se retirer de la base de données de jumelage de covoitureurs lorsqu'ils ont trouvé des partenaires adéquats.

Forces et faiblesses

- La réduction de la consommation de carburant et des gaz à effet de serre est plus importante dans les grandes collectivités où les déplacements moyens sont plus grands.
- Services plus efficaces pour les grandes populations et lorsque des incitatifs complémentaires (p. ex., voies réservées au covoiturage, stationnement prioritaire) sont offerts.
- Le jumelage de covoitureurs semble être efficace lorsque les déplacements sont difficiles à effectuer en transport en commun en raison des heures de déplacements inhabituelles, de la faible qualité du service, des services transfrontaliers requis, etc.
- Il est plus difficile d'attirer des conducteurs prêts à partager leur véhicule pour faire du covoiturage que des passagers.
- Les usagers peuvent se préoccuper du respect de la nature confidentielle de leurs données, lesquelles sont assujetties aux lois sur le respect de la vie privée (c'est-à-dire que les données des usagers canadiens ne peuvent pas être sauvegardées sur des serveurs américains).
- Le caractère exclusif des systèmes Web et des contrôles de données peuvent faire en sorte qu'il soit difficile de changer de fournisseur.
- Les intervenants du secteur des transports en commun peuvent craindre que le covoiturage ne leur enlève une part du marché, mais les données recueillies qui justifient ces craintes sont peu nombreuses.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Carpool Zone (région du grand Toronto et de Hamilton, Ont.) (www.carpoolzone.ca)

Jack Bell Ride-Share (C.-B.) (www.ride-share.com)

Programme de covoiturage d'Ottawa (Ont.) (www.ottawaridematch.com)

Programme régional de covoiturage de Calgary (www.calgary.ca)

2.1.9 FORMATION SUR LES HABILITÉS À VÉLO

Description. La sécurité routière est l'un des éléments dissuasifs du cyclisme, en particulier pour les femmes et les enfants. Les parents sont plus susceptibles de permettre à leurs enfants d'aller à l'école à vélo et vers d'autres destinations si les enfants ont reçu une formation adéquate et si les parents ont l'occasion de vérifier les habiletés de leurs enfants. Le niveau de confiance à l'égard des habiletés de cyclisme, en particulier sur la route, est également un facteur de motivation majeur qui encourage les cyclistes à des fins récréatives à faire plus de déplacements utilitaires à vélo.

Améliore la manière dont le particulier perçoit le cyclisme :	
Avantageux	▪ Réduit le risque de blessure pour les cyclistes.
Pratique	▪ Augmente le niveau de confiance des cyclistes qui doivent atteindre des destinations quotidiennes en faisant du vélo dans la circulation.
Populaire	
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements et les organismes non gouvernementaux peuvent concevoir des programmes et offrir de la formation au personnel; ils peuvent aussi solliciter la

participation d'organisations ou de particuliers.

- Les employeurs et les commissions scolaires peuvent offrir des cours aux travailleurs et aux étudiants.

Mise en place

- La formation individualisée nécessite de grandes ressources, et l'application à grande échelle nécessiterait aussi des ressources importantes.
- Une formation de premier niveau peut être offerte à de grands groupes en moins de temps et sans que des activités sur vélo soient exécutées. Certains systèmes de formation automatisée pourraient aussi être utiles.

Forces et faiblesses

- Les enjeux de sécurité constituent un élément dissuasif majeur pour le cyclisme; même lorsque des solutions sont apportées aux infrastructures, les habiletés personnelles et le niveau de confiance demeurent des défis à relever.
- La formation à l'école peut contribuer à développer des cyclistes qui feront du vélo toute leur vie en permettant aux jeunes d'acquérir les habiletés de base sur route et la confiance requise pour utiliser leur vélo à des fins de transport; l'intégration de cette formation au programme scolaire exigerait que d'autres priorités courantes soient déplacées.
- Les frais des cours (p. ex., dans le cadre de programmes de loisir) pourraient limiter la participation.
- La participation aux cours de formation sur les habiletés de cyclisme serait probablement plus grande là où les installations sont perçues comme étant sécuritaires et là où les déplacements à vélo sont perçus comme étant pratiques.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Programme BÉCANE (CAN-BIKE)
(www.canbike.net)

Formation en cyclisme pour le milieu scolaire
(<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-pdtu-formationencyclisme-841.htm>)

Ville de Toronto, programme sur la sécurité et l'information en cyclisme
(www.toronto.ca/cycling/safety)

Programme *Making Tracks*, Nouvelle-Écosse
(www.saferoutesns.ca)

2.1.10 INFORMATION AUX CONDUCTEURS

Description. Les programmes de formation peuvent enseigner aux conducteurs à réduire leur consommation de carburant par leurs habitudes de conduite, et ils peuvent être offerts aux conducteurs qui veulent obtenir ou renouveler leur permis de conduire ou qui suivent un cours de formation spécialisée (p. ex., pour réduire leurs primes d'assurance ou pour leur emploi). La formation peut porter sur des sujets tels que l'entretien du moteur et la pression dans les pneus, le changement de vitesse, les habitudes d'arrêt et de démarrage et les habitudes d'accélération et de freinage, la réduction du fonctionnement au ralenti, les vitesses de conduite et l'achat d'un véhicule.

Améliore la manière dont le particulier perçoit les habitudes de préservation du carburant :

- | | |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Avantageux | ▪ Renseigne les participants sur les économies et les avantages sociaux et environnementaux que leur procure la réduction de leur consommation de carburant. |
| Pratique | ▪ Fournit les habiletés requises pour réduire la consommation de carburant. |

Populaire
Compatible

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements provinciaux peuvent ajouter des conseils sur la conduite écoénergétique aux programmes d'éducation et de contrôle des conducteurs.

Mise en place

- S'applique à tous les milieux; les résidents des zones rurales semblent conduire davantage, mais les conditions routières en zone urbaine permettent davantage aux conducteurs de réduire leur consommation de carburant.

Forces et faiblesses

- La durabilité à long terme des changements de comportement peut dépendre de l'existence d'un programme continu de mesures incitatives, de rétroaction et de rappels.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

ecoDriver program (www.ecodriver.org)

Matériel d'instruction de conduite de Ressources naturelles Canada

(<http://oee.rncan.gc.ca/transports/personnel/5250>)

2.2 OUTILS POUR LA MODIFICATION TRANSFERT DES COÛTS

2.2.1 TARIFICATION APPLICABLE AUX PROPRIÉTAIRES DE VÉHICULES

Description. Les coûts d'achat ou d'immatriculation accrus rendent la possession d'un véhicule moins attrayante. Les frais variables liés à la consommation de carburant d'un véhicule peuvent encourager les consommateurs à acheter des véhicules plus écoénergétiques. Les programmes de remise modifient le facteur d'attractivité de certains véhicules en ajoutant des taxes à l'achat de véhicules plus énergivores et en attribuant des remises en argent à l'achat de véhicules plus écoénergétiques. Il est à noter que certains outils de tarification (p. ex., les faibles surcharges sur les frais annuels d'immatriculation des véhicules) ne visent pas à modifier les habitudes; ils servent plutôt à générer des revenus pour les gouvernements. Ces mesures ne font pas partie des mesures de GDT.

Améliore la manière dont le particulier perçoit la possession d'un moins grand nombre de véhicules :

- | | |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Avantageux | <ul style="list-style-type: none">▪ Augmente les coûts de possession d'un véhicule en général, ou seulement pour les véhicules qui sont énergivores.▪ Utilise les signaux de prix pour rehausser le niveau de sensibilisation à l'égard des coûts publics de la possession de véhicules. |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Pratique	Crée un élément dissuasif relativement à l'acquisition d'un véhicule; les coûts élevés représentent un obstacle qui décourage l'achat.
-----------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Populaire

- | | |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Compatible | <ul style="list-style-type: none">▪ Utilise les signaux de prix pour renforcer les coûts sociaux de l'utilisation d'un véhicule motorisé et renforce ce comportement comme norme sociale. |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements fédéral et provinciaux peuvent modifier les taxes et les frais d'immatriculation, et ils peuvent fournir des éléments incitatifs et dissuasifs.

Mise en place

- Les ressources requises varient de faibles à modérées; les exigences administratives peuvent être majeures selon le programme.
- Il peut être nécessaire de surmonter la grande résistance du public.

Forces et faiblesses

- Les impacts sur le marché varient en fonction de l'emplacement (p. ex., dans les collectivités rurales et urbaines) et du segment de la population (p. ex., les familles à revenu élevé et à faible revenu).
- Les impacts sont habituellement plus grands lorsque des options de déplacement pratiques sont offertes, en particulier des services de transport en commun de qualité dans les zones urbaines.
- Les changements de prix suffisants pour produire un impact pourraient être difficilement acceptés par le public et la classe politique.
- Les éléments dissuasifs liés à l'achat de nouveaux véhicules pourraient simplement encourager la conservation de véhicules plus âgés.
- Les éléments dissuasifs liés à l'achat de gros véhicules pourraient avoir un impact financier sur les familles nombreuses.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Initiative de l'UNEP pour l'économie mondiale de carburant (*Global Fuel Economy Initiative: Cleaner More Efficient Vehicles*) – Remises en France, au Canada, en Chine et au R.-U.

(www.unep.org/transport/gfei/autotool/approaches/economic_instruments/fee_bate.asp)

2.2.2 ASSURANCE AU KILOMÉTRAGE

Description. L'assurance automobile au kilométrage convertit les primes d'assurance fixes en primes d'assurance fondées sur le kilométrage. Les primes facturées aux conducteurs qui font peu de kilométrage sont donc plus équitables, et elles fournissent des incitatifs financiers qui encouragent la réduction de la conduite et l'adoption d'options de transport durable.

Améliore la manière dont le particulier perçoit les options de transport durable :

- | | |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Avantageux | ▪ Fournit un incitatif pour réduire la distance parcourue et pour adopter des options de transport durable, en particulier pour les longs déplacements et les déplacements fréquents. |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Pratique

Populaire

Compatible

Rôles et responsabilités

- Les compagnies d'assurance peuvent offrir des polices d'assurance au kilométrage (elles le font déjà au Texas, en Californie, en Australie, en Israël, en Afrique du Sud, en Espagne et au Japon).
- Les gouvernements provinciaux peuvent promulguer des lois ou règlements qui autorisent les compagnies d'assurance à offrir des polices d'assurance au kilométrage. De plus, dans le cas des provinces qui ont un régime d'assurance gouvernemental, ce type d'assurance peut être directement offert aux consommateurs.

Mise en place

- Cette approche ne requiert qu'une quantité relativement faible de ressources publiques si les coûts sont transférés par les assureurs aux titulaires de polices.

Forces et faiblesses

- Les impacts potentiels sont grands; les analyses économiques indiquent que l'assurance au kilométrage à grande échelle pourrait réduire l'utilisation des véhicules dans les zones urbaines de l'ordre de 5 à 10 %. Toutefois, dans le monde réel, peu de données sur de tels impacts sont disponibles.
- Plus efficace dans les collectivités qui offrent des options de transport attrayantes, en particulier des services de transport en commun.
- Pour que les assureurs publics puissent offrir de telles polices, des programmes d'information et de mobilisation publique devraient être mis en œuvre.
- Pourrait faire face à l'opposition des conducteurs qui font beaucoup de kilométrage et des compagnies d'assurance.
- Des infrastructures supplémentaires seraient requises pour assurer le suivi et la vérification des lectures d'odomètres.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Assurance au kilométrage (*Pay as You Drive Insurance*), Victoria Transport Policy Institute (www.vtpi.org/tdm/tdm79.htm and www.vtpi.org/payd_rec.pdf)

véhicules en fonction du nombre de kilomètres ou de minutes d'utilisation d'un réseau routier (lesquels frais peuvent varier selon l'heure de la journée ou le niveau de congestion). Diverses exigences juridiques, administratives, techniques et d'utilisation s'appliquent à ces différentes approches. Il est important de souligner que l'on perçoit la tarification routière comme un outil pouvant influencer la demande de transport, mais que cet objectif suscite habituellement un moins grand intérêt pour les gouvernements que le potentiel de revenu offert par la tarification routière, des revenus qui peuvent être affectés aux investissements publics dans les réseaux de transport ou en vue d'autres priorités.

Améliore la manière dont le particulier perçoit les options de transport durable :	
Avantageux	▪ Encourage les particuliers à changer de mode, à réduire leur conduite, à conduire en dehors des heures de pointe ou à conduire sur des routes moins congestionnées.
Pratique	
Populaire	
Compatible	▪ Utilise les signaux de prix pour renforcer les coûts sociaux de l'utilisation d'un véhicule motorisé et renforce ce comportement comme norme sociale.

2.2.3 TARIFICATION ROUTIÈRE

Description. La tarification routière est une expression générale qui s'applique aux frais directs facturés au propriétaire d'un véhicule pour l'utilisation d'une route en particulier ou pour l'accès à un réseau routier. Il existe quatre catégories de tarification routière : les péages applicables à des éléments en particulier de l'infrastructure routière comme les ponts, les tunnels ou les autoroutes; les péages applicables aux réseaux intégrés d'autoroutes et aux routes de réseaux supérieurs; les frais d'accès à des zones urbaines définies; les frais applicables aux

Rôles et responsabilités

- Au Canada, ce sont les provinces qui sont responsables de la tarification routière. Certaines provinces ont délégué des pouvoirs restreints aux administrations de transport régionales (p. ex., TransLink), aux grandes municipalités (p. ex., la ville de Toronto) ou à des fournisseurs de services du secteur privé (p. ex., la route 407 dans la région du grand Toronto).

Mise en place

- La tarification routière est un sujet délicat au sein de la population et de la classe politique et auquel seulement quelques administrations canadiennes consacrent une attention minimale. Les États-Unis effectuent plus activement l'essai et l'application des mesures de tarification routière — mais presque uniquement sous forme de péages pour l'utilisation des installations, et non de péages pour l'utilisation de cordons routiers ou de l'ensemble d'un réseau.
- Les coûts de mise en place seraient importants, mais ils seraient compensés par les revenus générés.
- Les technologies évoluent rapidement et elles comprennent maintenant le péage reposant sur la reconnaissance automatisée des véhicules et les systèmes GPS à bord des véhicules.
- L'efficacité de telles mesures serait plus grande dans les collectivités qui offrent des options de transport attrayantes.
- Les impacts sur les entreprises, les voyageurs à faible revenu, l'aménagement du territoire et d'autres secteurs suscitent la controverse.

Forces et faiblesses

- La tarification routière peut fortement influencer les habitudes.
- Les approches de tarification routière prévoyant des frais variables en fonction du trajet, de l'heure et des niveaux de congestion existants sont celles qui offrent le plus grand potentiel d'efficacité.
- Le document d'information de 2009 de l'ATC (voir ci-dessous) indique que les facteurs tels que l'acceptation publique, l'équité sociale, la concurrence économique et la mise en œuvre font face à un grand nombre de défis importants. Une quantité considérable de travaux de recherche, de développement et de consultation devra être réalisée avant que la

tarification routière devienne réalisable au Canada.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Tarification routière dans le contexte urbain, Association des transports du Canada (<http://www.tac-atc.ca/francais/centredesressources/salledelecture/pdf/tarifroutier.pdf>)

Tarification routière (*Road Pricing*), Victoria Transport Policy Institute (www.vtpi.org/tdm/tdm35.htm)

Programme de péage et de tarification (*Tolling and Pricing Program*), Federal Highway Administration des États-Unis (www.ops.fhwa.dot.gov/tolling_pricing)

2.2.4 TARIFICATION DU CARBURANT

Description. Les prélèvements et taxes sur le carburant influencent les coûts d'utilisation de l'automobile selon les économies réalisées sur le carburant et la distance parcourue. Les automobilistes ne perçoivent pas les coûts du carburant comme un élément dissuasif direct en ce qui concerne leurs déplacements individuels. Comme la tarification routière, ces taxes ont pour but de générer des revenus et non d'influencer les habitudes. Toutefois, des coûts de carburant suffisamment élevés peuvent influencer l'achat d'un véhicule et les pratiques d'entretien, ainsi que le degré d'utilisation d'un véhicule.

Améliore la manière dont le particulier perçoit les options de transport durable :

- Avantageux**
- Encourage les particuliers à moins utiliser leur automobile, à utiliser des véhicules plus écoénergétiques, à utiliser leurs véhicules plus efficacement et à choisir d'autres modes.

Pratique

Populaire

Compatible

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements fédéral et provinciaux peuvent augmenter les taxes sur le carburant.

Mise en place

- Les ressources requises par les approches de tarification du carburant sont faibles puisque les gouvernements perçoivent déjà des taxes sur le carburant.

Forces et faiblesses

- Certaines données démontrent que les prix du carburant influent sur l'utilisation des véhicules, mais que les impacts de cette influence dépendent de l'amplitude des changements de prix et de l'existence d'options de transport attrayantes.
- La hausse des prix peut faire face à une certaine résistance au sein du grand public et des industries pétrolière, automobile et des transports. La résistance du grand public peut être atténuée si les recettes fiscales sont consacrées aux dépenses liées au transport.
- Certaines préoccupations peuvent être soulevées quant aux impacts financiers sur les résidents à faible revenu.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Taxes sur le carburant (*Fuel Taxes*), Victoria Transport Policy Institute (www.vtpi.org/tdm/tdm17.htm)

encouragent les activités de stationnement à long terme.

Dans les provinces où cela est permis, les municipalités ou les administrations régionales de transport peuvent facturer d'autres frais de stationnement. Ces frais comprennent les taxes de vente sur les opérations de stationnement commerciales ou une taxe annuelle par espace de stationnement qui est facturée aux propriétaires fonciers afin de les encourager à facturer des frais de stationnement aux locataires ou usagers.

Améliore la manière dont le particulier perçoit les choix de transport durable :

- | | |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Avantageux | ▪ Encourage les particuliers à moins utiliser leur automobile, en particulier à des fins de navettage (c'est-à-dire pour le stationnement toute la journée) et dans des secteurs où le stationnement est gratuit. |
| Pratique | ▪ Une hausse de prix suffisante peut faire en sorte que l'utilisation de l'automobile cesse d'être abordable pour certains particuliers et certains déplacements. |

Populaire

Compatible

2.2.5 TARIFICATION DU STATIONNEMENT

Description. Les gouvernements peuvent modifier le prix du stationnement de leurs propres installations (bureaux, centres de service à la clientèle, etc.), des terrains et garages de stationnement hors rue qui appartiennent au gouvernement et des espaces de stationnement sur rue. En plus de facturer des tarifs horaires plus élevés, les gouvernements peuvent éliminer les rabais accordés aux « lève-tôt », les maximums quotidiens et les rabais pour permis mensuels puisque toutes ces mesures

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements contrôlent les niveaux et structures des prix de stationnement de leurs installations et des espaces de stationnement sur rue dont ils sont responsables de la gestion.
- Les gouvernements provinciaux peuvent percevoir des taxes municipales et autres sur les espaces de stationnement ou les opérations commerciales de stationnement.

Mise en place

- Le remplacement d'un stationnement gratuit par un stationnement payant peut nécessiter l'installation d'appareils de contrôle coûteux (barrières, compteurs, postes de paiement).
- L'application de nouvelles taxes ou autres peut exiger la mise en place de nouveaux processus de collecte et de rapprochement.

Forces et faiblesses

- Les conducteurs sont très sensibles aux coûts directs comme les frais de stationnement. Les impacts de tels coûts peuvent varier selon les niveaux de tarification et l'existence d'options de transport attrayantes.
- La hausse des tarifs des stationnements publics peut transférer la demande vers les stationnements privés.
- La résistance du public face à la hausse des coûts de stationnement peut être grande, et la hausse des tarifs de stationnement sur rue peut avoir des répercussions négatives pour les entreprises privées.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Guide de mise en place complète de la gestion du stationnement (*Parking Management: Comprehensive Implementation Guide*), Victoria Transport Policy Institute (www.vtpi.org/park_man_comp.pdf)

capacité de vérification de l'Agence du revenu du Canada. Toutefois, d'autres avantages liés au transport qui sont fournis par l'employeur, notamment le paiement de laissez-passer de transport en commun ou le remboursement des dépenses liées au navettage à la marche, à vélo ou en covoiturage par automobile ou fourgonnette, sont presque toujours frappés d'impôt. L'application plus rigoureuse des règles en matière d'avantages imposables fournis par l'employeur sous forme de stationnement ou l'application d'une exonération d'impôt pour les autres avantages liés au transport fournis par l'employeur éliminerait cet avantage structural non souhaitable qui favorise les navetteurs qui utilisent leur automobile.

Améliore la manière dont le particulier perçoit les options de transport durable :	
Avantageux	▪ Encourage les employeurs à fournir et les employés à accepter des avantages qui incitent les employés à se déplacer à l'aide du transport en commun, du transport ou du covoiturage.
Pratique	▪ Des incitatifs de niveau suffisant peuvent rendre les options de transport plus abordables pour certains particuliers.
Populaire	
Compatible	

2.2.6 IMPOSITION DES AVANTAGES LIÉS AU TRANSPORT FOURNIS PAR L'EMPLOYEUR

Description. Des politiques uniformes et équitables d'imposition (ou de non-imposition) des avantages liés au transport fournis par l'employeur peuvent influencer les habitudes de navettage. Le stationnement gratuit ou subventionné fourni par les employeurs aux employés est un avantage imposable, mais, dans la plupart des cas, il ne l'est en raison de plusieurs exemptions et restrictions liées à la

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements fédéral et provinciaux peuvent modifier les lois sur l'impôt afin d'exempter les avantages fournis par l'employeur qui sont liés au navettage à l'aide de modes de transport durable.

Mise en place

- Une analyse effectuée en 2005 par le Groupe IBI pour l'Association canadienne du transport urbain estime que le coût net sur 20 ans des taxes provinciales et fédérales non perçues se situe entre 650 millions de dollars et 1,8 milliard de dollars. Mais, cette analyse estime également qu'un bénéfice social net s'applique à cette même période.

Forces et faiblesses

- Aux États-Unis, l'exonération fiscale des avantages liés au transport fournis par l'employeur (y compris le stationnement) est la pierre angulaire du programme des choix des navetteurs (Commuter Choice Program) qui connaît un franc succès, et ce programme est devenu beaucoup plus généreux en 25 ans, notamment en accordant une allocation pour les cotisations salariales avant impôt en vue de l'achat de laissez-passer de transport en commun.
- Les impacts de telles mesures pourraient être majeurs. Les lois fédérales s'appliqueraient à la grandeur du pays, et le navettage en automobile représente un grand pourcentage des émissions de gaz à effet de serre et des autres formes de pollution atmosphérique découlant des transports. Ces impacts dépendraient du niveau de participation des employeurs, et ce niveau pourrait être très élevé.
- La mise en place de ces mesures comporte peu de défis et risques. Mais certaines préoccupations d'ordre financier peuvent être soulevées en ce qui concerne les navetteurs ruraux et ceux dont les employeurs n'offrent pas de tels avantages. Les préoccupations relatives aux coûts sont atténuées par le fait que les taxes non perçues n'augmenteraient que si le niveau de participation était élevé.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Exonération fiscale des avantages liés au transport en commun fournis par l'employeur (*Tax Exemptions for*

Employer-Provided Transit Benefits, 2005), Groupe IBI pour l'Association canadienne du transport urbain (www.cutaactu.ca/en/publicationsandresearch/resources/Tax-Exempt_Benef_IBI-Report_2005_EN.pdf)

2.2.7 INCITATIFS LIÉS AUX TARIFS DU TRANSPORT EN COMMUN

Description. La réduction du coût d'utilisation du transport public peut avantager et attirer des usagers de certains segments de la population.

Habituellement, des incitatifs sous forme de réduction du prix en espèces, des billets ou des laissez-passer sont utilisés au profit des enfants, des étudiants et des personnes âgées. Des laissez-passer à prix réduit peuvent être vendus sous forme d'abonnement au grand public, aux étudiants des niveaux secondaire et postsecondaire ou aux employés des lieux de travail participants.

L'utilisation de cartes intelligentes électroniques permet l'application de rabais autres que les tarifs habituellement applicables au transport en commun – par exemple, des tarifs réduits peuvent être facturés à la totalité (ou à une partie) des usagers pendant les heures ou sur les trajets de moins grand achalandage, d'accorder des rabais pour les achats en gros de passages en transport en commun pour des périodes autres que la période mensuelle habituelle ou alors d'offrir des récompenses pour les clients fidèles.

À des fins de promotion plus restreinte, les fournisseurs de services de transport en commun peuvent offrir des rabais pour des événements tels que la Fête du Canada, la veille du jour de l'An, la Journée de la Terre ou la Journée de l'air pur.

Améliore la manière dont le particulier perçoit le transport en commun :	
Avantageux	<ul style="list-style-type: none"> Encourage les particuliers à utiliser le transport en commun.
Pratique	<ul style="list-style-type: none"> S'ils sont de niveau suffisant, les incitatifs liés aux tarifs peuvent rendre le transport en commun plus pratique (abordable) pour certains particuliers.
Populaire	
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les incitatifs liés aux tarifs de transport en commun sont habituellement offerts par les fournisseurs de services de transport en commun.

Mise en place

- Les ressources requises sont faibles, à l'exclusion des recettes non perçues qui ne seraient probablement récupérées qu'en partie grâce à une hausse de l'achalandage.

Forces et faiblesses

- Les incitatifs conventionnels liés aux tarifs ont fait leurs preuves et la mise en place d'incitatifs plus innovateurs (p. ex., à l'aide de cartes intelligentes) gagne en popularité.
- Il est difficile de convaincre des conducteurs de devenir des usagers du transport en commun, et cela pourrait nécessiter de grands incitatifs ou alors des incitatifs combinés à d'autres mesures pour rendre le transport en commun plus attrayant.
- Les impacts sont plus grands en ce qui concerne les usagers qui utilisent le transport en commun par choix (p. ex., ceux qui ont accès à une automobile) qu'en ce qui concerne les usagers qui dépendent du transport en commun, et ils sont plus grands pour les usagers discrectionnaires qui utilisent le transport en commun en dehors des heures de

pointe que pour les navetteurs aux heures de pointe.

- Les incitatifs liés au transport en commun ne réussiront probablement pas à assurer un achalandage régulier si les services de transport en commun ne sont pas attrayants.
- Les pressions exercées par les coûts d'exploitation du transport en commun entraînent la hausse des tarifs du transport en commun, ce qui fait en sorte que les incitatifs peuvent difficilement être justifiés.
- De nombreux grands systèmes de transport en commun fonctionnent à pleine capacité ou presque aux heures de pointe, et ils ne veulent peut-être pas encourager une demande supplémentaire sur les trajets déjà surchargés.

2.2.8 INCITATIFS LIÉS À LA MISE À LA FERRAILLE DES VÉHICULES

Description. Les incitatifs liés à la mise à la ferraille des véhicules constituent des avantages financiers ou autres qui sont offerts aux propriétaires de véhicules pour qu'ils envoient à la ferraille leur véhicule âgé et pour qu'ils composent avec un véhicule en moins ou qu'ils achètent un véhicule plus écoénergétique et moins polluant. Par exemple, le programme Adieu Bazou du Canada, qui a pris fin en mars 2011, fournissait comme incitatif un laissez-passer de transport en commun, l'adhésion à un programme de partage de véhicule, 300 \$ en espèces ou un rabais sur l'achat d'un véhicule 2004 ou plus récent. Dans certaines régions, les participants pouvaient aussi recevoir un reçu d'impôt pour activités de bienfaisance.

Améliore la manière dont le particulier perçoit la mise à la ferraille d'un véhicule âgé :	
Avantageux	▪ Encourage les particuliers à remplacer leurs véhicules âgés, polluants et énergivores par des véhicules moins polluants et plus écoénergétiques ou à réduire le nombre de véhicules détenus par ménage et à choisir des options de transport durable.
Pratique	▪ Fournit de l'aide pratique pour encourager une plus grande utilisation des options de transport durable (p. ex., le transport en commun).
Populaire	
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les programmes de mise à la ferraille des véhicules peuvent être financés par les gouvernements fédéral et provinciaux ou par les constructeurs automobiles, et ils peuvent être mis en place par les gouvernements, les constructeurs automobiles ou des organismes non gouvernementaux.
- Des incitatifs additionnels peuvent être offerts par les fournisseurs de services de transport en commun (p. ex., sous forme de laissez-passer gratuits ou à prix réduit pour une période donnée) et d'autres partenaires commerciaux à des fins de promotion (p. ex., des salles de cinéma qui offrent des laissez-passer gratuits ou à prix réduit à des représentations).

Mise en place

- Les ressources requises peuvent être importantes; l'incitatif de 300 \$ par véhicule du programme Adieu Bazou a été jugé insuffisant, et les constructeurs automobiles ont finalement offert des incitatifs additionnels.

Forces et faiblesses

- Le programme Adieu Bazou touchait environ 500 000 véhicules par année en 2010 et en 2011, ou 2,5 % du nombre de véhicules légers immatriculés au Canada chaque année. L'efficacité énergétique des nouveaux véhicules n'est pas beaucoup plus grande que celle des véhicules plus âgés.
- Les données sur les impacts sont plutôt restreintes, et elles reflètent rarement les taux de remplacement « normaux » des véhicules ni les impacts sur le cycle de vie des nouveaux véhicules (de remplacement).
- Le soutien fourni par l'industrie de l'automobile peut être plus grand pour les programmes qui exigent un seuil d'économie de carburant plus bas en ce qui concerne les véhicules de remplacement, ce qui nuirait aux impacts du programme.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Mise à la ferraille : un moyen de protéger notre environnement, Environnement Canada (<http://www.ec.gc.ca/envirozine/default.asp?lang=Fr&n=74C3565E-1>)

Programme *Faites de l'air*, Association québécoise de lutte contre la pollution atmosphérique (<http://www.faitesdelair.org/>)

2.3 OUTILS POUR L'AMÉLIORATION DU MILIEU BÂTI

2.3.1 INTÉGRATION DU CYCLISME ET DU TRANSPORT EN COMMUN

Description. L'intégration du cyclisme et du transport en commun peuvent rallonger la distance pratique des déplacements en vélo et étendre la portée pratique des services de transport en commun vers des points d'origine et de destination.

Cette intégration peut comprendre l'aménagement de stationnements pour vélos aux arrêts et stations de transport en commun ou permettre le transport de vélos à bord des véhicules de transport en commun (à l'aide de supports à vélos sur les autobus ou de politiques permissives et d'espaces prévus à cette fin dans les wagons porte-rails).

Améliore la manière dont le particulier perçoit le transport durable :	
Avantageux	
Pratique	<ul style="list-style-type: none"> Élimine les obstacles (peur de se faire voler son vélo, incapacité d'utiliser son vélo aux deux extrémités du déplacement en transport en commun). Rallonge la distance et la portée pratique des déplacements en transport en commun et en vélo.
Populaire	
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les fournisseurs de services de transport en commun sont habituellement responsables d'aménager les installations requises.

Mise en place

- Les ressources requises sont relativement faibles; les coûts supplémentaires des supports à vélos sur les autobus sont peu élevés.

Forces et faiblesses

- Les impacts de ces mesures peuvent être plus grands au sein de certains segments (p. ex., chez les navetteurs interurbains, les navetteurs qui font un trajet inversé, soit d'un centre urbain vers leur emploi en banlieue et les usagers des chemins de fer de banlieue).
- Intégration plus efficace pour les longs trajets en transport en commun de grande qualité et dans les secteurs où le cyclisme est déjà populaire.
- La mise en place pose certains défis et risques.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Possibilités d'utilisation du vélo et du transport en commun (*Bicycling Access and Egress to Transit: Informing the Possibilities*), Mineta Transportation Institute (www.transweb.sjsu.edu/PDFs/research/2825_bicycling_access.pdf)

Intégration du cyclisme et du transport public en Amérique du Nord (*Integrating Bicycling and Public Transport in North America*), J. Pucher et R. Buehler dans le *Journal of Public Transportation*, vol. 12, no 3, 2009 (www.nctr.usf.edu/jpt/pdf/JPT12-3Pucher.pdf)

2.3.2 ORIENTATION POUR LES PIÉTONS ET LES CYCLISTES

Description. L'orientation pour les piétons et les cyclistes comprend les signaux de destination et d'itinéraire le long des trottoirs, les voies cyclables sur route, les boulevards cyclables et les pistes cyclables hors route. L'orientation pour les usagers du transport en commun est particulièrement intéressante en secteur urbain près des installations de transport en commun, ainsi que pour les piétons et les cyclistes sous forme de complément à la signalisation routière en général.

Améliore la manière dont le particulier perçoit la marche et le cyclisme :	
Avantageux	
Pratique	<ul style="list-style-type: none">▪ Rend la marche et le cyclisme aux fins de transport plus pratiques et plus faciles à utiliser en minimisant les risques qu'une personne s'égaré ou prenne la mauvaise route (des erreurs qui ont de plus grandes conséquences pour les piétons et les cyclistes que pour les automobilistes).
Populaire	<ul style="list-style-type: none">▪ Rappelle au grand public qu'il est possible de se rendre à la marche ou à vélo à des destinations importantes et renforce la marche et le cyclisme comme norme sociale.
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements, les organismes non gouvernementaux, les associations professionnelles et les promoteurs contribuent tous de manière importante à la conception de systèmes efficaces d'orientation.

Mise en place

- La mise en place d'un réseau restreint dans une petite collectivité ne requiert que peu de ressources, mais la mise en place rigoureuse d'un réseau complet dans une grande collectivité disposant d'installations de transport actif complètes requiert de grandes ressources.

Forces et faiblesses

- Les impacts directs peuvent être limités, mais les mesures d'orientation peuvent contribuer à maximiser l'utilisation de nouvelles installations de transport actif.
- L'efficacité s'accroît aussi selon la taille de la collectivité, le nombre de destinations clés et la gamme des options offerts aux usagers en matière de trajet.

- Les mesures d'orientation dans les zones urbaines près des installations de transport en commun, en particulier les stations de transport en commun rapide à grand volume aménagées en secteur urbain, sont particulièrement utiles pour les passagers du transport en commun.
- Les signaux d'orientation doivent être uniformes, durables et attrayants.
- Les approches utilisées pour identifier les longs trajets cyclables (p. ex., d'une extrémité à l'autre de la ville) posent certains défis puisqu'elles peuvent s'appliquer à différents types d'installations et à de multiples mouvements de virage.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Section sur les systèmes d'orientation au centre-ville (*Downtown Wayfinding System*) du rapport final intitulé *WinSmart: Winnipeg for Sustainable Management Advancing Responsible* (www.tc.gc.ca/eng/programs/environment-utsp-winnipeg-1983.htm)

Ville de Toronto, carte et information sur le réseau cyclable (www.toronto.ca/cycling)

Wasaga Beach, projet d'orientation (*Wayfinding Project*) (www.wasagawayfinding.com)

Londres, projet *Legible London* (R.-U.) (www.tfl.gov.uk/microsites/legible-london)

2.3.3 STATIONNEMENTS POUR VÉLOS

Description. La disponibilité, la sécurité, l'emplacement et la visibilité des stationnements pour vélos sont tous des facteurs qui influent sur l'attractivité du cyclisme en tant qu'option de transport.

Les stationnements pour vélos comprennent les supports surveillés et non surveillés, qu'ils soient à l'intérieur ou à l'extérieur. Ils peuvent aussi comprendre les cages verrouillées pour vélos ou les pièces d'entreposage à l'intention des usagers inscrits qui détiennent des cartes d'accès, des clés ou des combinaisons.

Certains stationnements pour vélos sont fournis directement par les gouvernements dans des zones de passage publiques et dans des espaces ouverts ou dans des installations publiques. D'autres stationnements pour vélos sont fournis par d'autres intervenants, et ils sont habituellement destinés aux employés, aux clients ou aux visiteurs d'un emplacement en particulier.

Améliore la manière dont le particulier perçoit le cyclisme :	
Avantageux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réduit le temps requis pour entreprendre et terminer un déplacement à vélo.
Pratique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réduit le risque réel ou perçu lié au vol de vélo, lequel représente un obstacle important pour certains usagers.
Populaire	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmente la visibilité et renforce le cyclisme comme norme sociale lorsque des installations de stationnement utilisées à bon escient sont aménagées à des emplacements centraux et à grande visibilité.
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements peuvent fournir des stationnements pour vélos dans des espaces publics, que ce soit dans des emprises routières, des édifices gouvernementaux ou des parcs.
- Les municipalités peuvent utiliser les règlements de zonage ou les normes d'aménagement pour exiger ou encourager

l'aménagement de stationnements pour vélos par les promoteurs, les propriétaires fonciers et les gestionnaires d'immeubles aux lieux de travail, à des institutions et aux immeubles résidentiels. Elles peuvent aussi aider d'autres intervenants à planifier, à concevoir, à autoriser et à installer des stationnements pour vélos et, dans certains cas, elles peuvent financer l'acquisition de l'équipement requis.

- Les institutions, les associations professionnelles, les promoteurs, les gestionnaires d'immeubles, les employeurs et les écoles peuvent installer et entretenir des stationnements pour vélos de qualité dans des secteurs dont ils sont responsables.

Mise en place

- Les ressources requises pour l'aménagement de stationnements publics pour vélos sont modérées; elles dépendent de la portée et de la qualité des installations de stationnement. Les coûts d'aménagement des stationnements pour vélos sur des terrains privés sont assumés par d'autres intervenants.
- La construction et l'exploitation d'installations d'entreposage sécurisées et surveillées peuvent être coûteuses et elles ne sont justifiées que dans certaines circonstances. Dans certains cas, des supports visibles, couverts et adéquatement conçus conviennent à la plupart des usagers.

Forces et faiblesses

- Ces mesures peuvent être efficaces si la sécurité des vélos est un enjeu majeur et si d'autres obstacles nuisant au cyclisme sont éliminés. Elles sont plus efficaces lorsque les trajets et distances conviennent à l'utilisation du vélo.
- Il peut s'avérer difficile de surmonter la résistance des intervenants à l'égard de l'installation de stationnements pour vélos lorsque les volumes de cyclistes sont peu élevés, même si cela est attribuable à la quantité insuffisante de stationnements sécurisés.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Installations pour navetteurs actifs : Guide à l'intention des municipalités et des employeurs canadiens (Gris Orange Consultant pour Transports Canada) (<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-urbain-menu-fra-1887.htm>)

Lignes directrices pour la conception et la gestion des installations de stationnement pour vélos (*Guidelines for the Design and Management of Bicycle Parking Facilities*), Ville de Toronto (www.toronto.ca/planning/pdf/bicycle_parking_guidelines_final_may08.pdf)

Lignes directrices de GDT pour les approbations d'aménagement (*TDM Supportive Guidelines For Development Approvals: A Handbook for Practitioners*), BA Group pour ACT Canada (www.actcanada.com/ACTCanada/EN/Resources.aspx)

gestionnaires d'immeubles à l'aide des règlements de zonage et des normes ou directives d'aménagement.

- Les employeurs, les promoteurs et les gestionnaires peuvent fournir ces installations à leurs emplacements.

Mise en place

- Les ressources gouvernementales requises sont faibles. Les coûts d'aménagement d'installations de soutien dans de nouveaux immeubles sont modérés, mais les coûts des rénovations requises dans les immeubles existants afin d'y aménager des douches et des vestiaires peuvent être élevés.

Forces et faiblesses

- L'efficacité dépend de la longueur moyenne des déplacements vers le point de destination et de la mesure dans laquelle les installations sont propices au transport actif. Les caractéristiques démographiques et le niveau d'intérêt des groupes cibles exercent aussi une influence. Les enquêtes réalisées indiquent que les navetteurs actifs ne sont pas tous d'avis qu'il est important que des douches et des vestiaires soient disponibles.
- Le cyclisme en hiver nécessite plus d'équipement et requiert un espace de rangement. Les cyclistes qui utilisent leur vélo lorsqu'il fait chaud, sur de longues distances et à des fins d'entraînement physique sont plus susceptibles de vouloir avoir accès à des douches.
- La rénovation de lieux de travail existants peut être très coûteuse et peut faire face à une certaine résistance de la part des propriétaires et des gestionnaires des immeubles.
- Les exigences qui s'appliquent aux nouveaux projets d'aménagement font face à une certaine résistance de la part des promoteurs, surtout lorsque le transport actif est considéré une option non pratique pour les navetteurs.

2.3.4 DOUCHES, VESTIAIRES ET CASIERS

Description. De nombreuses personnes qui se déplacent à la marche ou à vélo préfèrent prendre une douche, se changer et ranger leurs vêtements de marche ou de cyclisme dans un casier lorsqu'ils arrivent au travail. L'absence de telles installations au lieu de travail peut représenter un obstacle majeur en ce qui concerne les modes de déplacement actif.

Améliore la manière dont le particulier perçoit la marche et le cyclisme :	
Avantageux	
Pratique	▪ Améliore l'aspect pratique et le niveau de commodité pour les navetteurs actifs.
Populaire	
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements peuvent fournir ces installations à leurs propres lieux de travail, et les municipalités peuvent exiger ou encourager l'aménagement de stationnements pour vélos par les promoteurs et les

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Renseignements sur les règlements et suppléments sur l'aménagement de douches et vestiaires (*Development Related By-laws and Supplements: Requirement for Shower/Change Rooms*), Ville de Vancouver
(www.vancouver.ca/engsvcs/parking/admin/developers.htm)

Options pour les navetteurs : Guide complet à l'intention des employeurs canadiens (Noxon Associates Limited pour Transports Canada)
(<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-navetteur-menu-519.htm>)

Lignes directrices de GDT pour l'approbation des projets d'aménagement, guide à l'intention des intervenants (*TDM Supportive Guidelines For Development Approvals: A Handbook for Practitioners*), BA Group pour ACT Canada (www.actcanada.com/ACTCanada/EN/Resources.aspx)

Information sur les installations de stationnement pour vélos, de rangement et de vestiaire (*Bicycle Parking, Storage and Changing Facilities*), Victoria Transport Policy Institute
(www.vtpi.org/tdm/tdm85.htm)

2.3.5 STATIONNEMENTS INCITATIFS

Description. Les stationnements incitatifs représentent une forme importante d'accès aux services de transport en commun pour certains marchés, notamment pour les particuliers qui se rendent dans les centres urbains à partir de collectivités de banlieue, rurales ou exurbaines. La construction de nouveaux terrains de stationnement incitatif et la prestation de services de transport en commun desservant ces stationnements sont des mesures importantes qui sont axées sur l'offre et qui ne relèvent pas de la GDT. Toutefois, une forme de stationnement incitatif peut servir à maximiser l'utilisation de l'offre existante, c'est-à-dire la transformation d'installations de stationnement existantes à des emplacements déjà desservis par les services de transport en commun pour

permettre à de grands segments de la population d'y avoir accès.

Par exemple, on pourrait promouvoir le stationnement incitatif dans une portion désignée d'un terrain de stationnement exploité par un établissement commercial, religieux, récréatif ou autre dans un secteur suburbain, exurbain ou rural. En particulier, les centres commerciaux peuvent autoriser une telle utilisation de leurs terrains de stationnement afin d'augmenter la circulation de la clientèle pendant les heures de pointe de l'avant-midi et de l'après-midi.

Améliore la manière dont le particulier perçoit le transport en commun :	
Avantageux	<ul style="list-style-type: none"> Peut réduire les coûts des particuliers qui achètent un laissez-passer de transport en commun plutôt que de payer un stationnement coûteux au centre-ville.
Pratique	<ul style="list-style-type: none"> Rend le transport en commun plus pratique pour les particuliers qui demeurent au-delà des limites des zones desservies par le transport en commun.
Populaire	
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les administrations municipales, les gouvernements provinciaux et les organismes de transport en commun peuvent permettre les activités de stationnement incitatif à leurs propres installations de stationnement, ou ils peuvent négocier avec d'autres installations pour qu'elles autorisent le stationnement incitatif et ensuite encourager les usagers à utiliser ce stationnement.
- Les établissements commerciaux, religieux, récréatifs ou autres peuvent autoriser et promouvoir le stationnement incitatif sur leurs terrains de stationnement existants.

Mise en place

- Les ressources requises sont habituellement très faibles, à la condition que les seuls changements requis aux infrastructures soient liés à la signalisation et aux commodités de base pour les passagers du transport en commun.
- Peut nécessiter ou justifier l'amélioration des trajets ou horaires de transport en commun afin de desservir les stationnements incitatifs.
- Peut nécessiter l'établissement d'accords juridiques, de couvertures d'assurance responsabilité civile ou d'ententes de rémunération pour les propriétaires des installations.

Forces et faiblesses

- Les stationnements incitatifs s'adressent aux navetteurs; un seul espace de stationnement incitatif peut donc éliminer de la circulation des centaines de déplacements quotidiens effectués en véhicules chaque année. L'envergure du marché dépend de la taille de la collectivité, de la structure du service de transport en commun et des occasions de partenariat en particulier.
- Les centres commerciaux peuvent autoriser que leurs espaces de stationnement soient utilisés à cette fin afin d'augmenter la circulation de la clientèle pendant les heures de pointe.
- Une fois les dispositions mise en place, le nombre d'espaces de stationnement incitatif peut être augmenté ou réduit pour répondre à la demande réelle, et ce, à peu de risque et peu de frais.

stationnements existants pour le covoiturage autorise et encourage les activités de covoiturage. Ces dispositions peuvent être mises en place à différents niveaux et à tout emplacement où les covoitureurs se rencontrent, entreprennent leur trajet de covoiturage et laissent les véhicules non utilisés pour la journée.

Une autre forme de stationnement pour covoiturage permet l'utilisation d'espaces de stationnement privilégiés aux points de destination (p. ex., aux lieux de travail, aux campus d'enseignement postsecondaire, aux terrains de stationnement publics). Les privilèges peuvent comprendre des permis de stationnement à prix réduit, l'attribution prioritaire des permis de stationnement aux demandeurs qui font du covoiturage, l'autorisation de laisser le véhicule dans un espace de stationnement sur rue pour une longue période ou l'attribution des espaces de stationnement hors rue les plus convoités aux covoitureurs (autres que ceux réservés aux personnes handicapées).

Améliore la manière dont le particulier perçoit le covoiturage :	
Avantageux	▪ Fournit des incitatifs financiers en permettant aux covoitureurs de partager les coûts du carburant et du stationnement.
Pratique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Peut réduire la distance que les covoitureurs doivent parcourir pour se rencontrer. ▪ Peut favoriser le covoiturage de partenaires qui, autrement, n'auraient pas d'espace pour laisser leurs véhicules.
Populaire	
Compatible	

2.3.6 STATIONNEMENTS POUR COVOITURAGE

Description. À l'instar des dispositions de stationnement incitatif dont il est question dans la section précédente, l'utilisation de

Rôles et responsabilités

- Les administrations municipales, les gouvernements provinciaux et les organismes de transport en commun peuvent permettre les activités de stationnement pour covoiturage à leurs propres installations de

stationnement, ou ils peuvent négocier avec d'autres installations pour qu'elles autorisent le stationnement pour covoiturage et ensuite encourager les usagers à utiliser ce stationnement

- Les municipalités ou administrations de stationnement peuvent désigner des espaces de stationnement privilégiés pour le covoiturage sur les terrains de stationnement publics. Les lieux de travail et les établissements d'enseignement postsecondaire peuvent aussi offrir de tels privilèges aux employés et étudiants qui font du covoiturage.

Mise en place

- Les ressources requises sont habituellement très faibles, à la condition que les seuls changements requis aux infrastructures soient liés à la signalisation et aux commodités de base pour les covoitureurs.
- Peut nécessiter l'établissement d'accords juridiques, de couvertures d'assurance responsabilité civile ou d'ententes de rémunération pour les propriétaires des installations.

Forces et faiblesses

- Les stationnements pour covoiturage s'adressent aux navetteurs; un seul espace de stationnement pour covoiturage peut donc éliminer de la circulation des centaines de déplacements quotidiens effectués en véhicules chaque année. L'envergure du marché dépend de la taille de la collectivité, des habitudes de navettage et des occasions de partenariat en particulier.
- Les centres commerciaux peuvent autoriser que leurs espaces de stationnement soient utilisés à cette fin afin d'augmenter la circulation de la clientèle pendant les heures de pointe.
- Une fois les dispositions mises en place, le nombre d'espaces de stationnement incitatif peut être augmenté ou réduit pour répondre à

la demande réelle, et ce, à peu de risque et peu de frais.

- Il peut s'avérer difficile d'assurer la sécurité des usagers (p. ex., par l'éclairage, les rondes de surveillance) et de leurs véhicules à plusieurs petits emplacements.
- Il peut aussi s'avérer difficile de mettre en place un système de stationnement privilégié pour le covoiturage qui garantit que les usagers qui bénéficient de rabais ou de permis font effectivement du covoiturage.

2.3.7 SOUTIEN AUX SERVICES DE PARTAGE DE VÉHICULES

Description. Les services de partage de véhicules permettent aux usagers d'avoir accès à un véhicule motorisé lorsqu'ils en ont besoin. Les coûts de possession, d'entretien et d'assurance des véhicules, ainsi que les coûts du stationnement et du carburant, sont assumés par le service de partage de véhicules; les usagers paient généralement un abonnement périodique ou des frais d'adhésion périodiques, ainsi que des frais d'utilisation déterminés d'après le temps d'utilisation et la distance parcourue.

Les services de partage de véhicules sont habituellement des entreprises auto-suffisantes ou des organismes à buts non lucratif, mais ils peuvent bénéficier d'espaces de stationnement pratiques et visibles pour les véhicules partagés, ainsi que de partenariats de promotion et de marketing à l'externe. De plus, ils peuvent tirer profit des règlements de développement municipaux qui autorisent la réduction du prix des permis aux installations de stationnement requises des nouveaux projets de développement qui offrent des services de partage de véhicules aux occupants.

Améliore la manière dont le particulier perçoit le partage de véhicules :	
Avantageux	▪ La promotion croisée avec les services de transport en commun ou de partage de vélos peut fournir des incitatifs financiers pour ceux qui ne possèdent pas de véhicule et qui utilisent plusieurs modes de déplacement.
Pratique	▪ L'aménagement d'espaces de stationnement désignés visibles pour les véhicules partagés (p. ex., sur rue, à l'entrée bien éclairée de terrains de stationnement hors rue) rehausse l'aspect pratique et le niveau de sécurité pour les usagers.
Populaire	▪ La promotion croisée avec les services de transport en commun et de partage de vélos rehausse la visibilité et la légitimité du partage de véhicules auprès des usagers potentiels.
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements peuvent offrir des espaces de stationnement réservés visibles et pratiques pour les véhicules partagés sur des terrains de stationnement sur rue ou à des emplacements privilégiés de terrains hors-rue (p. ex., à l'entrée bien éclairée d'un stationnement ou près du préposé au stationnement).
- Les gouvernements, les organismes de transport en commun et les services de partage de vélos peuvent signer des ententes de promotion croisée avec des services de partage de véhicules (p. ex., les membres des services de partage de véhicules peuvent se

procurer des laissez-passer annuels de transport en commun à prix réduit ou les détenteurs de laissez-passer de transport en commun peuvent bénéficier de rabais sur le coût des services de partage de véhicules).

- Les municipalités peuvent offrir des permis à prix réduit aux installations de stationnement requises des nouveaux projets de développement qui offrent des services de partage de véhicules aux occupants.

Mise en place

- Les services de partage de véhicules peuvent ou non payer les taux du marché pour le stationnement réservé dans les espaces de stationnement sur rue ou sur les terrains publics de stationnement hors rue.

Forces et faiblesses

- En particulier dans les centres urbains où la population résidentielle est en hausse, les services de partage de véhicules peuvent encourager certaines personnes à ne pas acquérir de véhicule personnel et, par le fait même, peut réduire la demande d'espaces de stationnement privé. Le partage de véhicules peut améliorer l'aspect pratique du mode de vie « sans véhicule ».

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Information sur les coopératives de partage de véhicules au Canada (*Car Sharing Co-operatives in Canada*), Association des coopératives du Canada (www.growourregion.ca/images/file/Cooperatives/Microsoft_Word_-_CAR_SHARING_REPORT_FINAL.pdf)

L'auto-partage au Canada : des options de transport personnel plus écologiques, Transports Canada (<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-pdtu-carsharingfrancais-1068.htm>)

2.4 OUTILS POUR INFLUENCER LES DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL

2.4.1 PARTICIPATION DE L'EMPLOYEUR

Description. Les politiques, installations et services au travail peuvent fortement influencer les habitudes des navetteurs. La participation de l'employeur à l'égard des programmes de GDT est donc très importante, en particulier dans des secteurs tels que le télétravail, une activité que le gouvernement peut difficilement encourager de façon indépendante. Les stratégies de participation de l'employeur peuvent attirer l'attention, améliorer le niveau de connaissance, encourager le dialogue, renforcer la capacité et la volonté d'agir.

Améliore la manière dont l'employeur perçoit sa participation :

Avantageux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Persuade les employeurs qu'il est avantageux d'agir. ▪ Fait connaître au public les employeurs qui réussissent par la remise de prix.
Pratique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Démontre l'aspect pratique et l'efficacité potentielle de la participation de l'employeur.
Populaire	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Souligne les réussites des entreprises en leadership. ▪ Rehausse le niveau de crédibilité de la participation de l'employeur dans le cadre de ses activités habituelles.
Compatible	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Démontre que la participation est conforme aux objectifs de responsabilité sociale de l'entreprise.

Rôles et responsabilités

- Les administrations municipales et régionales peuvent diriger ou financer la participation de l'employeur, et elles peuvent souligner et récompenser la réussite des entreprises.
- Les organisations à but non lucratif, par exemple les centres de gestion des déplacements, les chambres de commerce et même des experts-conseils privés, peuvent représenter des options efficaces de participation pour l'employeur.

Mise en place

- Les principaux intervenants doivent comprendre les objectifs gouvernementaux ainsi que les contraintes des employeurs et les possibilités qui leur sont offertes.
- La participation de l'employeur est plus efficace lorsqu'elle vise à offrir une « proposition de valeur » intéressante (c'est-à-dire des services ou occasions de participation) et non seulement de l'information ou de l'encouragement. Il peut s'agir d'un point d'entrée essentiel pour la mise en place du soutien à la planification du transport pour le travail (lorsque ce soutien est offert, voir la section suivante).
- Les coûts et les efforts requis par les activités de participation de l'employeur sont relativement faibles.
- Il peut être très utile d'identifier des champions et des modèles à suivre au sein du secteur des entreprises afin de justifier et de rehausser le profil de la participation de l'employeur.

Forces et faiblesses

- La participation de l'employeur constitue un précurseur essentiel pour maximiser l'utilisation d'autres outils par l'employeur (p. ex., les services fournis par l'employeur en ce qui concerne les laissez-passer de transport en commun et le jumelage de covoitureurs).
- Cette participation est plus efficace lorsque l'employeur fait face à des défis liés au transport qui peuvent être surmontés grâce aux outils offerts (p. ex., le recrutement ou la conservation des employés).

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Gestion de la demande en transport pour les collectivités canadiennes : Un guide pour comprendre, planifier et exécuter les programmes de GDT, Noxon Associates Limited pour Transports Canada (www.tc.gc.ca/urbain)

Les plans de déplacement pour les lieux de travail : un guide à l'intention des employeurs canadiens, Noxon Associates Limited pour Transports Canada (<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-urbain-menu-fra-1682.htm>)

Programme *Smart Commute*, Metrolinx, Ontario (www.smartcommute.ca)

Programme *TravelSmart*, TransLink, C.-B. (www.travelsmart.ca/en/Work/Businesses)

Programme *WORKshift*, Calgary Economic Development (www.workshiftcalgary.com)

de conseils, d'aide pratique ou de la prise en charge complète du plan de déplacement au lieu de travail.

Les services de soutien à la planification des déplacements peuvent comprendre la réalisation d'enquêtes auprès des navetteurs, la vérification du milieu de travail, l'analyse des politiques et des pratiques, l'évaluation des mesures de remplacement, l'élaboration de plans d'action et la mise en place de mesures facilitant l'acceptation au sein des employés et l'approbation de la direction. Ces services peuvent aussi comprendre des services d'aide pour la préparation et la mise en place d'initiatives ou d'événements en particulier (p. ex., des événements spéciaux, des services de jumelage de covoitureurs).

Améliore la manière dont l'employeur perçoit la planification du transport pour le travail :

Avantageux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réduit les ressources requises pour les employeurs. ▪ Contribue à définir de manière précise les avantages pour l'employeur et les employés.
Pratique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Démystifie le processus de planification des déplacements. ▪ Facilite l'accès aux outils programmes et services externes qui peuvent être avantageux pour les employeurs et les employés.

Populaire

Compatible

2.4.2 SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL

Description. Les plans de déplacement pour les lieux de travail correspondent à des ensembles de mesures coordonnées visant à encourager le navettage efficace et durable auprès des employés. Le plan de déplacement n'est pas un document, il s'agit plutôt d'un processus continu de préparation et de mise en place. La plupart des employeurs requièrent du soutien externe qui peut être fourni sous forme

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements peuvent fournir (directement ou par l'intermédiaire d'un fournisseur de services) les compétences requises pour diriger ou appuyer un processus de planification des déplacements pour le travail.
- Les organisations à but non lucratif comme les centres de gestion des déplacements (CGD) ou les TMA (transportation

management associations) dans les provinces autres que le Québec peuvent fournir une base de service solide.

Mise en place

- Les ressources requises peuvent être importantes. Un examen réalisé par Transports Canada sur les programmes connexes indique que la plupart des organismes qui fournissent des services complets de planification pouvaient desservir de 5 à 10 employeurs par membre du personnel à temps plein. Les restrictions en matière de ressources nécessitent habituellement que l'accent soit mis sur les plus grands employeurs ou les employeurs plus engagés. Dans ce domaine, la facilité d'accès aux outils et au matériel qui appuient les plans de déplacement pour les lieux de travail peut être utile.

Forces et faiblesses

- Une aide plus directe peut mener à la mise en place de mesures de GDT au travail plus dynamiques que celles normalement prises en considération par les employeurs. En particulier, les petits et moyens employeurs ne sont pas enclins à mettre en place des processus de planification des déplacements sans obtenir d'aide.
- Les services de planification sont particulièrement justifiés lorsque la réussite est réaliste – c'est-à-dire que les employeurs font face à des défis en matière de navettage et que certaines options de déplacement intéressantes et efficaces sont offertes.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Gestion de la demande en transport pour les collectivités canadiennes : Un guide pour comprendre, planifier et exécuter les programmes de GDT, Noxon Associates Limited pour Transports Canada (www.tc.gc.ca/urbain)

Les plans de déplacement pour les lieux de travail : un guide à l'intention des employeurs canadiens, Noxon Associates Limited et ACT Canada pour Transports Canada

(<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-urbain-menu-fra-1682.htm>)

Programme *Smart Commute*, Metrolinx, Ontario (www.smartcommute.ca)

Programme *TravelSmart*, TransLink, C.-B. (www.travelsmart.ca/en/Work/Businesses)

Initiative *Smart Commute* – North Toronto, Vaughan, Transports Canada (<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-pdtu-smartcommute-255.htm>)

2.4.3 LAISSEZ-PASSER DE TRANSPORT EN COMMUN FOURNI PAR L'EMPLOYEUR

Description. De nombreux réseaux de transport en commun canadiens vendent des laissez-passer de transport en commun à prix réduit aux navetteurs par l'entremise de leur lieu de travail. Par exemple, des programmes d'achat de laissez-passer de transport en commun à l'aide de retenues sur la paie peuvent offrir des rabais en échange d'un engagement minimal d'un an de la part des participants et si un nombre minimal de participants s'inscrivent à un lieu de travail. Des programmes peuvent aussi exiger une contribution additionnelle de l'employeur ou encourager la contribution des employeurs en haussant les rabais offerts par le fournisseur de services de transport en commun.

Améliore la manière dont le particulier perçoit le transport en commun :	
Avantageux	<ul style="list-style-type: none">▪ Fournit un incitatif financier qui encourage les navetteurs individuels à utiliser le transport en commun.▪ Encourage les navetteurs à acheter un laissez-passer de transport en commun plutôt que d'utiliser des billets ou de payer en espèces.
Pratique	<ul style="list-style-type: none">▪ Il devient plus pratique d'acheter des laissez-passer (c'est-à-dire qu'il n'est pas nécessaire de se déplacer chaque mois pour aller acheter son laissez-passer) et moins pratique d'avoir à se déplacer régulièrement pour acheter un laissez-passer.
Populaire	<ul style="list-style-type: none">▪ Améliore la visibilité du message du transport en commun en utilisant les communications au lieu de travail pour rejoindre les navetteurs.
Compatible	<ul style="list-style-type: none">▪ Renforce la valeur sociale de l'utilisation du transport en commun en misant sur la crédibilité des employeurs.

Rôles et responsabilités

- Les fournisseurs de services de transport en commun peuvent concevoir des programmes de laissez-passer de transport en commun et offrir ces programmes aux employeurs.
- L'employeur peut agir à titre de revendeur ou d'intermédiaire financier qui effectue des retenues sur la paie pour les verser au fournisseur de services.
- Des intermédiaires (p. ex., des municipalités ou des centres de gestion des déplacements) peuvent promouvoir ou administrer les programmes.

Mise en place

- Plus la qualité des services de transport en commun est élevée, plus la viabilité est grande.
- Les incidences des programmes sur les revenus des fournisseurs de services de transport en commun sont habituellement neutres; les rabais mensuels sont compensés par l'exigence d'acheter 12 laissez-passer chaque année (au lieu de 10 ou 11).
- Nécessite une administration supplémentaire de la part du fournisseur de services de transport en commun, de l'employeur ou de l'intermédiaire. Les frais administratifs du fournisseur de services de transport en commun peuvent être peu élevés pour les petits programmes mis en place manuellement, mais ils peuvent être plus élevés pour les grands programmes qui nécessitent des systèmes informatiques d'administration personnalisée.
- L'évaluation du rendement est simplifiée lorsqu'on demande aux nouvelles personnes inscrites si elles utilisent le transport en commun fréquemment, occasionnellement ou si elles sont de nouveaux usagers.

Forces et faiblesses

- Renforce et récompense la fidélité des clients. Au départ, le nombre de nouveaux usagers peut être peu élevé, mais le programme peut contribuer à la conservation des usagers existants et à l'adhésion de nouveaux usagers parmi les nouveaux employés embauchés.
- Les réseaux de transport en commun peuvent craindre qu'il existe un risque de perte de revenus. Les retombées peuvent ne pas justifier les coûts administratifs supplémentaires pour les organismes de transport en commun, surtout aux petits lieux de travail.
- Les clients peuvent s'opposer à l'exigence typique qui requiert un abonnement de 12 mois, en particulier ceux qui font du vélo

en été et qui utilisent le transport en commun en hiver.

- Les employeurs ne voudront peut-être pas contribuer financièrement au programme étant donné que les avantages liés au transport en commun fournis par l'employeur sont assujettis à l'impôt.
- Les systèmes de paiement à l'aide de cartes intelligentes permettent la mise en place de programmes semblables qui nécessitent moins de ressources administratives.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Programme de laissez-passer pour les employeurs (*Employer Pass Program*) de TransLink (www.translink.ca/en/Fares-and-Passes/Employer-Pass.aspx)

Programme de laissez-passer pour entreprises (*Transit Corporate Pass*) de Grand River (www.grt.ca/en/riderprograms/corporatepass.asp)

Ecopass : Laissez-passer de transport en commun financés par l'employeur, Transports Canada (<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-pdtu-ecopassfrancais-844.htm>)

2.4.4 LAISSEZ-PASSER DE TRANSPORT EN COMMUN UNIVERSEL POUR LES ÉTUDES POSTSECONDAIRES

Description. À un certain nombre d'établissements d'enseignement postsecondaire du Canada, les étudiants (p. ex., les étudiants de premier cycle à temps plein) paient un montant qui leur donne un accès illimité au transport en commun pour toute la durée du semestre, de l'année scolaire ou de l'année civile. Le coût d'un laissez-passer de transport en commun universel est inférieur au coût d'achat de laissez-passer réguliers ou de billets, puisque le tarif du transport en commun est redistribué d'un petit groupe (c'est-à-dire les clients existants du transport en commun) à un grand groupe (c'est-à-dire toute la population étudiante).

Améliore la manière dont le particulier perçoit le transport en commun :	
Avantageux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fournit un incitatif financier qui encourage l'utilisation du transport en commun pour le navettage et à d'autres fins. ▪ Encourage l'essai et l'adoption du transport en commun par les non-usagers du transport en commun en leur fournissant un accès gratuit.
Pratique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Améliore l'aspect pratique en fournissant un accès au transport en commun grâce à la carte d'étudiant standard.
Populaire	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fait en sorte que le transport en commun devient la « norme » pour les étudiants.
Compatible	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valide l'utilisation du transport en commun en soulignant l'appui des administrations institutionnelles et étudiantes.

Rôles et responsabilités

- Les fournisseurs de services de transport en commun peuvent offrir des programmes de laissez-passer universels pour les étudiants de niveau postsecondaire.
- Ce sont habituellement les associations étudiantes qui négocient et signent les contrats, parfois en partenariat avec l'administration.

Mise en place

- Les systèmes de transport en commun peuvent avoir à assumer des coûts d'immobilisation et d'exploitation élevés afin de répondre aux besoins du nombre croissant d'usagers. Les sommes investies dans le parc de véhicules, les installations et les services posent certains risques en matière de continuité des activités si l'entente n'est pas renouvelée et si l'achalandage diminue.
- L'engagement des étudiants doit habituellement être approuvé par référendum, et les ententes sont habituellement renégociées tous les deux ou trois ans.

Forces et faiblesses

- Les résultats obtenus au Canada démontrent que l'achalandage étudiant peut augmenter de 100 % ou plus dans certains cas. Toutefois, bon nombre des nouveaux usagers du transport en commun sont habituellement d'anciens piétons, cyclistes et covoitureurs.
- Il peut s'avérer difficile d'obtenir l'appui des étudiants lorsque l'achalandage existant est trop bas (p. ex., inférieur à 15 %) ou trop élevé (p. ex., supérieur à 50 %).
- La résistance des étudiants qui ne veulent pas payer des frais obligatoires peut faire dévier les négociations et peut menacer l'image du transport en commun.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Laissez-passer universels (*U-Pass Toolkit*), Noxon Associates Limited pour l'Association canadienne du transport urbain
(<http://www.cutaactu.ca/fr/publicationsandresearch/reports.asp>)

Laissez-passer universels de transport en commun au Canada, Transports Canada
(<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-pdtu-laissez-passer-1086.htm>)

2.4.5 TRANSPORT D'URGENCE JUSQU'AU DOMICILE

Description. Ce service est offert par l'employeur ou un tiers pour aider les navetteurs qui n'utilisent pas l'automobile à retourner rapidement et facilement à leur domicile si une urgence familiale survient, si l'employé doit faire des heures supplémentaires ou dans le cas de tout autre événement imprévu. Le transport est habituellement effectué en taxi ou à l'aide d'une automobile louée, et ce, gratuitement ou selon le remboursement des frais encourus.

Améliore la manière dont le particulier perçoit les options de transport durable :

Avantageux	▪ Fournit un sentiment de sécurité aux particuliers afin que leur utilisation des modes de navettage durable ne nuise pas à leur capacité de répondre à leurs obligations personnelles ou familiales.
Pratique	▪ Lorsqu'il est essentiel de pouvoir répondre aux obligations personnelles et familiales, cette mesure peut faire en sorte que les options de transport durable soient pratiques.
Populaire	
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements peuvent encourager et permettre la mise en place de programmes de transport d'urgence jusqu'au domicile aux lieux de travail externes. Par exemple, le programme *Smart Commute* de Metrolinx comporte un processus électronique qui permet aux employés inscrits des employeurs partenaires d'avoir accès à ce service.

- Chaque employeur peut s'inscrire à un programme municipal ou régional, ou alors offrir directement un service semblable à ses employés.

Mise en place

- Les coûts sont assumés par l'employeur, mais les résultats obtenus démontrent qu'il est plutôt rare qu'on ait accès aux avantages. Les critères d'admissibilité et les plafonds d'utilisation peuvent être utilisés pour atténuer les risques financiers.

Forces et faiblesses

- La coordination et la facilitation des services par les gouvernements et les centres de gestion des déplacements peuvent encourager les employeurs à assurer leur engagement et leur participation en ce qui concerne les programmes de GDT offerts à l'ensemble de la collectivité.
- Le Canada a peu d'expérience en ce qui concerne les programmes de transport d'urgence jusqu'au domicile, mais cette expérience s'accroît. Les enquêtes réalisées auprès des navetteurs indiquent que ces programmes sont considérés une forme valable d'assurance contre les circonstances personnelles imprévues.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Programme de transport d'urgence jusqu'au domicile
Smart Commute, Metrolinx
(www.emergencyridehome.ca)

Programme de transport garanti à la maison
(*Guaranteed Ride Home*), Peterborough Moves
(www.peterboroughmoves.com/GRH)

Programme de transport garantie à la maison
(*Guaranteed Ride Home*), Victoria Transport Policy
Institute (www.vtpi.org/tdm/tdm18.htm)

2.5 OUTILS POUR INFLUENCER LES DÉPLACEMENTS DOMICILE-ÉCOLE

2.5.1 PARTICIPATION DE L'ÉCOLE

Description. Les politiques, installations et services de l'école peuvent fortement influencer la manière dont les enfants se rendent à l'école. Les stratégies de participation des écoles peuvent attirer l'attention, améliorer le niveau de connaissance, encourager et maintenir le dialogue, renforcer la capacité et la volonté d'agir. D'autres intervenants du milieu scolaire, notamment les familles et les commissions et conseils scolaires, sont également des participants importants.

Améliore la manière dont l'école perçoit sa participation:	
Avantageux	<ul style="list-style-type: none"> Persuade les écoles qu'il est avantageux d'agir.
Pratique	<ul style="list-style-type: none"> Démontre l'aspect pratique et l'efficacité potentielle de la participation de l'école.
Populaire	<ul style="list-style-type: none"> Souligne les réussites et rehausse le niveau de crédibilité de la participation de l'école dans le cadre de ses activités habituelles.
Compatible	<ul style="list-style-type: none"> Démontre que la participation est conforme aux objectifs de santé des étudiants et de responsabilité sociale.

Rôles et responsabilités

- Les administrations provinciales, régionales et municipales peuvent mobiliser les commissions scolaires et encourager l'appui des projets pilotes ou des programmes coordonnés à plus grande échelle.
- Les organismes gouvernementaux et non gouvernementaux peuvent jouer un rôle de premier plan en mobilisant les écoles et d'autres partenaires pour qu'ils encouragent ou facilitent de manière active les programmes de planification des déplacements scolaires ou les programmes d'aller-retour actif et sécuritaire pour l'école.
- Les groupes d'étudiants, les groupes de parents, les centres de santé, les services policiers et les associations communautaires peuvent aussi être des partenaires potentiels.

Mise en place

- La participation des écoles nécessite moins de ressources que l'aide directe (voir la section suivante), mais un investissement considérable de capital humain (et parfois politique) est tout de même requis pour attirer l'attention des intervenants et faire en sorte que le transport devienne un enjeu prioritaire parmi les enjeux auxquels font face la plupart des écoles et des commissions scolaires.

Forces et faiblesses

- Les pouvoirs des gouvernements se limitent habituellement aux initiatives d'encouragement et de facilitation, mais ces initiatives peuvent motiver certaines commissions scolaires et certains milieux scolaires à agir.
- La viabilité et l'efficacité des programmes sont plus grandes dans les secteurs où

l'environnement est favorable à la marche et au cyclisme, ou lorsque les ressources requises pour améliorer ces environnements sont disponibles.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Programme *Écoliers actifs et en sécurité*, Green Communities Canada
(<http://www.saferoutestoschool.ca/fr/>)

Programme *Mon école à pied, à vélo*, Vélo Québec
(www.velo.qc.ca/transport-actif/a_ecole/Mon-ecole-a-pied-a-velo-!)

Programme *Stepping It Up*, Metrolinx
(www.metrolinx.com/en/projectsandprograms/steppingitup/stepping_it_up.aspx)

National Center for Safe Routes to School (États-Unis)
(www.saferoutesinfo.org)

2.5.2 SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS DOMICILE-ÉCOLE

Description. La mise en place de mesures efficaces de gestion de la demande de transport dans les écoles nécessite l'acceptation et la participation de l'ensemble des intervenants. Le processus de planification des déplacements domicile-école comprend la création d'un groupe de travail formé d'intervenants, la collecte et l'examen de données et de questions fondamentales, l'élaboration d'un plan d'action, ainsi que l'évaluation et la divulgation des impacts.

Améliore la manière dont l'école perçoit la planification des déplacements domicile-école :	
Avantageux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réduit les ressources requises pour les écoles. ▪ Contribue à définir de manière précise les avantages pour les écoles et les étudiants.
Pratique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Démystifie le processus de planification des déplacements. ▪ Facilite l'accès aux outils programmes et services externes qui peuvent être avantageux pour les employeurs et les employés.
Populaire	
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements peuvent fournir ou autoriser des services de gestion ou de soutien du processus de planification du transport scolaire. Ces services peuvent aussi comprendre des services d'aide pour la préparation et la mise en place d'initiatives ou d'événements en particulier.
- Des organismes non gouvernementaux de plusieurs collectivités canadiennes offrent de l'aide aux intervenants scolaires grâce au soutien financier fourni par les gouvernements fédéral et provinciaux et grâce aux administrations locales.
- Les groupes d'étudiants, les groupes de parents, les centres de santé, les services policiers et les associations communautaires peuvent aussi être des partenaires potentiels.

Mise en place

- Les ressources requises peuvent être importantes lorsque les services doivent être offerts à plusieurs écoles.
- La grande participation des administrateurs des écoles, des enseignants, des parents et des groupes communautaires est généralement requise, ce qui peut représenter un défi à la lumière des autres priorités auxquelles doivent faire face les écoles.
- Les enjeux de transport pour les écoles comprennent habituellement des préoccupations en matière de sécurité, lesquelles peuvent justifier que d'autres changements soient effectués aux services ou aux activités de transport (voir la section suivante).

Forces et faiblesses

- Les résultats obtenus au Canada démontrent que de l'aide spécialisée doit être obtenue pour motiver, informer et faciliter les processus de planification des déplacements domicile-école.
- La viabilité et l'efficacité sont plus grandes en ce qui concerne les écoles qui font face à des défis liés au transport (p. ex., des problèmes de congestion dans le secteur de l'école, une pénurie de stationnements) et dans les secteurs où l'environnement est favorable à la marche et au cyclisme ou lorsque les ressources requises pour améliorer ces environnements sont disponibles.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Planification du transport scolaire, Green Communities Canada (<http://www.saferoutestoschool.ca/fr/>)

Outils de planification du transport scolaire, Green Communities Canada (www.saferoutestoschool.ca/schooltraveltools.asp)

Programme *Mon école à pied, à vélo!*, Vélo Québec (www.velo.qc.ca/transport-actif/a_ecole/Mon-ecole-a-pied-a-velo-!)

Programme *Stepping It Up*, Metrolinx (www.metrolinx.com/en/projectsandprograms/steppingitup/stepping_it_up.aspx)

2.5.3 SERVICES DE SÉCURITÉ ROUTIÈRE PRÈS DES ÉCOLES

Description. L'élimination des obstacles qui nuisent au transport durable pour l'aller-retour à l'école nécessite souvent que l'on traite les préoccupations des parents et des administrateurs en ce qui concerne la sécurité des enfants. Les mesures axées sur la demande peuvent améliorer les perceptions et habiletés des usagers et encourager les parents à accompagner leurs enfants à l'école à la marche ou à vélo. Toutefois, s'ils ne sont pas réglés, les enjeux liés à l'offre, comme les volumes de véhicules, la vitesse des véhicules, les passages à niveau non sécuritaires et les installations piétonnières et cyclables inadéquates et non sécuritaires, peuvent en réalité restreindre le potentiel de changement des comportements.

Les services de sécurité routière peuvent donc être essentiels au succès des programmes axés sur la demande et mis en place dans les écoles. Certaines mesures et certains programmes peuvent s'avérer utiles, notamment les programmes de brigadiers scolaires, les mesures policières, l'éducation parentale, les mesures de ralentissement de la circulation, la signalisation routière, les programmes de surveillance de la vitesse au volant, le contrôle du stationnement sur rue, la modification des allées d'accès aux rues et de la circulation interne, ainsi que l'aménagement de nouveaux trottoirs et passages pour piétons.

Améliore la manière dont le particulier perçoit les options de transport durable :	
Avantageux	
Pratique	<ul style="list-style-type: none"> Élimine les obstacles physiques ou opérationnels qui soulèvent des préoccupations de sécurité auprès des enfants, des parents ou des administrateurs et qui peuvent réduire le taux d'adoption ou l'efficacité des mesures de GDT.
Populaire	
Compatible	

Rôles et responsabilités

- Les administrations et services policiers locaux sont habituellement responsables du financement et de la prestation de ces services, mais certains services peuvent être fournis par des organismes non gouvernementaux.
- La participation des administrateurs d'écoles, des parents et des associations communautaires est nécessaire pour identifier les problèmes et évaluer les solutions possibles.

Mise en place

- Les ressources requises peuvent varier : elles peuvent être faibles ou grandes selon les services fournis.

Forces et faiblesses

- Les améliorations sur le plan de la sécurité peuvent atténuer les obstacles existants et contribuer à la maximisation du potentiel des autres mesures.
- Les besoins de l'école peuvent être réexaminés et faire partie des priorités de programmes plus vastes visant à améliorer la sécurité routière, à mettre en place des mesures de ralentissement de la circulation dans le quartier et à améliorer les trajets de marche et de vélo.
- Le temps requis pour étudier, approuver, concevoir, financer et mettre en place certaines mesures axées sur la sécurité peut correspondre à plusieurs années, ce qui nuit à l'efficacité des programmes de GDT intérimaires.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Programme *Écoliers actifs et en sécurité*, Green Communities Canada
(<http://www.saferoutestoschool.ca/fr/>)

2.6 OUTILS POUR INFLUENCER D'AUTRES DÉPLACEMENTS

2.6.1 SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS VERS DIFFÉRENTES DESTINATIONS

Description. Certaines destinations autres que les lieux de travail et les écoles attirent un grand nombre de personnes sur une base sporadique et prévisible (p. ex., les festivals ou les événements sportifs) ou un petit nombre de personnes sur une base régulière et prévisible (p. ex., les marchands locaux). La promotion et le soutien du transport durable vers ces destinations peut produire un impact réel sur la qualité de vie dans la collectivité.

Les services connexes offerts peuvent varier : il peut s'agir de conseils non formels ou d'aide pour l'élaboration de plans de transport complets. Par exemple, on peut aider les responsables des festivals à encourager le transport en commun, le covoiturage, le cyclisme et la marche auprès des clients; on peut collaborer avec les principaux locataires d'installations sportives afin de maximiser les choix de transport pour les clients et minimiser les impacts négatifs de ce transport sur les quartiers adjacents; on peut aider les associations de marchands locaux à promouvoir les achats locaux effectués à la marche ou à vélo; et on peut former des partenariats avec des groupes communautaires pour minimiser l'empreinte carbone des événements qui se déroulent dans le quartier.

Améliore la manière dont les intervenants perçoivent les mesures de GDT :

Avantageux	▪ Contribue à identifier avec précision les avantages potentiels pour les organisateurs et les clients.
Pratique	▪ Renseigne les organisateurs sur les outils et services utiles, et facilite l'accès à ces outils et services.

Populaire

Compatible

Rôles et responsabilités

- Les gouvernements peuvent fournir l'aide requise, et ce, directement ou par l'intermédiaire d'un fournisseur de services.
- Les fournisseurs de services de transport en commun et d'autres intervenants peuvent s'avérer des partenaires importants. Par exemple, des rabais sur les tarifs de transport en commun peuvent être offerts aux détenteurs de billets de certains événements, et les groupes de cyclisme peuvent fournir des stationnements pour vélos surveillés aux festivals ou événements sportifs.
- Les associations de marchands, les entreprises, les organisateurs de festivals et les coordonnateurs d'événements sportifs peuvent aussi jouer un rôle de premier plan.

Mise en place

- Les ressources requises sont relativement faibles puisque les services fournis correspondent habituellement à des conseils plutôt qu'à de l'aide pratique de planification du transport. Toutefois, lorsque les mesures concernent des destinations majeures comme des installations de sport professionnel, la

promotion du transport durable peut exiger des efforts plus soutenus.

Forces et faiblesses

- Le potentiel de réussite dépend des contextes des destinations, de la longueur et du but des déplacements (p. ex., des déplacements pour emplettes ou des déplacements pour passer la journée à un festival), de la qualité des options de transport offertes et de l’enthousiasme, des compétences et des ressources des organisations partenaires.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Programme de gestion des transports pour événements spéciaux (*Special Event Transport Management*), Victoria Transport Policy Institute (www.vtpi.org/tdm/tdm48.htm)

Programme *Roll out the GREEN carpet! Green Guide for Festivals and Special Events*, Bathurst Sustainable Development (www.bathurstsustainabledevelopment.com/reading_room.cfm)

Je m’active à Rosemont-La-Petite-Patrie, Québec (www.cdec-rpp.ca/fr/jemactive.aspx)

Description. En particulier dans les petites collectivités et les collectivités rurales, les services de transport fournis par des organismes publics et sans but lucratif (p. ex., des unités de santé publique, des commissions scolaires, de résidences pour personnes âgées) peuvent constituer la seule forme de transport public (partagé) offerte. Toutefois, des particuliers autres que ceux spécialement visés par ces services ne peuvent habituellement pas les utiliser. La création de partenariats innovateurs peut maximiser l’utilisation des services existants et améliorer l’accès aux options de transport durable pour d’autres résidents, tout en protégeant les objectifs du fournisseur de services.

Par exemple, plusieurs collectivités du Québec ont mis en place des programmes qui permettent aux adultes d’utiliser les sièges vacants à bord des autobus scolaires ou des véhicules adaptées pour les clients handicapés (si cela n’est pas interdit par la loi, les règlements ou les dispositions des contrats d’assurance). Dans le district régional d’East Kootenay, en C.-B., l’organisme Elk Valley Transit offre deux fois par semaine des services de transport (Health Connections) jusqu’à l’hôpital Cranbrook à partir de villes voisines; les patients utilisent en priorité les services offerts, mais tout résident peut monter à bord de l’autobus si un siège est vacant.

2.6.2 PARTENARIATS DE SERVICES DE TRANSPORT COMMUNAUTAIRE

Améliore la manière dont le particulier perçoit les options de transport durable :	
Avantageux	
Pratique	▪ Permet l’accès aux options de transport durable pour les particuliers qui, autrement, ne seraient pas admissibles à ces options.
Populaire	
Compatible	

Rôles et responsabilités

- En principe, toute organisation publique ou sans but lucratif (p. ex., les unités de santé publique, les commissions scolaires et les résidences pour personnes âgées) qui offre des services de transport partagé et qui a un excédent de capacité peut prendre de telles dispositions.
- Les gouvernements, les organismes non gouvernementaux et les entreprises ou associations de développement économique locales peuvent faciliter et promouvoir de tels partenariats.

Mise en place

- Les ressources requises pour la mise en place de ces mesures sont faibles, puisque ces dernières misent principalement sur l'excédent de capacité des services de transport.

Forces et faiblesses

- Mesures à faible coût et flexibles qui répondent aux besoins individuels tout en générant des revenus pour les services existants.
- Offre des options aux personnes qui, autrement, auraient un très faible potentiel de mobilité autonome (personnes âgées, jeunes, adultes à faible revenu) et qui demeurent dans des milieux ruraux à faible densité.
- La transférabilité dépend des partenaires locaux, des contraintes en matière de réglementation et d'assurance, et ainsi de suite.

Pour de plus amples renseignements sur le sujet

Améliorer les modes de déplacement dans les petites collectivités et les collectivités rurales, Noxon Associates Limited pour Transports Canada (<http://www.tc.gc.ca/fra/programmes/environnement-urbain-directrices-specialistes-ameliorerdeplacementguide2009-menu-1656.htm>)

Service *Health Connections*, Elk Valley Transit, C.-B. (www.transitbc.com/regions/elk/health_connections)

3 Identification des stratégies efficaces pour influencer les habitudes de déplacement

L'utilisation d'une seule stratégie pour influencer les habitudes de déplacement ne sera ni appropriée ni efficace dans tous les cas. Ce chapitre repose sur le processus de réflexion illustré à la **FIGURE 4** et aide les lecteurs à identifier les outils de GDT qui conviennent à leur situation.

Ce chapitre est divisé en trois parties :

- **SECTION 3.1 – STRATÉGIES EFFICACES EN FONCTION DE L'ORGANISATION**
- **SECTION 3.2 – STRATÉGIES EFFICACES EN FONCTION DU TYPE DE COLLECTIVITÉ**
- **SECTION 3.3 – STRATÉGIES EFFICACES EN FONCTION DES OBJECTIFS DE LA COLLECTIVITÉ**

Chaque section contient un certain nombre de loupes qui définissent les différents contextes qui peuvent s'appliquer aux lecteurs. Pour chaque loupe, le chapitre suggère une ou des orientations potentielles axées sur l'action (voir la **figure 5** pour obtenir la liste de toutes les loupes et orientations de ce chapitre). Les orientations représentent les objectifs stratégiques ou les résultats souhaitables et elles tiennent compte des défis et des occasions, ainsi que d'autres facteurs, dont les responsabilités des différents ordres de gouvernement. Pour chaque orientation, le chapitre suggère ensuite des outils de trois types différents :

- **OUTILS PRINCIPAUX DE GDT** : ce sont les outils qui devraient être les plus appropriés sur le plan contextuel et qui devraient appuyer le plus efficacement une orientation stratégique donnée. Voir le **chapitre 2** pour obtenir de l'information supplémentaire sur chacun de ces outils.
- **OUTILS SECONDAIRES DE GDT** : ces outils peuvent aussi être appropriés et appuyer efficacement les orientations, sous certaines réserves et conditions. Voir le **chapitre 2** pour

obtenir de l'information supplémentaire sur chacun de ces outils.

- **MESURES COMPLÉMENTAIRES** : ces mesures comprennent les outils d'aménagement du territoire ou d'offre de transport qui peuvent offrir d'importantes synergies. (Remarque : ces mesures ne sont pas comprises dans les outils de GDT décrits au **chapitre 2**.)

Avant de mettre en pratique l'information contenue dans ce chapitre, les lecteurs doivent tenir compte de deux aspects importants. Premièrement, **plusieurs loupes peuvent s'appliquer à un lecteur, à une organisation ou à une collectivité en particulier.**

Deuxièmement, **les loupes, orientations et outils sont présentés à titre suggestif et non prescriptif.** Ils visent à aider les lecteurs à dresser une courte liste de stratégies et d'outils de GDT en vue de consultations et d'analyses futures. Les lecteurs doivent tenir compte de la pertinence et de l'applicabilité de chaque orientation et de chaque outil afin de choisir celles et ceux qui conviennent le mieux à leurs propres circonstances, priorités et ressources.

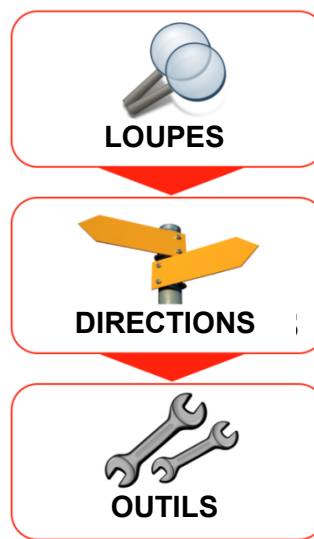


Figure 4. Processus de réflexion qui identifie les stratégies efficaces

(a) Stratégies efficaces en fonction de l'organisation (voir la Section 3.1)

LOUPES : Gouvernement fédéral
ORIENTATION : Renforcer la capacité au sein des autres ordres de gouvernement et des organismes non gouvernementaux.
ORIENTATION : Encourager les mesures de GDT au travail.

LOUPES : Gouvernements provinciaux ou territoriaux
ORIENTATION : Renforcer la capacité au sein des autres ordres de gouvernement et des organismes non gouvernementaux.
ORIENTATION : Encourager les mesures de GDT au travail.
ORIENTATION : Encourager les habitudes de conduite responsables.
<i>Plusieurs autres loupes de la Figure 5, ainsi que leurs orientations, peuvent s'appliquer aux gouvernements provinciaux et territoriaux compte tenu de leurs vastes champs de compétence. La liste des autres orientations pertinentes serait trop longue et répétitive et c'est la raison pour laquelle elle n'est pas fournie.</i>

LOUPES : Administrations régionales
ORIENTATION : Élaborer ou coordonner une approche régionale de prestation des outils de GDT.

LOUPES : Administrations municipales
<i>Presque toutes les loupes de la Figure 5 (à l'exception des trois premières ci-dessus), ainsi que leurs orientations, s'appliquent aux administrations municipales. La liste des orientations pertinentes serait trop longue et répétitive et c'est la raison pour laquelle elle n'est pas fournie.</i>

LOUPES : Administrations routières
ORIENTATION : Encourager les habitudes de conduite responsables et efficaces.
ORIENTATION : Rendre le covoiturage plus avantageux et plus pratique.

LOUPES : Administrations du transport en commun
ORIENTATION : Rendre le transport en commun plus pratique et plus accessible.
ORIENTATION : Éliminer les obstacles liés à la compréhension et à l'information relatives au transport en commun.
ORIENTATION : Fournir des incitatifs financiers et éliminer les obstacles financiers qui nuisent à l'utilisation du transport en commun.
ORIENTATION : Faire en sorte que le transport en commun soit perçu comme populaire et compatible.

LOUPES : Administrations des stationnements
ORIENTATION : Rendre les options de transport durable plus avantageuses.
ORIENTATION : Rendre le cyclisme plus avantageux et plus pratique.
ORIENTATION : Rendre le covoiturage plus avantageux et plus pratique.
ORIENTATION : Rendre les solutions autres que la possession d'un véhicule plus avantageuses et plus pratiques.

LOUPES : Organismes non gouvernementaux
ORIENTATION : Mettre en place des initiatives à l'intention de segments clés.

Figure 5. Loupes et orientations

(b) Stratégies efficaces en fonction du type de collectivité (voir la Section 3.2)

<p>LOUPES : Collectivités possédant moins d'expérience en matière de GDT</p>	<p><i>ORIENTATION :</i> Améliorer les options de transport public.</p>
<p><i>ORIENTATION :</i> Établir une base solide pour les programmes de GDT.</p>	<p><i>ORIENTATION :</i> Encourager les habitudes de conduite responsables.</p>
<p><i>ORIENTATION :</i> Mettre en place les outils produisant des résultats rapides pour améliorer les options de déplacement et renforcer le soutien.</p>	<p>LOUPES : Centres urbains</p>
<p>LOUPES : Collectivités possédant plus d'expérience en matière de GDT</p>	<p><i>ORIENTATION :</i> Rendre les solutions autres que la possession d'un véhicule plus avantageuses et plus pratiques.</p>
<p><i>ORIENTATION :</i> Mettre en place des outils plus complexes qui renforcent les bases solides établies.</p>	<p><i>ORIENTATION :</i> Encourager le transport durable auprès des navetteurs.</p>
<p>LOUPES : Grandes collectivités</p>	<p><i>ORIENTATION :</i> Encourager le transport durable auprès des non-navetteurs.</p>
<p><i>ORIENTATION :</i> Appuyer la prise de décisions plus complexes en matière de transport.</p>	<p>LOUPES : Banlieues</p>
<p><i>ORIENTATION :</i> Améliorer les options de transport pour les longs déplacements.</p>	<p><i>ORIENTATION :</i> Faire en sorte que les options de transport durable soient perçues comme pratiques et compatibles.</p>
<p>LOUPES : Petites collectivités</p>	<p>LOUPES : Collectivités ayant des ressources limitées</p>
<p><i>ORIENTATION :</i> Rendre le transport actif plus avantageux et plus pratique.</p>	<p><i>ORIENTATION :</i> Mettre en place des outils à faible coût.</p>
<p><i>ORIENTATION :</i> Rendre le covoiturage plus avantageux et plus pratique.</p>	<p><i>ORIENTATION :</i> Mettre en place des outils qui permettent le recouvrement des coûts ou la mise à profit des ressources des partenaires.</p>
<p>LOUPES : Collectivités rurales</p>	
<p><i>ORIENTATION :</i> Rendre le covoiturage plus avantageux et plus pratique.</p>	

Figure 5. Loupes et orientations

(c) Stratégies efficaces en fonction des objectifs de la collectivité (voir la Section 3.3)

LOUPES : Accroître la marche.
<i>ORIENTATION :</i> Rendre la marche plus avantageuse et plus pratique.
<i>ORIENTATION :</i> Faire en sorte que la marche soit perçue comme populaire et compatible.

LOUPES : Accroître le cyclisme.
<i>ORIENTATION :</i> Rendre le cyclisme plus avantageux et plus pratique.
<i>ORIENTATION :</i> Faire en sorte que le cyclisme soit perçu comme populaire et compatible.

LOUPES : Accroître l'utilisation du transport en commun.
<i>ORIENTATION :</i> Rendre le transport en commun plus avantageux et plus pratique.
<i>ORIENTATION :</i> Faire en sorte que le transport en commun soit perçu comme populaire et compatible.

LOUPES : Accroître le covoiturage.
<i>ORIENTATION :</i> Rendre le covoiturage plus avantageux et plus pratique.
<i>ORIENTATION :</i> Faire en sorte que le covoiturage soit perçu comme populaire et compatible.

LOUPES : Appuyer l'intensification des aménagements.
<i>ORIENTATION :</i> Réduire la demande de stationnement dans les nouveaux aménagements commerciaux.
<i>ORIENTATION :</i> Réduire la demande de stationnement dans les nouveaux aménagements résidentiels.

LOUPES : Améliorer la santé publique.
<i>ORIENTATION :</i> Réduire les émissions atmosphériques découlant des transports.
<i>ORIENTATION :</i> Encourager l'activité physique.

LOUPES : Améliorer la position concurrentielle des collectivités.
<i>ORIENTATION :</i> Améliorer l'image de soi sur le plan civique.
<i>ORIENTATION :</i> Rendre la collectivité plus attrayante auprès des employeurs.

LOUPES : Améliorer les occasions et l'autonomie pour les jeunes.
<i>ORIENTATION :</i> Rendre le cyclisme et le transport en commun plus avantageux et plus pratique.

LOUPES : Améliorer les occasions et l'équité pour les résidents à faible revenu.
<i>ORIENTATION :</i> Rendre le cyclisme, le transport en commun et le covoiturage plus avantageux et plus pratiques.

LOUPES : Résoudre les problèmes de circulation ou de stationnement propres à certains secteurs.
<i>ORIENTATION :</i> Résoudre les problèmes de circulation ou de stationnement dans les secteurs d'emploi.
<i>ORIENTATION :</i> Résoudre les problèmes de circulation ou de stationnement dans les secteurs d'enseignement postsecondaire.
<i>ORIENTATION :</i> Résoudre les problèmes de circulation ou de stationnement près des écoles.
<i>ORIENTATION :</i> Résoudre d'autres problèmes de circulation ou de stationnement dans la collectivité.

3.1 STRATÉGIES EFFICACES EN FONCTION DE L'ORGANISATION

Dans cette section, sept loupes aident les lecteurs à identifier les stratégies efficaces pour influencer les habitudes de déplacement au sein d'organisations ayant différentes compétences et responsabilités :

- GOUVERNEMENT FÉDÉRAL (Section 3.1.1)
- GOUVERNEMENTS PROVINCIAUX ET TERRITORIAUX (Section 3.1.2)
- ADMINISTRATIONS RÉGIONALES (Section 3.1.3)
- ADMINISTRATIONS MUNICIPALES (Section 3.1.4)
- ADMINISTRATIONS ROUTIÈRES (Section 3.1.5)
- ADMINISTRATIONS DE TRANSPORT EN COMMUN (Section 3.1.6)
- ADMINISTRATIONS DES STATIONNEMENTS (Section 3.1.7)
- ORGANISMES NON GOUVERNEMENTAUX (Section 3.1.8)

3.1.1 GOUVERNEMENT FÉDÉRAL

Bien que le gouvernement fédéral soit peu concerné par les enjeux de transport qui font l'objet du présent guide, il peut tout de même jouer un rôle de premier plan en matière de leadership.

RENFORCER LA CAPACITÉ AU SEIN DES AUTRES ORDRES DE GOUVERNEMENT ET DES ORGANISMES NON GOUVERNEMENTAUX

Depuis 2001, certaines initiatives fédérales, notamment le Programme de démonstration en transport urbain, le Programme écoMOBILITÉ, le programme *Sur la route du transport durable* (SRTD) et le programme *Le Bon sens au volant* ont créé d'importantes ressources pour les gouvernements, les entreprises, les intervenants, les organisations communautaires et les particuliers. En appuyant la démonstration et l'évaluation d'approches innovatrices, le gouvernement fédéral a aidé les administrations régionales et locales à gérer le risque et à apprendre les unes des autres. En encourageant le dialogue et en diffusant l'information, il a veillé à ce que le savoir soit partagé et à ce que les bonnes idées puissent se répandre rapidement. En centralisant la création des ressources requises, il a amélioré l'efficacité et aidé les intervenants à ne pas avoir à « réinventer la roue ».

Mesure complémentaire :

- **APPUYER LA RECHERCHE, LA DÉMONSTRATION ET LE PARTAGE D'INFORMATIONS ENTRE LES INTERVENANTS DU SECTEUR DES TRANSPORTS** – afin de renforcer leur capacité à concevoir et à mettre en place des stratégies efficaces pour influencer les habitudes de déplacement.

ENCOURAGER LES MESURES DE GDT AU TRAVAIL

En vertu de la *Loi de l'impôt sur le revenu*, le gouvernement fédéral contrôle le traitement fiscal des avantages sociaux, par exemple le soutien et les incitatifs liés au transport comme les subventions fournies par l'employeur pour les dépenses de stationnement, de transport en commun, de cyclisme et de covoiturage. Bien que le crédit d'impôt fédéral pour le laissez-passer de transport en commun réduise quelque peu l'impôt payable des usagers du transport en commun, il n'encourage aucunement les

employeurs à offrir activement des incitatifs multimodaux plus vastes qui pourraient (par exemple) compenser pour le stationnement gratuit dont profitent de nombreux navetteurs automobilistes. Depuis plus de deux décennies, grâce à des lois semblables adoptées aux États-Unis, les employeurs sont invités à participer activement aux programmes visant à modifier les habitudes des navetteurs pour qu'ils utilisent des modes de transport plus durables. Au Canada, des études détaillées réalisées par l'Association canadienne du transport urbain démontrent que l'exonération d'impôt des avantages liés au transport en commun fournis par l'employeur peut grandement influencer les habitudes de déplacement en produisant des impacts économiques positifs.

Outils principaux de GDT :

- **IMPOSITION DES AVANTAGES LIÉS AU TRANSPORT FOURNIS PAR L'EMPLOYEUR** – par la modification de la *Loi de l'impôt sur le revenu* afin d'exonérer d'impôt le soutien financier offert aux employés qui effectuent leurs déplacements pour le travail en transport en commun, en transport actif ou par covoiturage.

3.1.2 GOUVERNEMENTS PROVINCIAUX OU TERRITORIAUX

Les gouvernements provinciaux et territoriaux sont responsables des affaires municipales et ils peuvent donc jouer un rôle de premier plan dans ce domaine. Ils ont le contrôle indirect de la plupart des aspects liés aux réseaux de transport de passagers locaux et régionaux. Souvent, ils sont aussi directement responsables des réseaux routiers et, dans certains secteurs, ils offrent des services de transport en commun réguliers ou des services de chemin de fer de banlieue. Ce sont les raisons pour lesquelles ils pourraient envisager l'utilisation des orientations et outils suggérés pour plusieurs autres loupes du présent chapitre (p. ex., pour les administrations routières et de transport en commun ci-dessous dans la présente section et pour les différents types de collectivités dans la **Section 3.2**).

RENFORCER LA CAPACITÉ AU SEIN DES AUTRES ORDRES DE GOUVERNEMENT ET DES ORGANISMES NON GOUVERNEMENTAUX

À l'instar du gouvernement fédéral qui peut jouer un rôle de premier plan pour le renforcement de la capacité, il en est de même pour les gouvernements provinciaux et territoriaux. Ceux-ci peuvent rassembler et diffuser de l'information qui aidera les organismes municipaux, régionaux et non gouvernementaux à améliorer leur efficacité dans un contexte provincial commun (c'est-à-dire lorsque les lois, règlements, politiques, programmes et culture sont les mêmes). Le Programme ontarien de subventions aux municipalités pour la gestion de la demande en transport, qui a récemment été mis en place, n'est qu'un exemple des mesures qui peuvent être prises dans ce domaine.

Mesure complémentaire :

- **APPUYER LA RECHERCHE, LA DÉMONSTRATION ET LE PARTAGE D'INFORMATIONS ENTRE LES INTERVENANTS DU SECTEUR DES TRANSPORTS** – afin de renforcer leur capacité à concevoir et à mettre en place des stratégies efficaces pour influencer les habitudes de déplacement.

ENCOURAGER LES MESURES DE GDT AU TRAVAIL

Les gouvernements provinciaux et territoriaux peuvent appuyer la mise en place d'initiatives de GDT au travail. Entre autres, il serait possible d'harmoniser les mesures prises avec les changements apportés par le gouvernement fédéral, s'il y a lieu, en vue d'exonérer d'impôt les avantages liés au transport fournis par l'employeur (voir la section précédente pour plus de détails). Il serait aussi possible d'abaisser certains des obstacles réglementaires qui nuisent à l'utilisation d'options de transport durable; par exemple, les lois (comme la *Loi sur les véhicules de transport en commun* de l'Ontario) qui interdisent aux tierces organisations sans but lucratif ou aux administrations de transport en commun de gérer des parcs de véhicules pour le navettage en fourgonnette, comme cela est permis en Colombie-Britannique.

Principaux outils de GDT :

- **IMPOSITION DES AVANTAGES LIÉS AU TRANSPORT FOURNIS PAR L'EMPLOYEUR** – par la modification des lois pertinentes afin d'exonérer d'impôt le soutien financier offert aux employés qui effectuent leurs déplacements pour le travail en transport en commun, en transport actif ou par covoiturage.

Mesures complémentaires :

- **ÉLIMINER LES OBSTACLES LÉGISLATIFS** – en modifiant les lois ou les règlements qui interdisent la prestation de services innovateurs comme les services de transport par fourgonnette offerts par des tiers au travail.

ENCOURAGER LES COMPORTEMENTS DE CONDUITE RESPONSABLES

Les provinces et territoires sont responsables de l'immatriculation et de l'assurance des véhicules, de l'éducation et du contrôle des conducteurs, ainsi que des pouvoirs municipaux en matière de taxes. Chacun de ces secteurs offre des outils potentiels qui peuvent encourager l'adoption de comportements de conduite responsables.

Outils principaux de GDT :

- **ASSURANCE AU KILOMÉTRAGE** – permettre ou exiger que les assureurs offrent cette option aux consommateurs, ou (dans le cas des assureurs publics) offrir directement cette option.
- **ÉDUCATION DES CONDUCTEURS** – exiger ou encourager l'inclusion des enjeux pertinents dans le programme des écoles de conduite et dans les tests administrés aux conducteurs et en créant un programme d'éducation continue pour les conducteurs.

Outils secondaires de GDT :

- **TARIFICATION ROUTIÈRE** – tenir compte des avantages potentiels de la tarification routière sur les routes provinciales et permettre aux municipalités d'utiliser la tarification routière.
- **TARIFICATION DU STATIONNEMENT** – permettre aux municipalités d'utiliser les taxes perçues sur les espaces de stationnement ou les transactions commerciales de stationnement.

3.1.3 ADMINISTRATIONS RÉGIONALES

Les administrations régionales peuvent envisager l'utilisation des orientations et outils suggérés pour plusieurs autres loupes du présent chapitre (p. ex., pour les administrations routières et de transport en commun ci-dessous dans la présente section et pour les différents types de collectivités dans la **section 3.2**). Toutefois, les administrations régionales ont la chance unique d'ajouter de la valeur aux initiatives auxquelles participent les administrations locales de leur région.

ÉLABORER OU COORDONNER UNE APPROCHE RÉGIONALE DE PRESTATION DES OUTILS DE GDT

Dans plusieurs secteurs, l'intégration régionale contribue grandement à maximiser l'efficacité des mesures qui pourraient être mises en place ou appuyées au niveau local. Cette intégration comprend une grande gamme d'approches, que ce soit sur le plan de la facilitation et du renforcement de la capacité ou sur le plan du financement centralisé et de la mise en œuvre. Les outils pour lesquels la coordination régionale pourrait être particulièrement avantageuse sont indiqués ci-dessous.

Outils principaux de GDT :

- **IMAGE DE MARQUE, DIFFUSION DE MESSAGE ET POSITIONNEMENT** – fournir un certain niveau d'action et d'uniformité au niveau régional (p. ex., les études de marché, la mise en œuvre d'un programme d'identité, l'établissement des priorités) même si les municipalités locales peuvent, et cela est justifiable, adopter leurs propres approches en matière de communication publique.
- **INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX USAGERS DU TRANSPORT EN COMMUN** – coordonner les outils d'information offerts aux clients transfrontaliers ou interurbains qui utilisent de multiples services de transport en commun.
- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – reconnaître que les frontières municipales ne sont pas pertinentes pour les covoitureurs potentiels et fournir un outil central de covoiturage, de base de données et d'activités promotionnelles.
- **TRANSPORT D'URGENCE JUSQU'AU DOMICILE** – fournir un service ou un modèle de services locaux, reconnaître que les principaux employeurs qui ont des lieux de travail répartis dans plusieurs municipalités requièrent une approche unique.

Outils secondaires de GDT :

- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – fournir un cadre global de coordination au sein duquel les municipalités ou les organismes non gouvernementaux de la région pourront créer des événements adaptés à leur contexte local.
- **INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX CONDUCTEURS** – coordonner la collecte, la synthèse et la diffusion de l'information sur les activités et conditions routières.
- **INFORMATION CENTRALISÉE SUR LES DÉPLACEMENTS** – coordonner la collecte, la synthèse et la diffusion de l'information pour tous les modes de transports et tous les clients d'une région.
- **PARTICIPATION DE L'EMPLOYEUR** – fournir des approches et outils qui peuvent être conjointement utilisés par les organismes locaux, en particulier en ce qui concerne l'information sur les services fournis en vertu du programme d'identité régionale.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL** – fournir des approches et outils communs qui peuvent être conjointement utilisés par des organisations locales.

- **PARTICIPATION DE L'ÉCOLE** – collaborer avec les commissions scolaires régionales au nom des organisations locales (s'il y a lieu).
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS DOMICILE-ÉCOLE** – fournir des approches et outils communs qui peuvent être conjointement utilisés par des organisations locales.

3.1.4 ADMINISTRATIONS MUNICIPALES

La plupart des loupes subséquentes du présent chapitre, ainsi que les orientations qui les accompagnent, s'appliquent aux gouvernements municipaux. **Par conséquent, la liste des orientations propres aux municipalités n'est pas fournie; il s'agit en grande partie d'une simple répétition du chapitre.** Par exemple, les municipalités peuvent être les administrations responsables des stationnements, du transport en commun et des routes (**section 3.1**), et elles représentent une vaste gamme de collectivités différentes (**section 3.2**) et d'objectifs différents (**section 3.3**).

3.1.5 ADMINISTRATIONS ROUTIÈRES

Les organismes provinciaux, régionaux ou municipaux dont le mandat met l'accent sur la planification, la construction et l'exploitation des routes peuvent jouer un rôle de premier plan pour la modification des habitudes de déplacement. Ils sont souvent motivés par leur volonté de préserver un niveau acceptable de service tout en gérant la demande d'infrastructures routières. Autrement dit, ils encouragent les conducteurs qui font des déplacements non essentiels à changer leur mode de transport (surtout à ne plus se déplacer seuls et à faire du covoiturage), leurs heures de déplacement ou leur trajet. En examinant les orientations et outils suggérés ci-dessous, les lecteurs remarqueront que certaines orientations et certains outils peuvent être les mêmes que celles et ceux des sections précédentes portant sur les gouvernements provinciaux et les administrations régionales.

ENCOURAGER LES HABITUDES DE CONDUITE RESPONSABLES ET EFFICACES

Les administrations routières des provinces et des territoires sont responsables de l'éducation des conducteurs. De plus, comme les administrations routières régionales ou municipales, elles collectent de l'information qui peut être fournie aux conducteurs afin de faciliter la prise de décisions efficaces au volant.

Outils principaux de GDT :

- **ÉDUCATION DES CONDUCTEURS** – exiger ou encourager l'inclusion des enjeux pertinents dans le programme des écoles de conduite et dans les tests administrés aux conducteurs et en créant un programme d'éducation continue pour les conducteurs.
- **INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX CONDUCTEURS** – coordonner la collecte, la synthèse et la diffusion de l'information sur les activités et conditions routières.

RENDRE LE COVOITURAGE PLUS AVANTAGEUX ET PLUS PRATIQUE

Les conducteurs, en particulier ceux qui croient que la conduite automobile est leur seule option de transport, pourraient porter plus d'attention aux administrations routières qu'aux réseaux de transport en commun ou aux organismes non gouvernementaux qui ont des mandats multimodaux. Par conséquent, les administrations routières peuvent jouer un rôle de premier plan pour promouvoir le covoiturage afin de remplacer les déplacements effectués en solo en automobile.

Outil principal de GDT :

- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – fournir ou promouvoir des services de jumelage de covoitureurs, peut-être en partenariat avec d'autres organismes.

Outil secondaire de GDT :

- **STATIONNEMENTS POUR COVOITURAGE** – prévoir des points de rencontre pratiques pour que les covoitureurs puissent y laisser leur automobile pour la journée, particulièrement en zones rurales et exurbaines.

Mesures complémentaires :

- **TERRAINS DE STATIONNEMENT RÉSERVÉS AU COVOITURAGE** – planifier, construire et entretenir des terrains de stationnement réservés aux covoitureurs qui peuvent s'y donner rendez-vous.
- **VOIES RÉSERVÉES AUX VÉHICULES MULTIOCCUPANTS** – fournir aux covoitureurs des avantages liés à la durée et à la facilité des déplacements en transformant des voies de circulation régulières en voies réservées aux covoitureurs ou en aménageant des voies réservées au covoiturage sur les nouvelles routes ou les routes élargies.

3.1.6 ADMINISTRATIONS DE TRANSPORT EN COMMUN

Dans de nombreuses collectivités, le transport en commun est perçu comme la principale option stratégique à l'utilisation de l'automobile. La contribution des administrations de transport en commun, dont les gouvernements locaux et régionaux et les organismes de transport régionaux, est essentielle pour influencer les habitudes de déplacement.

RENDRE LE TRANSPORT EN COMMUN PLUS PRATIQUE ET PLUS ACCESSIBLE

Bien que l'aspect pratique et l'accessibilité du transport en commun soient en général déterminés par la qualité de l'offre de transport en commun (c'est-à-dire la qualité des installations et des services) et non par les stratégies de GDT, certains aspects du service de transport en commun peuvent être reliés à la gestion de la demande.

Outil principal de GDT :

- **INTÉGRATION DU CYCLISME ET DU TRANSPORT EN COMMUN** – optimiser la capacité des usagers du transport en commun et des cyclistes à combiner les deux modes et à se déplacer plus efficacement, par l'entremise de mesures telles que l'aménagement de stationnements pour vélos aux arrêts et stations de transport en commun, ainsi que l'adoption de politiques et l'installation de supports pour vélos permettant aux cyclistes d'apporter leur vélo à bord des véhicules de transport en commun.

Outil secondaire de GDT :

- **STATIONNEMENTS INCITATIFS** – prévoir des emplacements pratiques où les usagers du transport en commun peuvent stationner leur automobile et monter à bord d'un véhicule de transport en commun, particulièrement en zones rurales et exurbaines.

Mesures complémentaires :

- **AUGMENTER LE NOMBRE DE PARCOURS, LES HEURES DE SERVICE ET LA FRÉQUENCE DES VÉHICULES DE TRANSPORT EN COMMUN.**
- **AMÉLIORER LA PLANIFICATION ET LA CONCEPTION DES NOUVEAUX AMÉNAGEMENTS** – prévoir des parcours de transport en commun efficaces, raccourcir les distances de marche ou de cyclisme entre les terrains aménagés et les arrêts de transport en commun et améliorer la qualité des zones piétonnières.
- **AMÉLIORER LES COMMODITÉS DANS LES ZONES D’ATTENTE POUR LES CLIENTS** – ajouter des abris, des bancs, des arbres qui procurent de l’ombre et d’autres commodités.

ÉLIMINER LES OBSTACLES LIÉS À LA COMPRÉHENSION ET À L’INFORMATION RELATIVES AU TRANSPORT EN COMMUN

En particulier pour les non-usagers, le transport en commun peut paraître très complexe et même intimidant. La planification du déplacement, le paiement du tarif requis et la navigation efficace représentent tous des défis potentiels.

Outils principaux de GDT :

- **INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX USAGERS DU TRANSPORT EN COMMUN** – maximiser l’aisance et la facilité d’utilisation et minimiser les retards.
- **CARTES DU RÉSEAU ET PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS** – aider les usagers du transport en commun à planifier leurs déplacements et à effectuer des correspondances, l’attention devant particulièrement être accordée à l’élimination des barrières linguistiques et à l’utilisation de la technologie pour maximiser l’accessibilité à l’information lorsque et où les clients ont besoin de cette information. La formation en personne sur les déplacements peut particulièrement être utile pour les personnes ayant un handicap, les personnes âgées et les nouveaux immigrants.

Outil secondaire de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – faire de la promotion proactive auprès des usagers existants et potentiels du transport en commun en identifiant et en éliminant les obstacles qui nuisent à l’utilisation accrue du transport en commun; les initiatives peuvent mettre l’accent sur des secteurs géographiques ou des segments clés dans lesquels la compréhension et l’information relatives au transport en commun fait face à certains obstacles, notamment ceux des nouveaux immigrants, des Autochtones, des personnes âgées et des jeunes.

FOURNIR DES INCITATIFS FINANCIERS ET ÉLIMINER LES OBSTACLES FINANCIERS NUISANT AU TRANSPORT EN COMMUN

Les initiatives liées aux tarifs peuvent encourager l’utilisation du transport en commun, mais elles peuvent aussi contribuer à l’élimination des obstacles importants afin de rendre le transport en commun abordable pour certains usagers.

Outils principaux de GDT :

- **LAISSEZ-PASSER DE TRANSPORT EN COMMUN FOURNI PAR L’EMPLOYEUR** – récompenser et conserver les navetteurs qui utilisent un laissez-passer de transport en commun et attirer de nouveaux usagers en offrant des incitatifs financiers et en facilitant l’utilisation.
- **LAISSEZ-PASSER UNIVERSEL DE TRANSPORT EN COMMUN POUR LES ÉTUDES POSTSECONDAIRES** – faire du transport en commun une option abordable pour plus d’étudiants

(pour le navettage et les autres déplacements) et garantir les revenus requis pour investir dans l'amélioration des services sur les campus.

- **INCITATIFS LIÉS AUX TARIFS DE TRANSPORT EN COMMUN** – éliminer les obstacles nuisant à l'utilisation du transport en commun et auxquels font face les usagers à faible revenu comme les personnes âgées et les familles qui bénéficient de l'aide sociale, et accroître l'utilisation du transport en commun en période de faible demande (p. ex., au milieu de la journée et les dimanches).

Mesure complémentaire :

- **CARTES INTELLIGENTES POUR LE PAIEMENT DU TARIF DU TRANSPORT EN COMMUN** – étape majeure qui engendre de nombreuses possibilités en matière d'incitatifs de tarification ciblée pouvant reposer sur la fidélité des clients, les données démographiques, l'affiliation, la destination, l'emplacement ou l'heure de déplacement; cette approche offre également des possibilités de promotion et d'incitatifs croisés avec des commerçants et d'autres fournisseurs de services (p. ex., pour le partage de vélos ou de véhicules).
- **TARIFS INTÉGRÉS TRANSFRONTALIERS** – dans les régions où les usagers qui passent d'un réseau de transport en commun à un autre doivent payer des frais supplémentaires, l'établissement d'ententes visant à réduire ou à éliminer ces coûts supplémentaires peut contribuer à éliminer les obstacles financiers auxquels font face certains usagers.

FAIRE EN SORTE QUE LE TRANSPORT EN COMMUN SOIT PERÇU COMME POPULAIRE ET COMPATIBLE

L'image de nombreux réseaux de transport en commun n'est pas compatible avec la popularité et les préférences personnelles. Les efforts menés pour refaçonner les perceptions individuelles du transport en commun peuvent être efficaces, surtout s'ils sont accompagnés d'améliorations plus concrètes aux services et aux installations de transport en commun.

Outil principal de GDT :

- **IMAGE DE MARQUE, DIFFUSION DE MESSAGE ET POSITIONNEMENT** – renforcer la valeur du transport en commun dans l'esprit des usagers potentiels et créer une image plus forte du transport en commun en tant que première option citée parmi les options de déplacement souhaitables.

Outil secondaire de GDT :

- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – encourager l'essai des nouvelles habitudes, attirer l'attention sur ces habitudes et encourager le dialogue afin de faire du transport en commun une option de déplacement efficace.

3.1.7 ADMINISTRATIONS DE STATIONNEMENTS

L'offre et le prix de stationnement jouent un rôle de premier plan parmi les facteurs qui façonnent la demande de transport. Bien que la grande partie de l'offre de stationnement dans les collectivités soit détenue et exploitée par des intérêts privés, les administrations municipales et les commissions de stationnement sont responsables du stationnement sur rue et d'au moins quelques terrains de stationnement hors rue dans les collectivités.

RENDRE LES OPTIONS DE TRANSPORT DURABLE PLUS AVANTAGEUSES

Le stationnement gratuit, particulièrement pour les navetteurs, encourage fortement les personnes à utiliser l'automobile.

Outil principal de GDT :

- **TARIFICATION DU STATIONNEMENT** – améliorer la position concurrentielle des options de transport autres que la conduite automobile. La pertinence, l'efficacité et l'opposition publique potentielle dépendent grandement des conditions du marché local.

RENDRE LE CYCLISME PLUS AVANTAGEUX ET PLUS PRATIQUE

L'absence d'un stationnement sécuritaire, visible et pratique pour les vélos peut décourager l'utilisation du vélo, en particulier lorsque le vol de vélo pose un risque majeur.

Outil principal de GDT :

- **STATIONNEMENTS POUR VÉLOS** – améliorer l'accessibilité, la sécurité et l'aspect pratique des stationnements pour vélos aux destinations publiques, principalement au centre-ville, dans les rues principales et à tout autre emplacement où du stationnement public pour automobiles est fourni.

RENDRE LE COVOITURAGE PLUS AVANTAGEUX ET PLUS PRATIQUE

Outil principal de GDT :

- **STATIONNEMENTS POUR COVOITURAGE** – fournir des espaces de stationnement public privilégiés pour le covoiturage.

RENDRE LES SOLUTIONS AUTRES QUE LA POSSESSION D'UN VÉHICULE PLUS AVANTAGEUSES ET PLUS PRATIQUES

Outil principal de GDT :

- **SOUTIEN DES SERVICES DE PARTAGE DE VÉHICULES** – réserver des espaces de stationnement pour les services de partage de véhicules sur les terrains de stationnement public afin d'accroître la visibilité et l'attractivité des services de partage de véhicules.

3.1.8 ORGANISMES NON GOUVERNEMENTAUX

Les organismes non gouvernementaux (ONG) peuvent s'avérer des partenaires importants pour la mise en œuvre des stratégies de GDT.

METTRE EN PLACE DES INITIATIVES À L'INTENTION DE SEGMENTS CLÉS

Les ONG peuvent élargir la représentativité du gouvernement en améliorant l'accès à des segments clés et en créant des tribunes de dialogue efficaces avec d'autres groupes et particuliers. Ils peuvent optimiser l'utilisation des ressources grâce à des structures d'effectif à faible coût et à la participation de bénévoles. Ils peuvent s'adapter plus rapidement aux nouvelles occasions et ils ne font pas face aux mêmes contraintes de communication que les organismes gouvernementaux. Enfin, ils peuvent accroître la crédibilité des communications de GDT auprès de certains groupes qui peuvent discréditer les messages provenant directement de sources gouvernementales.

Outils principaux de GDT :

- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – obtenir l’engagement et la participation des segments clés, rehausser le niveau de sensibilisation du public, créer des partenariats et encourager l’essai des nouvelles habitudes; les ONG peuvent efficacement solliciter des commanditaires, encourager la participation individuelle et assurer la couverture médiatique.
- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – faire de la promotion proactive auprès des usagers concernés qui n’utilisent qu’occasionnellement les options de transport durable en identifiant et en éliminant les obstacles qui nuisent à l’utilisation des options qui suscitent leur intérêt; les ONG peuvent fournir des ressources humaines et créer une solidarité locale.
- **FORMATION SUR LES HABILITÉS À VÉLO** – aider les cyclistes existants et potentiels à utiliser leur vélo de manière plus sécuritaire, avec plus d’aisance et plus de confiance; les ONG peuvent coordonner les instructeurs bénévoles ou rémunérés et encourager la participation.
- **ÉDUCATION DES CONDUCTEURS** – obtenir l’engagement des conducteurs et fournir des outils pour les aider à sauver du temps, à utiliser moins de carburant et à faire des économies; les ONG peuvent offrir des séances de formation à certains groupes, par exemple au travail.
- **PARTICIPATION DE L’EMPLOYEUR** – encourager les lieux de travail à tirer profit des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts à leurs employés et à apporter les changements requis au travail pour appuyer les objectifs de GDT; les ONG peuvent prendre contact avec les employeurs et faciliter la mise en place des outils et services de GDT.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL** – fournir de l’aide directe aux employeurs dans le cadre d’un processus continu de planification, de mise en œuvre et de révision des mesures de GDT; les ONG peuvent collaborer directement avec les employeurs à titre d’experts-conseils afin de guider et d’appuyer l’élaboration des plans de transport au travail.
- **PARTICIPATION DE L’ÉCOLE** – encourager les écoles à tirer profit des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts aux employés et aux étudiants et à apporter des changements requis à l’école pour appuyer les objectifs de GDT; les ONG peuvent prendre contact avec les écoles et faciliter le dialogue au sein du milieu scolaire afin d’obtenir un consensus sur la nécessité d’agir.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS DOMICILE-ÉCOLE** – fournir de l’aide directe au milieu scolaire dans le cadre d’un processus continu de planification, de mise en œuvre et de révision des mesures de GDT; les ONG peuvent collaborer directement avec le milieu scolaire à titre d’experts-conseils afin de guider et d’appuyer l’élaboration des plans de transport scolaire.

Outil secondaire de GDT :

- **PARTENARIATS DE SERVICES DE TRANSPORT COMMUNAUTAIRE** – accroître le nombre d’options offertes aux personnes qui n’ont aucune ou presque aucune option, en particulier dans les petites collectivités et les collectivités rurales; les ONG peuvent coordonner ou même directement offrir les services de transport aux personnes des segments ciblés.

3.2 STRATÉGIES EFFICACES EN FONCTION DU TYPE DE COLLECTIVITÉ

Dans cette section, huit loupes aident les lecteurs à identifier les stratégies efficaces qui peuvent influencer les habitudes de déplacement dans différents types de collectivité :

- **COLLECTIVITÉS POSSÉDANT MOINS D'EXPÉRIENCE EN GDT** (Section 3.2.1)
- **COLLECTIVITÉS POSSÉDANT PLUS D'EXPÉRIENCE EN GDT** (Section 3.2.2)
- **GRANDES COLLECTIVITÉS** (Section 3.2.3)
- **PETITES COLLECTIVITÉS** (Section 3.2.4)
- **COLLECTIVITÉS RURALES** (Section 3.2.5)
- **CENTRES URBAINS** (Section 3.2.6)
- **BANLIEUES** (Section 3.2.7)
- **COLLECTIVITÉS DISPOSANT DE RESSOURCES LIMITÉES** (Section 3.2.8)

3.2.1 COLLECTIVITÉS POSSÉDANT MOINS D'EXPÉRIENCE EN GDT

Les collectivités qui s'en remettent depuis longtemps aux mesures axées sur l'offre pour répondre à la demande de transport ou pour influencer cette demande auraient avantage à adopter une approche méthodique et pragmatique afin de concevoir un programme solide de GDT.

ÉTABLIR UNE BASE SOLIDE POUR LES PROGRAMMES DE GDT

Lorsqu'on prépare un programme concerté visant à influencer les habitudes de déplacement, il est prioritaire d'établir dès le départ un cadre de communication pertinent et efficace. Il ne s'agit pas simplement de concentrer les efforts menés sur les communications; il est plutôt important de mettre en place des initiatives subséquentes de sorte à maximiser l'engagement et la réceptivité des segments clés. Par conséquent, les études de

marché sur les caractéristiques des segments clés (p. ex., les obstacles et facteurs de motivation parmi les différents groupes) constituent un élément important d'une base solide pour les programmes de GDT.

Outils principaux de GDT :

- **IMAGE DE MARQUE, DIFFUSION DE MESSAGE ET POSITIONNEMENT** – concevoir un programme d'identité positive, créer des messages efficaces sur lesquels reposeront les communications continues et faciliter la compréhension de la façon dont les approches concurrentielles des options de déplacement doivent permettre de modifier les habitudes des particuliers.
- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – obtenir l'engagement et la participation des segments clés, rehausser le niveau de sensibilisation du public, créer des partenariats et encourager l'essai des nouvelles habitudes.

Outil secondaire de GDT :

- **INFORMATION CENTRALISÉE SUR LES DÉPLACEMENTS** – fournir de l'information plus pratique sur les déplacements aux usagers, établir une plateforme pour les communications dans les médias sociaux et obtenir l'appui de partenaires pour la mise en place d'une initiative partagée visible.

**METTRE EN PLACE DES OUTILS
PRODUISANT DES RÉSULTATS RAPIDES
POUR AMÉLIORER LES OPTIONS DE
DÉPLACEMENT ET RENFORCER LE
SOUTIEN**

Dès les premières étapes d'un programme complet de GDT, il peut être préférable de concentrer les efforts sur l'obtention de résultats rapides qui établissent la crédibilité, démontrent la réussite du programme et attirent des partenaires clés et des champions sans prendre de risques injustifiés. Il est également conseillé de mettre l'accent sur les changements pratiques qui représentent des améliorations significatives, même petites, en ce qui concerne les options de déplacement des particuliers.

Outils principaux de GDT :

- **CARTES DU RÉSEAU ET PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS** – pour le transport en commun et le transport actif.
- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – permettre aux covoitureurs potentiels d'entrer en contact et d'organiser leurs déplacements.
- **INCITATIFS LIÉS AUX TARIFS DU TRANSPORT EN COMMUN** – pour les personnes âgées, les étudiants et les familles.
- **INTÉGRATION DU CYCLISME ET DU TRANSPORT EN COMMUN** – aménager des stationnements pour vélos aux arrêts et stations de transport en commun et installer des supports pour vélos sur les autobus.
- **STATIONNEMENTS POUR VÉLOS** – veiller à ce que des stationnements adéquats et sécuritaires pour vélos soient offerts aux principales destinations publiques; encourager les partenaires et intervenants à offrir ce type de stationnement à d'autres destinations, y compris au travail.

Outils secondaires de GDT :

- **ÉDUCATION DES CONDUCTEURS** – obtenir l'engagement des conducteurs (adopter une approche inclusive) et fournir des outils pour les aider à sauver du temps, à utiliser moins de carburant et à faire des économies.

- **PARTICIPATION DE L'EMPLOYEUR** – identifier les chefs de file dans le milieu professionnel, faire l'essai de mesures et processus clés et créer des cas de réussite initiaux qui suscitent de l'intérêt.
- **LAISSEZ-PASSER DE TRANSPORT EN COMMUN FOURNI PAR L'EMPLOYEUR** – récompenser et conserver les usagers existants, attirer de nouveaux usagers et offrir un service attrayant que les employeurs peuvent mettre en place au travail.
- **PARTICIPATION DE L'ÉCOLE** – faire l'essai de mesures et processus clés et créer des cas de réussite initiaux qui suscitent de l'intérêt.
- **SERVICES DE SÉCURITÉ ROUTIÈRE PRÈS DES ÉCOLES** – éliminer les obstacles fondamentaux liés à la sécurité qui nuisent à l'utilisation de modes de transport plus durables pour l'école.
- **ORIENTATION POUR LES PIÉTONS ET LES CYCLISTES** – renforcer sur le plan visuel l'importance du transport actif et aider les nouveaux piétons et cyclistes (y compris les visiteurs dans la collectivité) à s'orienter sur des routes non familières.

**3.2.2 COLLECTIVITÉS POSSÉDANT PLUS
D'EXPÉRIENCE EN GDT**

Après avoir établi les bases solides du programme et avoir obtenu des résultats rapides, les intervenants et partenaires de GDT peuvent mettre en place des mesures plus exigeantes.

**METTRE EN PLACE DES OUTILS PLUS
COMPLEXES QUI RENFORCENT LES BASES
SOLIDES ÉTABLIES.**

Souvent, les initiatives visant à influencer les habitudes de déplacement sont plus complexes, nécessitent de plus grandes ressources ou comprennent de plus grandes incertitudes et de plus grands risques de sorte qu'elles requièrent un plus haut niveau d'expérimentation.

Outils principaux de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – approche nécessitant de grandes ressources mais dont l'efficacité a été démontrée.
- **INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX USAGERS DU TRANSPORT EN COMMUN** – maximiser l'aisance et la facilité d'utilisation et minimiser les retards.
- **INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX CONDUCTEURS** – coordonner la collecte, la synthèse et la diffusion de l'information sur les activités et conditions routières.
- **TARIFICATION DU STATIONNEMENT** – améliorer la position concurrentielle des options de transport autres que la conduite automobile. La pertinence, l'efficacité et l'opposition publique potentielle dépendent grandement des conditions du marché local.
- **LAISSEZ-PASSER UNIVERSEL DE TRANSPORT EN COMMUN POUR LES ÉTUDES POSTSECONDAIRES** – faire du transport en commun une option abordable pour plus d'étudiants (pour le navettage et les autres déplacements) et garantir les revenus requis pour investir dans l'amélioration des services sur les campus.

Outils secondaires de GDT :

- **FORMATION SUR LES HABILITÉS À VÉLO** – aider les cyclistes existants et potentiels à utiliser leur vélo de manière plus sécuritaire, avec plus d'aisance et plus de confiance.
- **DOUCHES, VESTIAIRES ET CASIERS** – encourager ou exiger l'aménagement d'installations pour navetteurs actifs au travail, dans les immeubles résidentiels et à d'autres destinations pour améliorer la facilité d'utilisation et l'aspect pratique du transport actif.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL** – fournir de l'aide directe aux employeurs dans le cadre d'un processus continu de

planification, de mise en œuvre et de révision des mesures de GDT.

- **TRANSPORT D'URGENCE JUSQU'AU DOMICILE** – fournir aux navetteurs des lieux de travail participants qui n'utilisent pas leur automobile un transport rapide et peu coûteux vers leur domicile advenant un problème personnel ou familial.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS DOMICILE-ÉCOLE** – fournir de l'aide directe au milieu scolaire dans le cadre d'un processus continu de planification, de mise en œuvre et de révision des mesures de GDT.

3.2.3 GRANDES COLLECTIVITÉS

Bien que les grandes collectivités soient moins limitées lorsqu'elles doivent choisir des outils pertinents (et qu'elles devraient en général envisager l'établissement d'un vaste portefeuille de mesures), les orientations suivantes devraient être prises en considération en fonction de la complexité du réseau de transport ou de la dimension géographique de la collectivité.

APPUYER LA PRISE DE DÉCISIONS PLUS COMPLEXES EN MATIÈRE DE TRANSPORT

Les grandes collectivités ont des réseaux routiers, de transport en commun et de sentiers complexes, des destinations potentielles plus nombreuses et un plus grand nombre de résidents. Tous ces facteurs, lorsqu'ils sont combinés, font en sorte que les gens ont plus de difficulté à prendre des décisions en matière de transport.

Outils principaux de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – approche dont l'efficacité a été démontrée et qui convient mieux aux collectivités qui offrent des options de déplacement plus complexes et de plus grande qualité.

- **INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX USAGERS DU TRANSPORT EN COMMUN** – maximiser l’aisance et la facilité d’utilisation et minimiser les retards.
- **INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX CONDUCTEURS** – coordonner la collecte, la synthèse et la diffusion de l’information sur les activités et conditions routières.

Outils secondaires de GDT :

- **INFORMATION CENTRALISÉE SUR LES DÉPLACEMENTS** – fournir aux usagers des informations plus pratiques sur les déplacements, établir une plateforme pour les communications dans les médias sociaux et obtenir le soutien de partenaires pour assurer la visibilité d’initiatives communes.
- **ORIENTATION POUR LES PIÉTONS ET LES CYCLISTES** – aider les nouveaux piétons et cyclistes à s’orienter sur des routes non familières.

AMÉLIORER LES OPTIONS DE TRANSPORT POUR LES LONGS DÉPLACEMENTS

Dans les grandes collectivités, les distances moyennes des déplacements sont habituellement plus grandes, en particulier pour le navettage au travail. Certains outils de GDT visent à aider les navetteurs qui se déplacent sur de longues distances à se rendre au travail à l’aide de modes durables.

Outils principaux de GDT :

- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – aider les covoitureurs potentiels à trouver des partenaires plus facilement.
- **INTÉGRATION DU CYCLISME ET DU TRANSPORT EN COMMUN** – faciliter l’utilisation du vélo pour les longs trajets effectués en partie en transport en commun.
- **STATIONNEMENTS INCITATIFS** – prévoir des emplacements pratiques où les usagers du transport en commun peuvent stationner leur automobile et monter à bord d’un véhicule de transport en commun, particulièrement en zones rurales et exurbaines.

- **STATIONNEMENTS POUR COVOITURAGE** – prévoir des points de rencontre pratiques pour que les covoitureurs puissent y laisser leur automobile pour la journée, particulièrement en zones rurales et exurbaines.

Outil secondaire de GDT :

- **DOUCHES, VESTIAIRES ET CASIERS** – encourager ou exiger l’aménagement d’installations pour navetteurs actifs au travail, dans les immeubles résidentiels et à d’autres destinations pour améliorer la facilité d’utilisation et l’aspect pratique du transport actif.

Mesures complémentaires :

- **SOUTIEN AUX SERVICES DE COVOITURAGE PAR FOURGONNETTE** – aider les employeurs à établir un service interne de covoiturage par fourgonnette pour les employés, un mode qui convient bien aux déplacements sur de longues distances.
- **TERRAINS DE STATIONNEMENT RÉSERVÉS AU COVOITURAGE** – planifier, construire et entretenir des terrains de stationnement réservés aux covoitureurs qui peuvent s’y donner rendez-vous.

3.2.4 PETITES COLLECTIVITÉS

Dans les petites collectivités, le transport en commun est souvent une option moins pratique pour de nombreuses personnes. Toutefois, les points d’origine et de destination de nombreux déplacements sont souvent rapprochés, ce qui rend le transport actif plus attrayant. De plus, le covoiturage est souvent la seule option qui peut remplacer l’utilisation de l’automobile en solo pour les longs déplacements entre les collectivités.

RENDRE LE TRANSPORT ACTIF PLUS AVANTAGEUX ET PLUS PRATIQUE

Dans les petites collectivités, il est possible que les gens qui veulent se déplacer à la marche ou à

vélo ne disposent pas d'un système de soutien efficace. Par conséquent, plusieurs orientations peuvent servir à améliorer l'attractivité du transport actif.

Outils principaux de GDT :

- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – encourager l'essai des nouvelles habitudes, attirer l'attention sur ces habitudes et encourager le dialogue qui peut démontrer que le transport actif (en particulier le cyclisme) est une option de déplacement viable et efficace.
- **CARTES DU RÉSEAU ET PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS** – pour mieux faire connaître les possibilités offertes aux piétons et aux cyclistes en ce qui concerne leurs déplacements à des fins récréatives et utilitaires.
- **FORMATION SUR LES HABILITÉS À VÉLO** – aider les cyclistes existants et potentiels à utiliser leur vélo de manière plus sécuritaire, avec plus d'aisance et plus de confiance.
- **STATIONNEMENTS POUR VÉLOS** – offrir des stationnements pour vélos aux principales destinations publiques et encourager l'aménagement de ce type de stationnement à d'autres destinations.
- **PARTICIPATION DE L'ÉCOLE** – faire l'essai de mesures et processus clés et créer des cas de réussite initiaux qui suscitent de l'intérêt.

Outil secondaire de GDT :

- **IMAGE DE MARQUE, DIFFUSION DE MESSAGE ET POSITIONNEMENT** – concevoir des messages significatifs qui font la promotion de l'image positive du transport actif.

RENDRE LE COVOITURAGE PLUS AVANTAGEUX ET PLUS PRATIQUE

Dans la plupart des petites collectivités, le covoiturage avec des membres de la famille ou des amis fait partie de la vie de tous les jours. Pour les déplacements entre les petites collectivités ou d'une petite collectivité à la zone rurale voisine, le covoiturage est souvent la

seule option à l'utilisation de l'automobile en solo. La mise en place d'une approche favorisant davantage le covoiturage pourrait porter fruit.

Outil principal de GDT :

- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – aider les covoitureurs potentiels à trouver des partenaires plus facilement à l'extérieur du cercle immédiat de leur famille, leurs voisins, leurs amis et leurs collègues.

Outil secondaire de GDT :

- **STATIONNEMENTS POUR COVOITURAGE** – prévoir des points de rencontre pratiques pour que les covoitureurs puissent y laisser leur automobile pour la journée, particulièrement pour le covoiturage entre les collectivités.

Mesure complémentaire :

- **TERRAINS DE STATIONNEMENT RÉSERVÉS AU COVOITURAGE** – planifier, construire et entretenir des terrains de stationnement réservés aux covoitureurs qui peuvent s'y donner rendez-vous, particulièrement pour le navettage entre les collectivités.

3.2.5 COLLECTIVITÉS RURALES

Dans de nombreuses collectivités rurales, aucune forme de transport en commun conventionnel n'est offerte et le transport actif ne constitue pas une option pratique pour la plupart des gens.

RENDRE LE COVOITURAGE PLUS AVANTAGEUX ET PLUS PRATIQUE

Comme dans le cas des loupes précédentes pour les petites collectivités, certains outils peuvent rendre le covoiturage plus pratique.

Outil principal de GDT :

- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – aider les covoitureurs potentiels à trouver des partenaires plus facilement à l'extérieur du cercle immédiat de leur famille, leurs voisins, leurs amis et leurs collègues; peut exiger

l'utilisation de technologies relativement simples (même manuelles).

Outil secondaire de GDT :

- **STATIONNEMENTS POUR COVOITURAGE** – prévoir des points de rencontre pratiques pour que les covoitureurs puissent y laisser leur automobile pour la journée, particulièrement pour le covoiturage à partir d'une zone rurale vers une collectivité voisine plus grande.

AMÉLIORER LES OPTIONS DE TRANSPORT PUBLIC

Même dans les collectivités qui n'offrent aucun service formel de transport en commun, certains services de transport peuvent être offerts par des commissions scolaires, des organismes de santé, des groupes à but non lucratif ou des entreprises privées telles que des résidences pour retraités. Ces ressources pourraient être utilisées plus efficacement si des personnes autres que celles qui font partie des principaux groupes ciblés y étaient admissibles.

Outil principal de GDT :

- **PARTENARIATS DE SERVICES DE TRANSPORT COMMUNAUTAIRE** – accroître le nombre d'options offertes aux personnes qui n'ont aucune ou presque aucune option.

ENCOURAGER LES HABITUDES DE CONDUITE RESPONSABLES

Puisque les automobiles personnelles constituent le principal mode de transport dans les collectivités rurales et le seul mode pratique pour la plupart des gens, la conduite responsable doit être un objectif primordial.

Outil principal de GDT :

- **ÉDUCATION DES CONDUCTEURS** – obtenir l'engagement des conducteurs et fournir des outils pour les aider à sauver du temps, à utiliser moins de carburant et à faire des économies.

3.2.6 CENTRES URBAINS

Dans la plupart des moyennes et grandes villes du Canada, le centre-ville est l'élément qui génère à lui seul le plus grand volume de circulation, et la congestion aux heures de pointe est fréquente. De nombreuses villes tentent d'intensifier l'aménagement existant du centre-ville sans investir de grandes sommes dans la construction de nouvelles routes, et les initiatives de GDT peuvent appuyer cet objectif.

RENDRE LES SOLUTIONS AUTRES QUE LA POSSESSION D'UN VÉHICULE PLUS AVANTAGEUSES ET PLUS PRATIQUES

De nombreuses destinations sont souvent situées à proximité du centre-ville. De plus, au centre-ville, les services de transport en commun sont de qualité et les environnements sont propices à la marche. Par conséquent, le taux de possession de véhicule y est beaucoup moins élevé que dans d'autres parties de la ville. Les villes s'efforcent de rendre la vie au centre-ville plus attrayante et d'augmenter la population des centres urbains – tout en tentant de décourager les nouveaux résidents de conserver une automobile.

Outils principaux de GDT :

- **INTÉGRATION DU CYCLISME ET DU TRANSPORT EN COMMUN** – faciliter les déplacements effectués vers des destinations autres que centrales, y compris vers les lieux de travail, en combinant le transport en commun et le cyclisme.
- **STATIONNEMENTS POUR VÉLOS** – réduire le vol de vélos par l'aménagement de stationnements pour vélos sécuritaires et intérieurs dans les immeubles résidentiels.
- **SOUTIEN AUX SERVICES DE PARTAGE DE VÉHICULES** – accroître la visibilité et l'attractivité des services de partage de véhicules en tant qu'option pouvant remplacer la possession d'un véhicule.

ENCOURAGER LE TRANSPORT DURABLE AUPRÈS DES NAVETTEURS

Cette orientation stratégique et plusieurs autres orientations du présent guide se chevauchent. Toutefois, étant donné la portée et les impacts du navettage vers le centre-ville de la plupart des villes, les mesures de GDT qui visent les navetteurs du centre-ville en tant que segment clé doivent être prises en considération.

Outils principaux de GDT :

- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – aider les covoitureurs potentiels à trouver des partenaires plus facilement à l'extérieur du cercle immédiat de leur famille, leurs voisins, leurs amis et leurs collègues.
- **TARIFICATION DU STATIONNEMENT** – améliorer la position concurrentielle des options de transport autres que la conduite automobile. La pertinence, l'efficacité et l'opposition publique potentielle dépendent grandement des conditions du marché local.
- **STATIONNEMENTS POUR VÉLOS** – améliorer l'accessibilité, la sécurité et l'aspect pratique des stationnements pour vélos aux lieux de travail.
- **DOUCHES, VESTIAIRES ET CASIERS** – encourager ou exiger l'aménagement d'installations pour navetteurs actifs au travail pour améliorer la facilité d'utilisation et l'aspect pratique du transport actif.
- **PARTICIPATION DE L'EMPLOYEUR** – encourager les lieux de travail à tirer profit des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts à leurs employés et à apporter les changements requis au travail pour appuyer les objectifs de GDT.
- **LAISSEZ-PASSER DE TRANSPORT EN COMMUN FOURNI PAR L'EMPLOYEUR** – récompenser et conserver les navetteurs qui utilisent un laissez-passer de transport en commun et attirer de nouveaux usagers en offrant des incitatifs financiers et en facilitant l'utilisation.

- **LAISSEZ-PASSER UNIVERSEL DE TRANSPORT EN COMMUN POUR LES ÉTUDES POSTSECONDAIRES** – faire du transport en commun une option abordable pour plus d'étudiants (pour le navettage et les autres déplacements) et garantir les revenus requis pour investir dans l'amélioration des services sur les campus.
- **TRANSPORT D'URGENCE JUSQU'AU DOMICILE** – fournir aux navetteurs des lieux de travail participants qui n'utilisent pas leur automobile un transport rapide et peu coûteux vers leur domicile advenant un problème personnel ou familial.

Outils secondaires de GDT :

- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – obtenir l'engagement et la participation des groupes clés, rehausser le niveau de sensibilisation du public, créer des partenariats et encourager l'essai des nouvelles habitudes.
- **FORMATION SUR LES HABILITÉS À VÉLO** – aider les cyclistes existants et potentiels (désignés et formés au travail) à utiliser leur vélo de manière plus sécuritaire, avec plus d'aisance et plus de confiance.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL** – fournir de l'aide directe aux employeurs dans le cadre d'un processus continu de planification, de mise en œuvre et de révision des mesures de GDT.

Mesures complémentaires :

- **RÉSEAUX DE TRANSPORT ACTIF** – améliorer les liaisons sécuritaires de marche et de cyclisme dans les centres-villes achalandés et qui sont reliées aux trajets qui se rendent au centre-ville à partir d'autres points de la ville.
- **SERVICES DE TRANSPORT EN COMMUN EXPRESS** – fournir des services de transport en commun plus rapides et plus directs entre le centre-ville et les quartiers périphériques.

ENCOURAGER LE TRANSPORT DURABLE AUPRÈS DES NON-NAVETTEURS

Beaucoup de gens ne demeurent pas ou de travaillent pas au centre-ville, mais ils doivent s’y rendre pour diverses raisons. Si aucune autre option n’est accessible ou ne les attire, ces visiteurs occasionnels utiliseront probablement leur automobile pour se rendre au centre-ville.

Outils principaux de GDT :

- **CARTES DU RÉSEAU ET PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS** – permettre aux visiteurs de se rendre à destination plus facilement en transport en commun ou en transport actif.
- **INCITATIFS LIÉS AUX TARIFS DE TRANSPORT EN COMMUN** – rendre le transport en commun plus abordable (par rapport aux coûts du carburant et du stationnement), surtout pour les familles qui se rendent au centre-ville pour la journée et pour des événements spéciaux.
- **ORIENTATION POUR LES PIÉTONS ET LES CYCLISTES** – aider les nouveaux piétons et cyclistes à s’orienter sur des routes non familières.
- **STATIONNEMENTS POUR VÉLOS** – améliorer l’accessibilité, la sécurité et l’aspect pratique des stationnements pour vélos dans les lieux publics et aux principales destinations.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS VERS DIFFÉRENTES DESTINATIONS** – aider les partenaires (p. ex., les organisateurs de festivals et d’événements sportifs) à mettre en place des mesures qui contribuent à éliminer les obstacles qui empêchent leurs clients et visiteurs d’utiliser le transport durable.

Outils secondaires de GDT :

- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – motiver les gens à se rendre au centre-ville sans automobile à l’aide d’événements tels que les festivals de rue pendant la Journée sans auto.

- **TARIFICATION DU STATIONNEMENT** – décourager de manière significative les visiteurs à se rendre au centre-ville en automobile sans toutefois les encourager à ne plus venir au centre-ville.

3.2.7 BANLIEUES

Dans les zones suburbaines, des changements majeurs doivent être apportés à l’aménagement du territoire et des améliorations structurelles doivent être apportées aux réseaux de transport en commun et de transport actif afin de favoriser des changements majeurs en ce qui concerne les habitudes de déplacement. Toutefois, ces changements et améliorations, une fois apportés, peuvent porter fruit que plusieurs années plus tard. Bien que ces changements essentiels fassent partie des plans d’avenir, la GDT offre la possibilité de tirer le meilleur parti possible des conditions existantes.

FAIRE EN SORTE QUE LES OPTIONS DE TRANSPORT DURABLE SOIENT PERÇUES COMME PRATIQUES ET COMPATIBLES

Deux des principaux obstacles auxquels font face les options de transport durable dans les banlieues sont leur aspect pratique limité et leur faible compatibilité. Autrement dit, de nombreuses personnes qui s’en remettent à leur automobile pour presque chacun de leurs déplacements ne se voient pas comme usagers du transport en commun, des covoitureurs, des piétons ou des cyclistes.

Outils principaux de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – faire de la promotion proactive auprès des usagers concernés qui n’utilisent qu’occasionnellement les options de transport durable en identifiant et en éliminant les obstacles qui nuisent à l’utilisation des options qui suscitent leur intérêt; les initiatives peuvent mettre l’accent sur des secteurs géographiques ou des segments clés dans lesquels la compréhension et

l'information relatives au transport en commun fait face à certains obstacles, notamment ceux des nouveaux immigrants, des Autochtones, des personnes âgées et des jeunes.

- **INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX USAGERS DU TRANSPORT EN COMMUN** – éliminer l'incertitude des usagers du transport en commun au sujet des temps d'attente, en particulier aux principales plaques tournantes et dans les zones de services à faible fréquence où les longues attentes sont fréquentes.
- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – aider les covoitureurs potentiels à trouver des partenaires plus facilement à l'extérieur du cercle immédiat de leur famille, leurs voisins, leurs amis et leurs collègues.
- **INTÉGRATION DU CYCLISME ET DU TRANSPORT EN COMMUN** – faciliter les déplacements effectués vers différentes destinations en combinant le transport en commun et le cyclisme.
- **PARTICIPATION DE L'EMPLOYEUR** – encourager les lieux de travail à tirer profit des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts à leurs employés et à apporter les changements requis au travail pour appuyer les objectifs de GDT.

Outils secondaires de GDT :

- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – obtenir l'engagement et la participation des groupes clés, rehausser le niveau de sensibilisation du public, créer des partenariats et encourager l'essai des nouvelles habitudes.
- **STATIONNEMENTS POUR VÉLOS** – améliorer l'accessibilité, la sécurité et l'aspect pratique des stationnements pour vélos dans les lieux publics et aux principales destinations.

- **TRANSPORT D'URGENCE JUSQU'AU DOMICILE** – fournir aux navetteurs des lieux de travail participants qui n'utilisent pas leur automobile un transport rapide et peu coûteux vers leur domicile advenant un problème personnel ou familial.

3.2.8 COLLECTIVITÉS DISPOSANT DE RESSOURCES LIMITÉES

Pour diverses raisons, les programmes de GDT – en particulier à un stade précoce – ont souvent accès à des ressources financières et humaines limitées, mais ils doivent en même temps démontrer leur efficacité dans un nouveau secteur.

METTRE EN PLACE DES OUTILS À FAIBLE COÛT

Lorsque les ressources sont limitées, on peut utiliser une orientation stratégique mettant l'accent sur les mesures dont la mise en place requiert peu de fonds.

Outils principaux de GDT :

- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – aider les covoitureurs potentiels à trouver des partenaires plus facilement à l'extérieur du cercle immédiat de leur famille, leurs voisins, leurs amis et leurs collègues.
- **ÉDUCATION DES CONDUCTEURS** – obtenir l'engagement des conducteurs et fournir des outils pour les aider à sauver du temps, à utiliser moins de carburant et à faire des économies.
- **STATIONNEMENTS POUR VÉLOS** – améliorer l'accessibilité, la sécurité et l'aspect pratique des stationnements pour vélos.
- **INTÉGRATION DU CYCLISME ET DU TRANSPORT EN COMMUN** – faciliter les déplacements effectués vers différentes destinations en combinant le transport en commun et le cyclisme.
- **PARTICIPATION DE L'EMPLOYEUR** – encourager les lieux de travail à tirer profit

des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts à leurs employés et à apporter les changements requis au travail pour appuyer les objectifs de GDT.

- **TRANSPORT D'URGENCE JUSQU'AU DOMICILE** – fournir aux navetteurs des lieux de travail participants qui n'utilisent pas leur automobile un transport rapide et peu coûteux vers leur domicile advenant un problème personnel ou familial.
- **PARTICIPATION DE L'ÉCOLE** – encourager les écoles à tirer profit des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts aux employés et aux étudiants et à apporter des changements requis à l'école pour appuyer les objectifs de GDT.

Outils secondaires de GDT :

- **STATIONNEMENTS INCITATIFS** – prévoir des emplacements pratiques où les usagers du transport en commun peuvent stationner leur automobile et monter à bord d'un véhicule de transport en commun, particulièrement en zones rurales et exurbaines.
- **STATIONNEMENTS POUR COVOITURAGE** – prévoir des points de rencontre pratiques pour que les covoitureurs puissent y laisser leur automobile pour la journée, particulièrement en zones rurales et exurbaines; ou fournir des espaces de stationnement public privilégiés pour le covoiturage.

METTRE EN PLACE DES OUTILS PERMETTANT LE RECOUVREMENT DES COÛTS OU LA MISE À PROFIT DES RESSOURCES DES PARTENAIRES

Lorsque les ressources sont limitées, on peut également utiliser une orientation mettant l'accent sur des mesures plus coûteuses, mais dont les coûts peuvent être récupérés ou qui génèrent de grands investissements de la part d'autres parties (valeur ajoutée).

Outils principaux de GDT :

- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – les organisations à but non lucratif peuvent

coordonner efficacement les événements spéciaux, et elles peuvent générer des revenus par l'entremise de commandites afin de compenser les coûts.

- **FORMATION SUR LES HABILITÉS À VÉLO** – les frais des cours de formation couvriraient amplement les coûts opérationnels, même si certaines ressources peuvent être requises pour établir les cours offerts.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS VERS DIFFÉRENTES DESTINATIONS** – les conseils et l'aide fournis peuvent encourager les organisateurs d'événements ou les gestionnaires d'installations à investir des sommes importantes dans ce domaine.

Outils secondaires de GDT :

- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL** – les conseils et l'aide fournis peuvent encourager les employeurs et gestionnaires d'immeubles à investir des sommes importantes dans ce domaine; les avantages relatifs du soutien fourni sont beaucoup plus grands pour les très grands employeurs que pour les petits employeurs.

- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS DOMICILE-ÉCOLE** – les conseils et l'aide fournis peuvent encourager les commissions et les administrations scolaires à investir des sommes importantes dans ce domaine.

3.3 STRATÉGIES EFFICACES EN FONCTION DES OBJECTIFS DE LA COLLECTIVITÉ

Dans cette section, dix loupes aident les lecteurs à identifier les stratégies efficaces qui peuvent influencer les habitudes de déplacement en fonction des objectifs de la collectivité :

- **ACCROÎTRE LA MARCHÉ** (Section 3.3.1)
- **ACCROÎTRE LE CYCLISME** (Section 3.3.2)
- **ACCROÎTRE L'UTILISATION DU TRANSPORT EN COMMUN** (Section 3.3.3)
- **ACCROÎTRE LE COVOITURAGE** (Section 3.3.4)
- **APPUYER L'INTENSIFICATION DES AMÉNAGEMENTS** (Section 3.3.5)
- **AMÉLIORER LA SANTÉ PUBLIQUE** (Section 3.3.6)
- **AMÉLIORER LA POSITION CONCURRENTIELLE DES COLLECTIVITÉS** (Section 3.3.7)
- **AMÉLIORER LES OCCASIONS ET L'AUTONOMIE POUR LES JEUNES** (Section 3.3.8)
- **AMÉLIORER LES OCCASIONS ET L'ÉQUITÉ POUR LES RÉSIDENTS À FAIBLE REVENU** (Section 3.3.9)
- **RÉSOLVRE LES PROBLÈMES DE CIRCULATION ET DE STATIONNEMENT DANS CERTAINES SECTEURS** (Section 3.3.10)

écologique, celui qui procure des bénéfices réels pour la santé, la sécurité et la vitalité de la collectivité.

RENDRE LA MARCHÉ PLUS AVANTAGEUSE ET PLUS PRATIQUE

Bien que de nombreux obstacles qui nuisent à la marche soient liés aux distances des déplacements et aux installations inadéquates, certains autres obstacles peuvent être éliminés par la mise en place d'initiatives de GDT.

Outils principaux de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – identifier et éliminer les obstacles grandement individuels qui nuisent à la marche.
- **PARTICIPATION DE L'ÉCOLE** – encourager les écoles à tirer profit des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts aux employés et aux étudiants et à apporter des changements requis à l'école pour appuyer les objectifs de GDT; les programmes scolaires mettent souvent l'accent sur les déplacements à la marche jusqu'à l'école.

Outils secondaires de GDT :

- **ORIENTATION POUR LES PIÉTONS ET LES CYCLISTES** – aider les nouveaux piétons et cyclistes à s'orienter sur des routes non familières.

3.3.1 ACCROÎTRE LA MARCHÉ

La marche est le mode de transport le plus abordable, le plus équitable et le plus

- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS DOMICILE-ÉCOLE** – fournir de l’aide directe au milieu scolaire dans le cadre d’un processus continu de planification, de mise en œuvre et de révision des mesures de GDT.
- **SERVICES DE SÉCURITÉ ROUTIÈRE PRÈS DES ÉCOLES** – éliminer les obstacles fondamentaux liés à la sécurité qui nuisent à l’utilisation de la marche et d’autres modes de transport durable pour l’école.

Mesure complémentaire :

- **AMÉLIORATIONS AUX TRAJETS DE MARCHÉ** – améliorer les liaisons de marche sécuritaires, en particulier près des principales destinations de la collectivité et d’un côté à l’autre des obstacles physiques.

FAIRE EN SORTE QUE LA MARCHÉ SOIT PERÇUE COMME POPULAIRE ET COMPATIBLE

La marche peut souffrir d’un manque de visibilité dans la collectivité puisque les programmes de promotion portent habituellement sur le transport en commun, le cyclisme ou le covoiturage.

Outils principaux de GDT :

- **IMAGE DE MARQUE, DIFFUSION DE MESSAGE ET POSITIONNEMENT** – concevoir des messages significatifs qui font la promotion de l’image positive de la marche.
- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – obtenir l’engagement et la participation des groupes clés, rehausser le niveau de sensibilisation du public, créer des partenariats et encourager les gens à faire l’essai de la marche pour un plus grand nombre de déplacements.

3.3.2 ACCROÎTRE LE CYCLISME

Le cyclisme constitue un autre mode de transport abordable, équitable et écologique.

RENDRE LE CYCLISME PLUS AVANTAGEUX ET PLUS PRATIQUE

De nombreux obstacles qui nuisent au cyclisme se rapportent à l’aspect pratique et à la sécurité de ce mode pour effectuer des déplacements quotidiens.

Outils principaux de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – identifier et éliminer les obstacles grandement individuels qui nuisent au cyclisme.
- **CARTES DU RÉSEAU ET PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS** – aider les cyclistes à choisir des trajets sécuritaires, agréables et directs.
- **FORMATION SUR LES HABILÉTÉS À VÉLO** – aider les cyclistes existants et potentiels à utiliser leur vélo de manière plus sécuritaire, avec plus d’aisance et plus de confiance.
- **INTÉGRATION DU CYCLISME ET DU TRANSPORT EN COMMUN** – faciliter les déplacements effectués vers différentes destinations en combinant le transport en commun et le cyclisme.
- **STATIONNEMENTS POUR VÉLOS** – améliorer l’accessibilité, la sécurité et l’aspect pratique des stationnements pour vélos.
- **PARTICIPATION DE L’ÉCOLE** – encourager les écoles à tirer profit des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts aux employés et aux étudiants et à apporter des changements requis à l’école pour appuyer les objectifs de GDT; les programmes scolaires pourraient mettre l’accent sur les déplacements à vélo jusqu’à l’école.

Outils secondaires de GDT :

- **IMPOSITION DES AVANTAGES LIÉS AU TRANSPORT FOURNIS PAR L’EMPLOYEUR** – modifier les lois pertinentes pour exonérer d’impôt le soutien financier fourni aux navetteurs cyclistes.

- **ORIENTATION POUR LES PIÉTONS ET LES CYCLISTES** –aider les nouveaux piétons et cyclistes à s’orienter sur des routes non familières.
- **DOUCHES, VESTIAIRES ET CASIERS** – encourager ou exiger l’aménagement d’installations pour navetteurs actifs au travail, dans les immeubles résidentiels et à d’autres destinations pour améliorer la facilité d’utilisation et l’aspect pratique du transport actif.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS DOMICILE-ÉCOLE** – fournir de l’aide directe au milieu scolaire dans le cadre d’un processus continu de planification, de mise en œuvre et de révision des mesures de GDT.
- **SERVICES DE SÉCURITÉ ROUTIÈRE PRÈS DES ÉCOLES** – éliminer les obstacles fondamentaux liés à la sécurité qui nuisent à l’utilisation du vélo et d’autres modes de transport durable pour l’école.

Mesure complémentaire :

- **AMÉLIORATIONS AUX TRAJETS CYCLABLES** – améliorer les liaisons cyclables sécuritaires, en particulier près des principales destinations de la collectivité et d’un côté à l’autre des obstacles physiques.

FAIRE EN SORTE QUE LE CYCLISME SOIT PERÇU COMME POPULAIRE ET COMPATIBLE

Malgré une forte hausse de l’intérêt public à l’égard du cyclisme, une certaine forme de résistance sociale et personnelle persiste.

Outils principaux de GDT :

- **IMAGE DE MARQUE, DIFFUSION DE MESSAGE ET POSITIONNEMENT** – concevoir des messages significatifs qui font la promotion de l’image positive du cyclisme.
- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – obtenir l’engagement et la participation des groupes clés, rehausser le niveau de sensibilisation du public, créer des partenariats et encourager

les gens à faire l’essai du cyclisme pour un plus grand nombre de déplacements.

Outils secondaires de GDT :

- **ORIENTATION POUR LES PIÉTONS ET LES CYCLISTES** – aider les nouveaux piétons et cyclistes à s’orienter sur des routes non familières; l’identification des principales routes et destinations démontre que le cyclisme est un choix de transport pratique.
- **STATIONNEMENTS POUR VÉLOS** – améliorer l’accessibilité, la sécurité et l’aspect pratique des stationnements pour vélos; installer des supports pour vélos à des emplacements principaux et visibles pour accroître la visibilité du cyclisme.

3.3.3 ACCROÎTRE L’UTILISATION DU TRANSPORT EN COMMUN

Dans de nombreuses collectivités urbaines, le transport en commun est la principale option stratégique à l’utilisation de l’automobile pour les déplacements trop longs pour être effectués à la marche ou à vélo. Le transport en commun est aussi accessible aux personnes de tout âge et de diverses capacités physiques, et ce, à toute heure de la journée et en toute saison.

RENDRE LE TRANSPORT EN COMMUN PLUS AVANTAGEUX ET PLUS PRATIQUE

Le manque de connaissance sur les réseaux de transport en commun et sur leur fonctionnement, particulièrement chez les gens qui n’utilisent jamais ou presque le transport en commun, peut constituer un obstacle qui nuit à son utilisation.

Outils principaux de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – identifier et éliminer les obstacles grandement individuels qui nuisent à l'utilisation du transport en commun; particulièrement utile en conjonction avec l'ajout d'améliorations aux services ou installations de transport en commun, par exemple la mise en place d'une nouvelle ligne de transport en commun rapide ou de lignes express.
- **INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX USAGERS DU TRANSPORT EN COMMUN** – maximiser l'aisance et la facilité d'utilisation et minimiser les retards.
- **CARTES DU RÉSEAU ET PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS** – aider les usagers du transport en commun à choisir le meilleur trajet pour se rendre à destination.
- **TARIFICATION DU STATIONNEMENT** – améliorer la position concurrentielle des options de transport autres que la conduite automobile. La pertinence, l'efficacité et l'opposition publique potentielle dépendent grandement des conditions du marché local.
- **LAISSEZ-PASSER DE TRANSPORT EN COMMUN FOURNI PAR L'EMPLOYEUR** – récompenser et conserver les navetteurs qui utilisent un laissez-passer de transport en commun et attirer de nouveaux usagers en offrant des incitatifs financiers et en facilitant l'utilisation.
- **LAISSEZ-PASSER UNIVERSEL DE TRANSPORT EN COMMUN POUR LES ÉTUDES POSTSECONDAIRES** – faire du transport en commun une option abordable pour plus d'étudiants (pour le navetage et les autres déplacements) et garantir les revenus requis pour investir dans l'amélioration des services sur les campus.

Outils secondaires de GDT :

- **IMPOSITION DES AVANTAGES LIÉS AU TRANSPORT FOURNIS PAR L'EMPLOYEUR** – offrir des exonérations

d'impôt en vertu de la *Loi de l'impôt sur le revenu* du gouvernement fédéral.

- **INCITATIFS LIÉS AUX TARIFS DE TRANSPORT EN COMMUN** – éliminer les obstacles qui nuisent à l'utilisation du transport en commun et auxquels font face les usagers à faible revenu comme les personnes âgées et les familles qui bénéficient de l'aide sociale, et accroître l'utilisation du transport en commun en période de faible demande (p. ex., au milieu de la journée et les dimanches).
- **INTÉGRATION DU CYCLISME ET DU TRANSPORT EN COMMUN** – faciliter les déplacements effectués vers différentes destinations en combinant le transport en commun et le cyclisme.
- **STATIONNEMENTS INCITATIFS** – prévoir des emplacements pratiques où les usagers du transport en commun peuvent stationner leur automobile et monter à bord d'un véhicule de transport en commun, particulièrement en zones rurales et exurbaines.
- **TRANSPORT D'URGENCE JUSQU'AU DOMICILE** – fournir aux navetteurs des lieux de travail participants qui n'utilisent pas leur automobile un transport rapide et peu coûteux vers leur domicile advenant un problème personnel ou familial.

FAIRE EN SORTE QUE LE TRANSPORT EN COMMUN SOIT PERÇU COMME POPULAIRE ET COMPATIBLE

Dans certaines collectivités, l'image négative du transport en commun auprès du public peut être améliorée, du moins en partie, grâce aux initiatives de GDT.

Outils principaux de GDT :

- **IMAGE DE MARQUE, DIFFUSION DE MESSAGE ET POSITIONNEMENT** – concevoir des messages significatifs qui font la promotion de l’image positive du transport en commun, en conjonction avec l’image de marque existante du réseau de transport en commun.
- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – obtenir l’engagement et la participation des groupes clés, rehausser le niveau de sensibilisation du public, créer des partenariats et encourager les gens à faire l’essai du transport en commun pour un plus grand nombre de déplacements.

Outils secondaires de GDT :

- **PARTICIPATION DE L’EMPLOYEUR** – encourager les lieux de travail à tirer profit des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts à leurs employés et à apporter les changements requis au travail pour appuyer les objectifs de GDT.
- **LAISSÉ-PASSER DE TRANSPORT EN COMMUN FOURNI PAR L’EMPLOYEUR** – récompenser et conserver les navetteurs qui utilisent un laissez-passer de transport en commun et attirer de nouveaux usagers en offrant des incitatifs financiers et en facilitant l’utilisation; la participation d’un employeur peut encourager les employés à se procurer un laissez-passer de transport en commun.
- **LAISSÉ-PASSER UNIVERSEL DE TRANSPORT EN COMMUN POUR LES ÉTUDES POSTSECONDAIRES** – faire du transport une habitude naturelle dans la vie des étudiants et une option abordable pour plus d’étudiants.

3.3.4 ACCROÎTRE LE COVOITURAGE

Le covoiturage effectué avec des membres de la famille, des amis et des voisins est plutôt fréquent. Les initiatives de GDT visent à rendre le covoiturage plus attrayant, en particulier le

covoiturage formel (c’est-à-dire avec des personnes autres que celles du cercle immédiat d’une personne).

RENDRE LE COVOITURAGE PLUS AVANTAGEUX ET PLUS PRATIQUE

Dans la vie de tous les jours, le covoiturage est souvent perçu comme difficile et non pratique.

Outils principaux de GDT :

- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – aider les covoitureurs potentiels à trouver des partenaires plus facilement à l’extérieur du cercle immédiat de leur famille, leurs voisins, leurs amis et leurs collègues.
- **STATIONNEMENTS POUR COVOITURAGE** – prévoir des points de rencontre pratiques pour que les covoitureurs puissent y laisser leur automobile pour la journée, particulièrement en zones rurales et exurbaines; fournir des espaces de stationnement public privilégiés pour le covoiturage.

Outil secondaire de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – identifier et éliminer les obstacles grandement individuels qui nuisent au covoiturage.

Mesures complémentaires :

- **TERRAINS DE STATIONNEMENT RÉSERVÉS AU COVOITURAGE** – planifier, construire et entretenir des terrains de stationnement réservés aux covoitureurs qui peuvent s’y donner rendez-vous.
- **VOIES RÉSERVÉES AUX VÉHICULES MULTIOCCUPANTS** – fournir aux covoitureurs des avantages liés à la durée et à la facilité des déplacements en transformant des voies de circulation régulières en voies réservées au covoitureurs ou en aménageant des voies réservées au covoiturage sur les nouvelles routes ou les routes élargies.

FAIRE EN SORTE QUE LE COVOITURAGE SOIT PERÇU COMME POPULAIRE ET COMPATIBLE

Pour certaines personnes, le covoiturage est un mode de transport de dernier recours et non un choix de déplacement responsable.

Outils principaux de GDT :

- **IMAGE DE MARQUE, DIFFUSION DE MESSAGE ET POSITIONNEMENT** – concevoir des messages significatifs qui font la promotion de l’image positive du covoiturage.
- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – obtenir l’engagement et la participation des groupes clés, rehausser le niveau de sensibilisation du public, créer des partenariats et encourager les gens à faire l’essai du covoiturage pour un plus grand nombre de déplacements.
- **STATIONNEMENTS POUR COVOITURAGE** – visibilité aux points de destination.
- **VOIES RÉSERVÉES AUX VÉHICULES MULTIOCCUPANTS** – rappeler de manière visible à tous les conducteurs qu’il est préférable de faire du covoiturage.

3.3.5 APPUYER DE L’INTENSIFICATION DES AMÉNAGEMENTS

De nombreuses collectivités intègrent un objectif d’intensification à leurs plans de gestion de la croissance et d’aménagement du territoire. Toutefois, cette idée peut faire face à une certaine résistance de la part des résidents des quartiers existants, ainsi que de la part des résidents potentiels des nouveaux quartiers qui préfèrent aménager dans un environnement calme et à faible densité. Dans de nombreux cas, l’intensification augmente également la forte pression déjà exercée sur les infrastructures.

RÉDUIRE LA DEMANDE DE STATIONNEMENT DANS LES NOUVEAUX AMÉNAGEMENTS COMMERCIAUX

Les initiatives de GDT peuvent contribuer à atténuer les préoccupations des intervenants à

propos des effets négatifs des nouveaux aménagements commerciaux, surtout sur les terrains intercalaires. La réduction de la demande de stationnement prévue, et par le fait même des exigences en matière d’offre de stationnement, constitue un résultat efficace et automatique des mesures de GDT.

Outils principaux de GDT :

- **INCITATIFS LIÉS AUX TARIFS DE TRANSPORT EN COMMUN** – les laissez-passer de transport en commun subventionnés par les promoteurs à l’intention des locataires de nouveaux immeubles commerciaux peuvent contribuer à réduire les besoins en matière d’offre de stationnement.
- **STATIONNEMENTS POUR VÉLOS** – les stationnements pour vélos adéquats, sécuritaires et pratiques peuvent contribuer à réduire les exigences de l’offre en matière de stationnement (peuvent parfois faire l’objet de codes dans les règlements de zonage).
- **DOUCHES, VESTIAIRES ET CASIERS** – l’aménagement d’installations pour navetteurs actifs adéquates, sécuritaires et pratiques au travail peuvent contribuer à réduire les exigences en ce qui concerne l’offre de stationnement.
- **STATIONNEMENTS POUR COVOITURAGE** – l’aménagement de stationnements adéquats et pratiques pour le covoiturage peut réduire les exigences en matière d’offre de stationnement.
- **SOUTIEN DES SERVICES DE PARTAGE DE VÉHICULES** – fournir des espaces de stationnement pour les services de partage de véhicules utilisés par des locataires commerciaux afin de réduire les exigences en matière d’offre de stationnement.
- **PARTICIPATION DE L’EMPLOYEUR** – encourager les lieux de travail à tirer profit des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts à leurs employés et à

apporter les changements requis au travail pour appuyer les objectifs de GDT.

- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL** – fournir de l’aide directe aux promoteurs, gestionnaires immobiliers et aux locataires dans le cadre d’un processus continu de planification, de mise en œuvre et de révision des mesures de GDT.

RÉDUIRE LA DEMANDE DE STATIONNEMENT DANS LES NOUVEAUX AMÉNAGEMENTS RÉSIDENTIELS

Les initiatives de GDT peuvent contribuer à atténuer les préoccupations des intervenants à propos des effets négatifs des nouveaux aménagements résidentiels, surtout sur les terrains intercalaires. La réduction de la demande de stationnement prévue, et par le fait même des exigences en matière d’offre de stationnement, constitue un résultat efficace et automatique des mesures de GDT.

Outils principaux de GDT :

- **INCITATIFS LIÉS AUX TARIFS DE TRANSPORT EN COMMUN** – les laissez-passer de transport en commun subventionnés par les promoteurs à l’intention des locataires de nouveaux immeubles résidentiels peuvent contribuer à réduire les besoins en matière d’offre de stationnement.
- **STATIONNEMENTS POUR VÉLOS** – les stationnements pour vélos adéquats, sécuritaires et pratiques peuvent contribuer à réduire les exigences de l’offre en matière de stationnement (peuvent parfois faire l’objet de codes dans les règlements de zonage).
- **SOUTIEN DES SERVICES DE PARTAGE DE VÉHICULES** – fournir des espaces de stationnement pour les services de partage de véhicules utilisés par des locataires de condominiums afin de réduire les exigences en matière d’offre de stationnement.

Outil secondaire de GDT :

- **TARIFICATION DU STATIONNEMENT** – permettre, encourager ou exiger le « dégroupage » des achats de terrains de stationnement d’unités de condominiums résidentiels, afin de décourager la construction excessive d’espaces de stationnement par le promoteur.

Mesure complémentaire :

- **FINANCEMENT PRÉCOCE DES SERVICES PAR LES PROMOTEURS** – garantir des niveaux de revenu minimaux pour les services de transport en commun déjà offerts avant l’occupation complète des aménagements résidentiels en zones vertes afin que le service de transport en commun puisse être fourni aux occupants dès les premières phases.

3.3.6 AMÉLIORER LA SANTÉ PUBLIQUE

De plus en plus d’attention est accordée aux liens existant entre la forme urbaine, les réseaux de transport et la santé publique. Les habitudes de déplacement influent sur la santé de deux façons principales : les émissions atmosphériques produites par les véhicules peuvent entraîner des maladies respiratoires ou d’autres maladies chroniques, et le manque d’activité physique associé à la dépendance à l’automobile peut entraîner l’obésité, le diabète de type 2 et une mauvaise santé cardiaque, entre autres problèmes.

RÉDUIRE LES ÉMISSIONS ATMOSPHÉRIQUES DÉCOULANT DES TRANSPORTS

Le remplacement de la conduite automobile par le transport actif, l’utilisation du transport en commun ou le covoiturage peut grandement contribuer à réduire les émissions des véhicules, mais on peut aussi contribuer à réduire ces émissions en conduisant moins, en conduisant de façon écoénergétique et en évitant la congestion routière.

Outils principaux de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – faire participer les personnes concernées à un dialogue sur leurs habitudes et besoins de transport personnels, ainsi que sur les avantages offerts par l’essai de nouvelles habitudes.
- **INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX CONDUCTEURS** – coordonner la collecte, la synthèse et la diffusion de l’information sur les activités et conditions routières; peut être particulièrement utile pour minimiser les émissions atmosphériques lorsque des conditions routières inattendues se présentent.
- **ÉDUCATION DES CONDUCTEURS** – obtenir l’engagement des conducteurs et fournir des outils pour les aider à sauver du temps, à utiliser moins de carburant et à faire des économies.

Outil secondaire de GDT :

- **INCENTATIFS LIÉS À LA MISE À LA FERRAILLE DES VÉHICULES** – encourager le retrait de la circulation active des véhicules plus âgés et plus polluants; ce programme doit être conçu avec prudence pour maximiser le rendement du capital investi.

ENCOURAGER L’ACTIVITÉ PHYSIQUE

Voir les orientations **ACCROÎTRE LE CYCLISME** et **ACCROÎTRE LA MARCHÉ** ci-dessus dans la présente section pour obtenir la grande gamme des outils de GDT qui engendrent et encouragent des niveaux plus élevés d’activité physique.

Outil principal de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – faire participer les personnes concernées à un dialogue sur leurs habitudes et besoins de transport personnels, ainsi que sur les avantages en matière de santé qui sont offerts par l’essai de nouvelles habitudes; l’approche peut être personnalisée pour répondre aux besoins et aux intérêts de segments clés,

notamment ceux des enfants, des personnes âgées et des adultes sédentaires.

3.3.7 AMÉLIORER LA POSITION CONCURRENTIELLE DES COLLECTIVITÉS

Les collectivités ont souvent comme objectif d’attirer le plus grand nombre possible de nouveaux résidents et de nouvelles entreprises. On considère souvent que la capacité d’attirer des travailleurs du savoir, de jeunes familles et des membres de la « classe créative » est un signe précurseur de la croissance des investissements et de l’économie.

AMÉLIORER L’IMAGE DE SOI SUR LE PLAN CIVIQUE

Bien que la transformation de l’image d’une collectivité puisse sembler un processus mystérieux, l’image de soi collective des résidents de cette collectivité joue certainement un rôle de premier plan. Le transport est fondamentalement lié aux questions de choix personnel et de mode de vie familial, et les progrès réalisés vers le développement durable peuvent encourager les résidents à percevoir leur collectivité comme une collectivité verte, saine et progressive.

Outils principaux de GDT :

- **IMAGE DE MARQUE, DIFFUSION DE MESSAGE ET POSITIONNEMENT** – concevoir des messages significatifs qui font la promotion d’habitudes de vie saines et durables et des avantages offerts par les choix de déplacement pour la société, l’économie et l’environnement.
- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – obtenir l’engagement et la participation des groupes clés, générer de l’enthousiasme et célébrer les réussites tout en créant des partenariats et en encourageant l’essai de nouvelles habitudes.

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – faire participer les personnes concernées à un dialogue sur leurs habitudes et besoins de transport personnels, ainsi que sur les avantages en matière de santé qui sont offerts par l’essai de nouvelles habitudes; les organisations communautaires peuvent participer à la diffusion de messages positifs à divers publics.

RENDRE LA COLLECTIVITÉ PLUS ATTRAYANTE AUPRÈS DES EMPLOYEURS

Les programmes de GDT peuvent faire partie des nombreux facteurs que les investisseurs commerciaux potentiels recherchent dans une collectivité. Les employeurs considèrent qu’il est très positif que les organisations locales soient prêtes à aider les nouveaux travailleurs et soient en mesure d’aider ces travailleurs (qui peuvent provenir de l’extérieur) à utiliser des façons saines, efficaces et durables pour se rendre au travail.

Outils principaux de GDT :

- **PARTICIPATION DE L’EMPLOYEUR** – encourager les lieux de travail à tirer profit des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts à leurs employés et à apporter les changements requis au travail pour appuyer les objectifs de GDT.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL** – fournir de l’aide directe aux employeurs dans le cadre d’un processus continu de planification, de mise en œuvre et de révision des mesures de GDT.

Outils secondaires de GDT :

- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – aider les covoitureurs potentiels à trouver des partenaires plus facilement à l’extérieur du cercle immédiat de leur famille, leurs voisins, leurs amis et leurs collègues.
- **LAISSEZ-PASSER DE TRANSPORT EN COMMUN FOURNI PAR L’EMPLOYEUR** – récompenser et conserver les navetteurs qui utilisent un laissez-passer de transport en

commun et attirer de nouveaux usagers en offrant des incitatifs financiers et en facilitant l’utilisation.

- **TRANSPORT D’URGENCE JUSQU’AU DOMICILE** – fournir aux navetteurs des lieux de travail participants qui n’utilisent pas leur automobile un transport rapide et peu coûteux vers leur domicile advenant un problème personnel ou familial.

3.3.8 AMÉLIORER LES OCCASIONS ET L’AUTONOMIE POUR LES JEUNES

Les collectivités ont en général les mêmes objectifs, soit attirer et conserver de jeunes adultes au sein de la collectivité et maximiser leurs possibilités professionnelles, éducatives, sociales et récréatives.

RENDRE LE CYCLISME PLUS AVANTAGEUX ET PLUS PRATIQUE

Les jeunes adultes forment le segment de la population qui utilisent habituellement le plus le transport actif et le transport en commun pour leurs besoins de déplacement quotidiens. Les mesures prises pour rendre ces choix de déplacement plus attrayants et plus avantageux peuvent donc être très efficaces.

Outils principaux de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – faire participer les personnes concernées à un dialogue sur leurs habitudes et besoins de transport personnels, ainsi que sur les avantages offerts par l’essai de nouvelles habitudes; cette approche peut cibler les jeunes par l’entremise des écoles secondaires et les établissements d’enseignement postsecondaire.
- **FORMATION SUR LES HABILITÉS À VÉLO** – aider les cyclistes existants et potentiels à utiliser leur vélo de manière plus sécuritaire, avec plus d’aisance et plus de confiance.

- **PARTICIPATION DE L'ÉCOLE** – encourager les écoles secondaires à tirer profit des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts aux employés et aux étudiants et à apporter des changements requis à l'école pour appuyer les objectifs de GDT.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS DOMICILE-ÉCOLE** – fournir de l'aide directe au milieu scolaire dans le cadre d'un processus continu de planification, de mise en œuvre et de révision des mesures de GDT.
- **SERVICES DE SÉCURITÉ ROUTIÈRE PRÈS DES ÉCOLES** – éliminer les obstacles fondamentaux liés à la sécurité qui nuisent à l'utilisation de modes de transport plus durables pour l'école.

Outils secondaires de GDT :

- **INTÉGRATION DU CYCLISME ET DU TRANSPORT EN COMMUN** – faciliter les déplacements effectués vers différentes destinations en combinant le transport en commun et le cyclisme.
- **ORIENTATION POUR LES PIÉTONS ET LES CYCLISTES** – aider les nouveaux piétons et cyclistes à s'orienter sur des routes non familières.

Mesures complémentaires :

- **PARCOURS DE TRANSPORT EN COMMUN AUX HEURES DE POINTE AXÉS SUR LES ÉCOLES** – améliorer les options de déplacement des élèves des écoles secondaires et les aider à se rendre à leur emploi et à leurs activités de loisir après l'école.

3.3.9 AMÉLIORER LES OCCASIONS ET L'ÉQUITÉ POUR LES RÉSIDENTS À FAIBLE REVENU

Pour certains résidents à faible revenu, les coûts de possession, d'entretien et d'utilisation d'un véhicule peuvent représenter des sommes trop

élevées pour leurs ressources financières. D'autres personnes ne peuvent simplement pas se permettre de posséder un véhicule et d'autres choisissent de ne pas en avoir un. Dans tous les cas, ces personnes peuvent faire face à de grandes pertes de temps et difficultés logistiques pour combler leurs besoins quotidiens sans l'utilisation d'une automobile.

RENDRE LE CYCLISME, LE TRANSPORT EN COMMUN ET LE COVOITURAGE PLUS AVANTAGEUX ET PLUS PRATIQUES

Les mesures de GDT peuvent faire en sorte que les modes autres que l'utilisation d'une automobile soient le plus fonctionnel et le plus attrayant possible pour les résidents à faible revenu.

Outils principaux de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – faire participer les personnes concernées à un dialogue sur leurs habitudes et besoins de transport personnels, ainsi que sur les avantages offerts par l'essai de nouvelles habitudes.
- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – aider les covoitureurs potentiels à trouver des partenaires plus facilement à l'extérieur du cercle immédiat de leur famille, leurs voisins, leurs amis et leurs collègues.
- **FORMATION SUR LES HABILITÉS À VÉLO** – aider les cyclistes existants et potentiels à utiliser leur vélo de manière plus sécuritaire, avec plus d'aisance et plus de confiance; la formation peut également inclure les habiletés d'entretien des vélos et des services comme le partage d'outils.
- **INCITATIFS LIÉS AUX TARIFS DE TRANSPORT EN COMMUN** – éliminer les obstacles qui nuisent à l'utilisation du transport en commun et auxquels font face les usagers à faible revenu comme les personnes âgées ou les familles qui bénéficient de l'aide sociale.

Outil secondaire de GDT :

- **PARTENARIATS DE SERVICES DE TRANSPORT COMMUNAUTAIRE** – accroître le nombre d’options offertes aux personnes qui n’ont aucune ou presque aucune option, en particulier dans les petites collectivités et les collectivités rurales qui n’offrent aucun service de transport en commun conventionnel.

3.3.10 RÉSOUDRE LES PROBLÈMES DE CIRCULATION ET DE STATIONNEMENT DANS CERTAINS SECTEURS

Les mesures de GDT sont souvent prises en considération afin d’atténuer les impacts de la demande excessive en matière de circulation et de stationnement. Bien que cela soit certainement possible, il est important de souligner que cela requiert de la persistance et de la détermination et même probablement la volonté de prendre des risques et d’utiliser des mesures dissuasives.

RÉSOUDRE LES PROBLÈMES DE CIRCULATION OU DE STATIONNEMENT DANS LES SECTEURS D’EMPLOI

La nature habituelle du navettage et le potentiel de collaboration des employeurs avec les gouvernements et d’autres partenaires à propos des mesures de GDT font en sorte que les secteurs d’emploi sont les secteurs les plus souvent visés par les programmes de GDT.

Outils principaux de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – faire participer les personnes concernées à un dialogue sur leurs habitudes et besoins de transport personnels, ainsi que sur les avantages offerts par l’essai de nouvelles habitudes; cette approche peut être utilisée dans les lieux de travail.

- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – aider les covoitureurs potentiels à trouver des partenaires plus facilement à l’extérieur du cercle immédiat de leur famille, leurs voisins, leurs amis et leurs collègues.
- **TARIFICATION DU STATIONNEMENT** – améliorer la position concurrentielle des options de transport autres que la conduite automobile. La pertinence, l’efficacité et l’opposition publique potentielle dépendent grandement des conditions du marché local.
- **PARTICIPATION DE L’EMPLOYEUR** – encourager les lieux de travail à tirer profit des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts à leurs employés et à apporter les changements requis au travail pour appuyer les objectifs de GDT.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL** – fournir de l’aide directe aux employeurs dans le cadre d’un processus continu de planification, de mise en œuvre et de révision des mesures de GDT.
- **LAISSEZ-PASSER DE TRANSPORT EN COMMUN FOURNI PAR L’EMPLOYEUR** – récompenser et conserver les navetteurs qui utilisent un laissez-passer de transport en commun et attirer de nouveaux usagers en offrant des incitatifs financiers et en facilitant l’utilisation.

Outil secondaire de GDT :

- **INFORMATION EN TEMPS RÉEL AUX CONDUCTEURS** – coordonner la collecte, la synthèse et la diffusion de l’information sur les activités et conditions routières; peut être particulièrement utile pour gérer activement les niveaux de congestion sur les principales routes et pour aider les conducteurs à trouver des installations de stationnement qui n’affichent pas complet.

RÉSOLURE DES PROBLÈMES DE CIRCULATION OU DE STATIONNEMENT DANS LES SECTEURS D'ENSEIGNEMENT POSTSECONDAIRE

Les établissements universitaires et collégiaux sont souvent des chefs de file en matière de GDT dans leurs collectivités puisque bon nombre d'entre eux ont une population étudiante et des effectifs en croissance rapide et qu'ils font face à une diminution des terrains vacants et à certaines contraintes budgétaires lorsqu'ils veulent construire des installations de stationnement.

Outils principaux de GDT :

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – faire participer les personnes concernées à un dialogue sur leurs habitudes et besoins de transport personnels, ainsi que sur les avantages offerts par l'essai de nouvelles habitudes; cette approche peut être utilisée dans les résidences, dans les facultés et à l'intention du personnel, ainsi qu'auprès de la population étudiante en général, particulièrement au début de l'année universitaire.
- **JUMELAGE DE COVOITUREURS** – aider les covoitureurs potentiels à trouver des partenaires plus facilement à l'extérieur du cercle immédiat de leur famille, leurs voisins, leurs amis et leurs collègues.
- **TARIFICATION DU STATIONNEMENT** – améliorer la position concurrentielle des options de transport autres que la conduite automobile. La pertinence, l'efficacité et l'opposition publique potentielle dépendent grandement des conditions sur le campus.
- **STATIONNEMENTS POUR COVOITURAGE** – fournir des espaces de stationnement privilégiés aux covoitureurs; cette mesure peut être très efficace sur les grands campus où les distances entre les terrains de stationnement et les principales destinations sont longues.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS POUR LE TRAVAIL** – fournir de l'aide directe aux établissements d'enseignement postsecondaire dans le cadre d'un processus continu de planification, de mise en œuvre et de révision des mesures de GDT.
- **LAISSEZ-PASSER DE TRANSPORT EN COMMUN FOURNI PAR L'EMPLOYEUR** – récompenser et conserver les navetteurs qui utilisent un laissez-passer de transport en commun et attirer de nouveaux usagers en offrant des incitatifs financiers et en facilitant l'utilisation.
- **LAISSEZ-PASSER UNIVERSEL DE TRANSPORT EN COMMUN POUR LES ÉTUDES POSTSECONDAIRES** – faire du transport en commun une option abordable pour plus d'étudiants (pour le navettage et les autres déplacements) et garantir les revenus requis pour investir dans l'amélioration des services sur les campus.

RÉSOLURE DES PROBLÈMES DE CIRCULATION OU DE STATIONNEMENT PRÈS DES ÉCOLES

Les préoccupations liées à la congestion routière, aux conditions routières non sécuritaires et à la capacité de stationnement limitée font souvent partie des facteurs qui motivent les écoles à examiner les mesures de GDT telles que les plans de transport scolaire.

Outils principaux de GDT :

- **INCITATIFS LIÉS AUX TARIFS DE TRANSPORT EN COMMUN** – rendre le transport en commun plus abordable et plus attrayant; cette approche peut comprendre des laissez-passer pour étudiants à prix réduit valides pendant toute l'année universitaire.
- **PARTICIPATION DE L'ÉCOLE** – encourager les écoles secondaires à tirer profit des outils et services de GDT qui leur sont offerts et qui sont offerts aux employés et aux étudiants et à apporter des changements requis à l'école pour appuyer les objectifs de GDT.

- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS DOMICILE-ÉCOLE** – fournir de l’aide directe au milieu scolaire dans le cadre d’un processus continu de planification, de mise en œuvre et de révision des mesures de GDT.
- **SERVICES DE SÉCURITÉ ROUTIÈRE PRÈS DES ÉCOLES** – éliminer les obstacles fondamentaux liés à la sécurité qui nuisent à l’utilisation de modes de transport plus durables pour l’école.

Outils secondaires de GDT :

- **FORMATION SUR LES HABILITÉS À VÉLO** – aider les cyclistes existants et potentiels à utiliser leur vélo de manière plus sécuritaire, avec plus d’aisance et plus de confiance; la formation peut être donnée en classe ou dans le cadre de programmes para-professionnels.
- **STATIONNEMENTS POUR VÉLOS** – améliorer l’accessibilité, la sécurité et l’aspect pratique des stationnements pour vélos.

Mesure complémentaire :

- **PARCOURS DE TRANSPORT EN COMMUN AUX HEURES DE POINTE AXÉS SUR LES ÉCOLES** – améliorer les options de déplacement des élèves des écoles secondaires et les aider à se rendre à leur emploi et à leurs activités de loisir après l’école.

RÉSOLURE D’AUTRES PROBLÈMES DE CIRCULATION OU DE STATIONNEMENT DANS LA COLLECTIVITÉ

Les déplacements non liés au travail ou à l’école représentent une grande proportion des déplacements effectués dans une collectivité, et ils comprennent les déplacements vers des destinations non habituelles, des destinations à des fins sociales ou récréatives, ou pour les emplettes ou les affaires personnelles.

Outils principaux de GDT :

- **ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX** – obtenir l’engagement et la participation des groupes clés, rehausser le niveau de sensibilisation du

public, créer des partenariats et encourager les gens à faire l’essai de nouvelles habitudes; peut comprendre les campagnes qui encouragent les résidents à appuyer les marchands locaux ou les événements dans les rues publiques qui permettent aux résidents et aux marchands de profiter d’un environnement sans automobile.

- **MARKETING INDIVIDUALISÉ** – faire participer les personnes concernées à un dialogue sur leurs habitudes et besoins de transport personnels, ainsi que sur les avantages offerts par l’essai de nouvelles habitudes; une approche s’adressant directement aux familles peut contribuer à réduire les déplacements de proximité et à atteindre des objectifs tels que ceux liés à la promotion du cyclisme et de la marche pour les courts déplacements.
- **SOUTIEN À LA PLANIFICATION DES DÉPLACEMENTS VERS DIFFÉRENTES DESTINATIONS** – aider les partenaires (p. ex., les organisateurs de festivals et d’événements sportifs) à mettre en place des mesures qui contribuent à éliminer les barrières qui empêchent leurs clients et visiteurs d’utiliser le transport durable.

4 Conclusion

Les paragraphes suivants présentent quelques remarques finales sur le guide.

Le changement des habitudes est une initiative essentielle pour répondre aux défis actuels de mobilité au Canada. Les problèmes liés à la dépendance aux carburants fossiles, aux changements climatiques, aux déficits économiques, à la congestion routière chronique et au niveau élevé d'inactivité physique ne peuvent pas être réglés, ni uniquement ni principalement, par des solutions reposant sur l'utilisation de la technologie ou des routes et qui sont axées sur l'offre. Il est donc prioritaire de façonner les habitudes de déplacement pour qu'elles soient compatibles avec les objectifs et contraintes du Canada.

Le marketing social constitue une approche efficace et globale qui peut influencer les comportements. Cette approche met l'accent sur la nécessité d'identifier et de comprendre les principaux segments de la population, de tenir compte des nombreuses méthodes qui peuvent être utilisées pour rendre un comportement voulu plus attrayant par rapport aux comportements existants et de prendre les mesures requises pour influencer directement les décisions des particuliers, ainsi que celles qui influent sur les environnements dans lesquels ces décisions sont prises.

Dans le cadre des efforts menés par les gouvernements et leurs partenaires pour influencer les habitudes de déplacement, la GDT est un complément essentiel aux changements apportés à l'aménagement du territoire et à l'offre de transport. Non seulement les mesures de GDT influencent les particuliers de manière telle que les changements à l'environnement physique ne pourraient le faire, la mise en œuvre combinée de mesures de GDT et de mesures physiques se

soutenant mutuellement peut être particulièrement efficace.

Il est essentiel d'obtenir de l'information descriptive sur les niveaux d'activité, les obstacles et les facteurs de motivation des principaux segments des transports pour influencer les habitudes de manière efficace.

Le marketing social, lorsqu'il est adéquatement utilisé, peut être à la fois efficient et efficace parce qu'il encourage la mise en place des bonnes mesures pour les bons groupes. Pour ce faire, il est essentiel d'avoir une bonne compréhension de ces segments — qui sont-ils et où sont-ils, quels sont leurs obstacles comportementaux, quels sont leurs facteurs de motivation et comment peut-on les atteindre. Les études de marché locales sont fondamentales pour l'acquisition de cette compréhension.

Les conseils pratiques du présent guide représentent un point de départ utile et équilibré. Le présent guide vise à présenter un compromis acceptable entre la théorie du marketing social (qui recommande que chaque marché soit considéré unique, ce qui est en soi un objectif louable mais souvent impossible) et une approche de GDT universelle. Pour ce faire, il recommande des mesures de GDT qui peuvent s'avérer pertinentes et appropriées dans différents contextes et pour différents objectifs. Autrement dit, il propose un compromis équilibré entre la méthode qui recommande que chaque collectivité soit considérée de façon totalement unique et celle qui recommande que toutes les collectivités soient considérées de la même manière.

Les lecteurs sont invités à appliquer les conseils de ce guide de manière prudente, et ce, de concert avec l'expérience et le savoir locaux. Les conseils présentés dans le guide correspondent à des suggestions et non à des

obligations. Ils visent à aider les lecteurs à dresser une courte liste de stratégies et d'outils de GDT qui devront faire l'objet de consultations et d'analyses plus approfondies. Les lecteurs doivent tenir compte de la pertinence et de l'applicabilité de chaque outil suggéré afin de choisir les outils qui conviennent le mieux à leur propre situation, à leurs priorités et à leurs ressources.

Les lecteurs sont invités à obtenir d'autres conseils. Un grand nombre de guides, d'études de cas et de rapports de recherche qui ont déjà été publiés (voir les **RESSOURCES ADDITIONNELLES**) offrent des conseils avisés sur divers aspects de la planification et de la mise en place de la GDT.

Les lecteurs sont invités à examiner les facteurs de réussite présentés à la SECTION 1.2.3. La réussite à long terme des stratégies de GDT requiert l'harmonisation organisationnelle, des partenariats durables, une approche concertée, de la persévérance et la volonté d'innover et de mettre à profit l'expérience acquise.