

DÉVELOPPEMENT DU COVOITURAGE À TOULOUSE – PROJET MOBILIS

Contexte de la prestation

Diminuer la part des déplacements effectués en voiture particulière, spécialement à l'heure de pointe est l'un des objectifs du PDU toulousain. Ceux-ci représentent 77% des trajets domicile-travail sur l'agglomération. En 2003, l'association loi de 1901 « Covoituval » a été créée pour développer le covoiturage dans la zone Sud-Est de l'agglomération.

Dans le cadre du projet Mobilis, une des mesures visait à développer la pratique du covoiturage à l'échelle de l'ensemble de l'agglomération par :

- une consolidation des services existants de covoiturage
- une amélioration de leur efficacité et de leur niveau de service
- la création d'un service dédié pour gérer et promouvoir le covoiturage à l'échelle de l'agglomération comme un service complémentaire aux transports publics.

La mise en œuvre de cette mesure a été réalisée en plusieurs étapes:

- *Évaluation de Covoituval (Septembre – Novembre 2005)*
Tisséo a commandé un audit en 2005 pour mettre en lumière les points forts et les faiblesses de Covoituval.
 - o L'association avait 400 adhérents, majoritairement des femmes dont 50 covoituraient régulièrement. Les covoitureurs passagers avaient économisé près de 25 000 km en deux ans.
 - o L'association avait besoin d'au moins trois jours pour « connecter » des covoitureurs.
 - o Les actions de dissémination étaient principalement orientées vers le grand public, ciblant les particuliers. Elles avaient peu d'impact.L'audit a souligné que pour développer et promouvoir le covoiturage, il était nécessaire de renforcer les liens entre Covoituval et Tisséo, qu'il fallait améliorer les pratiques de promotion et de marketing de Covoituval et organiser des campagnes d'information tournées vers les entreprises.
- *Création de la maison de la mobilité et campagne d'information vers les entreprises (Septembre 2005 – Mars 2006)*
Lors de la création de la maison de la mobilité, le personnel de l'association Covoituval a été intégré dans cette nouvelle structure tout en gardant ses anciennes missions. Les sites Internet de Covoituval, de la maison de la mobilité et du Sicoval ont été mis en relation. L'association a ainsi renforcé sa crédibilité et commencé à nouer des liens avec les représentants de grandes entreprises de la zone de Labège Innopole.
- *Amélioration des méthodes de Covoituval (Mars 2006 – Juin 2006)*
En mars 2006, Covoituval a défini une charte de bonnes pratiques qu'il demande à chaque utilisateur de signer afin d'enrayer les barrières habituelles : les données d'inscription sont confidentielles, Covoituval propose des profils anonymes de partenaire, vérifie les permis et assurances des chauffeurs, le contrôle technique des véhicules et assure le retour dans le cas où le chauffeur n'est pas disponible pour le trajet retour. Les campagnes de promotion du covoiturage ont été principalement tournées vers les entreprises.
- *Contrats entre Covoituval et les entreprises (Juin 2006 – Décembre 2007)*
A partir de juin 2006, plusieurs entreprises importantes ont signé un contrat avec Covoituval pour organiser ou gérer la base de données des covoitureurs.
- *Etude et création de l'agence centrale de mobilité (Septembre 2007 – Janvier 2009)*
En janvier 2008, Covoituval a été intégré dans la structure de la future agence de mobilité pilotée par Tisséo, autorité organisatrice des transports de l'agglomération, dont la maison de la mobilité restera une antenne locale de cette agence.

Objectifs de l'évaluation

La Zelt a assuré l'évaluation de cette mesure qui visait à limiter la congestion due aux trajets individuels au niveau de l'agglomération et leurs conséquences en terme de consommation d'énergie et de pollution. Les objectifs quantifiés pour la période du projet Mobilis étaient les suivants :

- atteindre au moins 1 000 inscrits au covoiturage
- avoir au moins 500 covoitureurs réguliers

- réduire le nombre de trajets individuels en voiture d'au moins 1 000 pendant la durée du projet.

Conditions de réalisation

L'évaluation du covoiturage est basée sur l'utilisation des indicateurs suivants :

- le nombre de visites sur les sites Internet de Covoituval et de la maison de la mobilité en lien avec le covoiturage ;
- le nombre mensuel de nouveaux inscrits pour des trajets en covoiturage ;
- le nombre de personnes « connectées » avec succès (ie des personnes qui ont confirmé à Covoituval qu'elles covoiturent) ;
- le nombre de kilomètres parcourus par les covoitureurs incluant le nombre de kilomètres parcourus comme chauffeur ou comme passager
- le carburant, les montants et les kilos de CO2 économisés par les covoitureurs.

Les données utilisées sont celles recueillies par l'association Covoituval. De plus, un questionnaire a été envoyé à l'ensemble des covoitureurs inscrits.

Une situation « fil de l'eau » a été établie à partir des résultats de l'étude SOFRES « Mobilité et augmentation du prix du carburant » qui indiquent :

- une baisse annuelle de 4% de l'usage quotidien de la voiture après l'augmentation du prix du carburant en septembre 2005
- une augmentation de 36% du covoiturage (incluant les pratiques familiales). On prendra un taux de 30% « d'accroissement naturel » par année pour construire le scénario « fil de l'eau »
- la longueur moyenne d'un trajet sera la moyenne mensuelle observée.

Principaux résultats

Entre décembre 2005 et décembre 2007, le nombre de nouvelles personnes enregistrées pour faire du covoiturage, en particulier pour les trajets domicile travail, a approximativement été multiplié par 2,5. En comparaison avec la situation fil de l'eau, les augmentations observées sont particulièrement élevées pour les personnes connectées avec succès dont le nombre a été multiplié par 5,4.

En décembre 2007, 45% des personnes enregistrées pour des trajets domicile travail avaient créé des équipes de covoiturage, 38,2% d'entre eux sont des covoitureurs réguliers. Au total, 17,1% des personnes enregistrées font régulièrement du covoiturage.

La passation de contrat entre Covoituval et les grandes entreprises favorise les connexions réussies entre personnes ; la méthode de gestion des covoitureurs de Covoituval incite particulièrement le covoiturage dans les grandes entreprises où un grand nombre de salariés travaillent au même endroit. On note un délai de latence entre le moment où une entreprise signe un contrat avec Covoituval et le début des trajets en covoiturage.

Le covoiturage présente des variations saisonnières avec une baisse en juillet et août et une augmentation en septembre et octobre.

La longueur du trajet moyen augmente régulièrement entre 2005 et 2007 passant de 4 à 12km.

Le nombre de kilomètres couverts par les covoitureurs croît significativement entre février 2005 et décembre 2007. Ce nombre augmente moins vite que le nombre de kilomètres évités en tant que passager, ce qui laisse supposer que, pour quelques équipages, plus de deux personnes utilisent la même voiture.

En terme de nombre de trajets individuels évités, l'économie est de 383 trajets alors que la cible était de 1000.

Si l'on donne un prix au kilomètre de 0,4€ on obtient une économie de 322 000 € environ en 3 ans.

En terme de consommation d'énergie, l'ADEME estime qu'une voiture consomme en moyenne 0,06 litre par kilomètre, l'activité de Covoituval aurait généré en 3ans une économie globale de 48 281 litres. En termes d'équivalent CO2, l'économie se monte à 312 00 kilos de CO2.

Les réponses au questionnaire (139 réponses) ont permis de recueillir d'autres précisions :

- 81% des répondants utilisaient auparavant leur véhicule
- seulement un répondant n'a pas de permis de conduire
- la majorité des répondants vivent près d'une station de transport public

- des raisons économiques (prix du carburant) et/ou les contraintes du transport public motivent le choix du covoiturage.

Conclusion

Le covoiturage s'est effectivement développé sur l'agglomération toulousaine, en particulier grâce à la visibilité et au soutien financier des organismes locaux. L'objectif initialement fixé n'a cependant pas pu être atteint.

La mise en place de la future agence de mobilité à l'échelle de l'agglomération toulousaine et la poursuite de campagne d'information auprès des entreprises, en partenariat avec Tisséo lors de l'élaboration des plans de déplacements d'entreprise, va permettre un développement encore plus important du covoiturage dans l'agglomération.