



Comment animer le Challenge de la Mobilité en Interne, et selon ses ambitions ?

Guide 2020 réalisé par :



Avec les témoignages des référents de :





SOMMAIRE

Préparer votre participation au Challenge de la Mobilité

Choisir le périmètre du Challenge et intégrer l'action dans sa stratégie

P.4

Définir une équipe projet

P.5

Communiquer auprès des salariés

P.6

Outiller les salariés pour les préparer à modifier leurs comportements

P.8

Réunir des ambassadeurs mobilité

Informar sur les différents modes de transport à travers des animations

Pendant la semaine de la mobilité

P.10

Rappeler les modalités de participation

Organiser un challenge dans le Challenge

Après le Challenge

P.11

Recueillir les résultats des salariés

Valoriser les initiatives des collaborateurs

Capitaliser pour en faire une démarche + pérenne

Conclusion

P.15



Le Challenge de la Mobilité Hauts-de-France vous invite à **mobiliser vos collaborateurs vers une mobilité plus durable** en pratiquant la marche, le vélo, la trottinette, le covoiturage, les transports en commun pour les déplacements domicile/travail ou encore le télétravail.

Par son approche ludique, il vise à enclencher ou conforter des habitudes de déplacements plus durables, qui répondent **aux enjeux climatiques et environnementaux**, tout en désencombrant les routes, en soulageant le budget déplacements et en favorisant la qualité de vie au travail des salariés.

Ce guide vise, grâce à des **conseils pratiques et des retours d'expériences** d'établissements participants, à vous outiller afin **que vous puissiez préparer au mieux votre participation à cet évènement et entrer dans une démarche plus ambitieuse de conduite du changement** ou de Plan de Mobilité Employeur ; le tout selon la localisation, la taille, le secteur d'activités de votre établissement.



PRÉPARER VOTRE PARTICIPATION AU CHALLENGE DE LA MOBILITÉ

CHOISIR LE PÉRIMÈTRE DU CHALLENGE ET INTÉGRER L'ACTION DANS SA STRATÉGIE

Le Challenge peut être vu comme un événement ponctuel, rendez-vous annuel, ou venir alimenter une stratégie RSE ou mobilité durable déjà ancrée. Pour les structures ayant un Plan de Mobilité Employeur, c'est l'occasion de raviver le sujet auprès des collaborateurs par le biais de ce Challenge. Pour les autres, c'est un outil facile à mettre en place avant de lancer toute démarche.

Amiens Métropole a participé au Challenge de la Mobilité bien avant de voter son Plan de Déplacements d'Administration, et l'**abej SOLIDARITE** l'a intégré dans la "semaine verte" au cours de laquelle "chaque structure devait participer au Challenge mais devait aussi faire d'autres actions en faveur de l'environnement (zéro déchet...)".

Si votre établissement a des "voisins" entreprises, collectivités, associations comme sur une zone d'activités, un campus ou en centre-ville par exemple, n'hésitez pas à les convier à votre démarche et à organiser un "challenge dans le Challenge" entre vous ou encore vous coordonner pour réaliser une communication ou des animations en commun !

L'équipe **Auchan RedBirds** profite des différents challenges pour se rapprocher de capitaines d'équipe de vélotisseurs des entreprises voisines, notamment sur le Parc de la Haute Borne, et font ainsi remonter collectivement des sujets auprès des acteurs de la mobilité.

www.challenge-mobilite-hdf.fr



DÉFINIR UNE ÉQUIPE PROJET

Le Challenge de la Mobilité peut être porté par le référent seul, mais - surtout dans le cas de structures en multi-sites - il reste important de savoir s'entourer pour mener à bien le projet.

Le Challenge a été animé chez **Adeo** par 2 personnes, en lien avec un groupe de travail rassemblant les services RSE, communication interne, ainsi qu'un externe très actif sur la thématique du vélo. Auchan Retail a également adopté ce mode de fonctionnement, et c'est un collectif de cyclistes, les RedBirds, qui animent l'évènement en lien avec les services support.

Chez **Amiens Métropole**, les 2 référentes ont fait appel aux directions communication, patrimoine culturel, santé publique, garage interne, et les directeurs des sites satellites, le tout avec l'accord du Directeur des Services Généraux. Elles se sont aussi fait accompagner par Keolis Amiens pour les aspects de promotion des transports en commun et du vélo.

À l'**abej SOLIDARITE**, c'est le directeur qui s'est saisi directement du sujet et qui a motivé les responsables de service pour s'assurer du bon relai des informations.

La formation d'un groupe projet permet de mutualiser compétences, idées, et de profiter des disponibilités et connaissances de chacun pour mener un projet cohérent avec la stratégie globale.



COMMUNIQUER AUPRÈS DES SALARIÉS

Le Challenge de la Mobilité ne pourra réussir sans communication auprès des salariés, acteurs du Challenge.

Afin d'outiller les établissements, la page "kit de communication" sur le site web rassemble différents outils : supports visuels, affiches, modèles d'emails, modes d'emploi, quiz à diffuser auprès des collaborateurs...

Un "kit référent" composé d'objets promotionnels du Challenge et de petits lots est également mis à disposition par l'équipe organisatrice.

Chez **Auchan Retail et Adeo**, les affiches sont personnalisées et diffusées selon les canaux internes habituels : sous forme numérique dans le réseau social interne dans les groupes dédiés (150 à 250 inscrits) aux sujets de mobilité ou de durabilité. Selon les configurations, elles peuvent également être disposées dans les endroits "stratégiques" comme les salles de restauration, de pause...



"J'avais repris les éléments du kit comm' fourni sur le site web que j'ai modifiés pour personnaliser avec notre logo, le QR Code de la communauté Vélo Adeo et le code inscription". Adeo



"Nous envoyons les flyers avec les fiches de paie du mois d'août pour que chaque agent soit au courant de l'évènement. Début Septembre les affiches sont accrochées dans chaque service et des rencontres sont organisées au sein du restaurant collectif.

Une semaine avant la tenue du Challenge, je rappelle aux différents directeurs de sites qu'il est nécessaire de bien rappeler aux salariés et résidents de venir en transports en commun, en vélo et à pied. L'information est également relayée via la newsletter environnement, diffusée à chacun de nos agents.

Nous sommes passés de 328 à 609 inscrits en un an, soit une augmentation de 154% ! Au total, 5 219 kilomètres ont été parcourus "autrement" en 2019, contre 2 987 l'année précédente.

À mon avis cette progression est le résultat d'une forte mobilisation des équipes organisatrices en amont et pendant le Challenge."

Amiens Métropole

Exemple des outils de communication déployés par Amiens Métropole :

- Flyers des évènements + affiches distribués dans les services
- Appui du service comm pour des posts sur l'intranet et le "flash info"
- Communication dédiée / stands sur les différents sites
- Relance email de tous les agents inscrits
- Relance téléphonique après le Challenge pour remplir les tableaux de participation et reporter les modes utilisés pendant la semaine.

Auchan Retail, comme **Amiens Métropole**, implique également les services communication externe ou corporate afin de valoriser leur participation au Challenge auprès de leur écosystème.



Outiller les salariés pour les préparer à modifier leurs comportements

RÉUNIR DES AMBASSADEURS MOBILITÉ

Afin de démultiplier les chances de mobiliser ses collaborateurs, le référent peut s'entourer d'ambassadeurs : des salariés qui pratiquent déjà la mobilité partagée, collective ou active... et qui pourront renseigner leurs collègues ou les encourager à sauter le pas. Dans le cas de structures de taille conséquentes ou en multi-sites, cela permet aussi d'assurer une présence du Challenge dans chaque bâtiment ou chaque service.

N'hésitez pas à les consulter sur les actions que vous imaginez mettre en place dans le cadre du Challenge, ou même à leur proposer de réaliser ensemble des animations !



"J'ai impulsé l'idée et je passe les informations à chaque directeur de site, qui prend le relais pour prévenir tous les salariés. De fait, les animations ont été très différentes selon les sites. Je sais, par exemple, qu'au siège ils ont fait un petit concours entre eux alors que sur notre site, nous avons fait des animations vélos impliquant salariés et résidents."

abej SOLIDARITE

INFORMER SUR LES DIFFÉRENTS MODES DE TRANSPORT À TRAVERS DES ANIMATIONS

L'offre de mobilité durable évoluant constamment sur le territoire régional, il est toujours utile de redonner à chacun les clefs pour s'y retrouver : itinéraires cyclables ou en transports en commun, tarifs des abonnements et modalités d'utilisation, plateforme de covoiturage, bonnes pratiques de télétravail, ou encore actions incitatives mises en place au sein de votre structure... profitez de l'évènement pour faire une piqûre de rappel !

www.challenge-mobilite-hdf.fr



Amiens Métropole a mis en place tout un programme autour du Challenge, démarrant quelques jours avant et se prolongeant jusque fin octobre ([voir le programme complet](#)). Le tout était réalisable sur le temps de travail : prise en main des vélos, trottinettes... et balades, mise à disposition de matériel et abonnements, ainsi que visite de sites emblématiques.



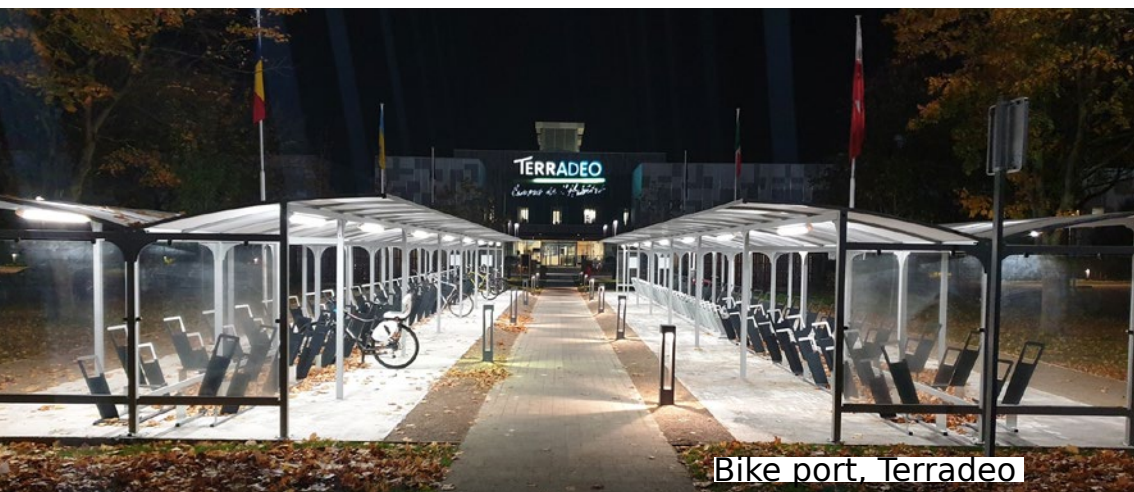
*"Le Challenge a permis d'inaugurer notre flotte de 10 vélos pour les résidents et les salariés au CHRS. Cela nous a aussi permis de faire découvrir l'indemnité kilométrique vélo qui reste méconnue de nos salariés." **abej SOLIDARITE***



*"Le Challenge a été l'occasion de faire tester la flotte de vélos à assistance électrique sur notre site de la Haute Borne **Auchan Retail***



*"L'année dernière dans le cadre de la semaine de la mobilité, nous avons sollicité Ilévia et SNCF pour qu'ils puissent présenter leurs offres. Les référents vélo ont tenu un stand pour animer la communauté et évoquer les travaux du "Bike Port". Des réparateurs, loueurs et vendeurs de vélos sont également intervenus." **Adeo***



Bike port, Terradeo



Pendant la semaine de la mobilité

RAPPELER LES MODALITÉS DE PARTICIPATION

Afin que chaque participation soit comptabilisée, il est important de bien préciser aux salariés les règles du Challenge : inscription ou non sur le site web, où noter ses trajets et indiquer les modes de transport utilisés... Et si vous organisez un concours en interne (concours photo, tirage au sort...), il est important de préciser les modalités du Challenge !

Pour vous aider, n'oubliez le « mode d'emploi salariés » ainsi que les mails types sont disponibles sur le site web du Challenge.

ORGANISER UN CHALLENGE DANS LE CHALLENGE

Au-delà de la fierté de concourir pour son employeur, la compétition entre collaborateurs, services multisites... peut favoriser l'émulation. Que ce soit sous la forme de concours récompensant la photo la plus amusante, d'un tirage au sort parmi les meilleurs résultats au quiz mobilité, ou simplement la récompense du plus grand nombre de trajets ou de km réalisés en modes durables, les solutions sont nombreuses !



"Vu que beaucoup de gens participaient, l'effet de comparaison a poussé certains à moins prendre la voiture. L'émulation collective et l'esprit d'équipe ont été un fort levier, couplé aux lots qu'il y avait à gagner. Le changement n'est pas très profond mais ça marche, donc pourquoi pas !" abej SOLIDARITE

Chez **Auchan Retail**, l'équipe des RedBirds a organisé un concours. Chaque salarié remplissait quotidiennement ses km à vélo dans un tableur partagé ; un classement automatique était réalisé et les salariés ayant parcouru les plus grandes distances à vélo remportaient les lots du kit référent.

Retrouvez des idées de concours internes sur le site web du Challenge (rubrique "bonnes pratiques") et sur declic-mobilites.org

www.challenge-mobilite-hdf.fr



APRÈS LE CHALLENGE

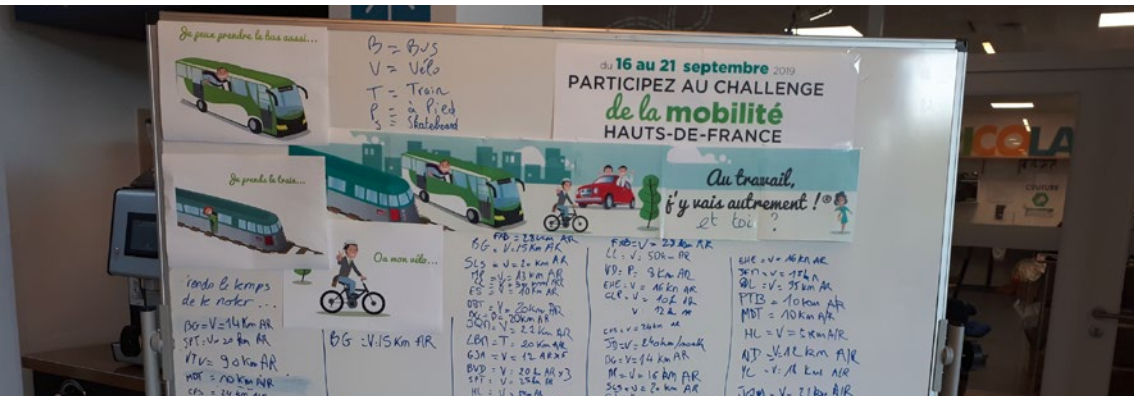
RECUEILLIR LES RÉSULTATS DES SALARIÉS

Si vous optez pour la remontée des résultats par les salariés, la démarche se fait directement sur le site web du Challenge via un formulaire dédié. Dans ce cas, votre rôle de référent sera surtout de bien rappeler à chacun de le renseigner. Si vous gérez les résultats, vous êtes libre de choisir le mode de récolte et il vous suffira ensuite de calculer les totaux (disponibles dans le règlement ou grâce au tableur Excel dans le kit comm).

Chez **abej SOLIDARITE**, les salariés remplissaient leurs trajets quotidiens sur des fiches, centralisées ensuite par le directeur.

Chez **Auchan Retail**, le référent mobilité a utilisé un tableur partagé (sur google suite) pour que tout le monde puisse comparer ses résultats à ceux des collègues. Cette solution intégrait des formules qui calculaient automatiquement le classement en temps réel.

Ce principe d'outil centralisé a été utilisé chez **Adeo**, mais avec un tableau blanc installé dans les bâtiments principaux. Ce dernier était pris en photo et partagé sur le réseau social d'entreprise.





VALORISER LES INITIATIVES DES COLLABORATEURS

Afin de faire en sorte que le Challenge joue son rôle de déclencheur de nouvelles pratiques, il est important de valoriser les efforts de chacun en les récompensant avec des lots.

abej SOLIDARITE a conclu la "semaine verte" par un grand repas festif et écoresponsable : zéro déchets, sans viande. L'association a reçu en octobre le prix de la mobilisation pour sa catégorie. Les lots reçus, en plus des goodies du kit référent, ont permis de récompenser les salariés grâce à un tirage au sort.

Chez **Amiens Métropole**, les résultats ont été communiqués lors de la réception de fin d'année. Cela permet d'avoir tous les agents et les élus réunis et aussi de préparer la mobilisation pour l'année suivante. Lors de cette cérémonie, chaque participant reçoit un lot et un huissier contrôle le tirage au sort permettant de remporter des lots plus conséquents : vélos pliants ou à assistance électrique, vol en montgolfière, repas au restaurant, sac de couchage, spectacles, etc.

CAPITALISER POUR EN FAIRE UNE DÉMARCHE + PÉRENNE

Le Challenge est un outil au service des stratégies RSE, de développement durable, de qualité de vie au travail, etc. et vient nourrir les Plans de Mobilité Employeur. En demandant aux salariés de faire un effort en termes de mobilité sur quelques jours, il peut les mettre dans une dynamique de changement plus importante.

N'hésitez pas à réaliser une photographie des modes de transport utilisés avant et après le Challenge ! En partageant cette information ou en mettant en exergue des témoignages de salariés ayant franchi le pas, vous pourrez agir sur le "maintien" de ces pratiques !



"La démarche est bien ancrée et fait partie des temps forts annuels. Depuis la création de notre plan de mobilité, il nous a permis d'être encore plus ambitieux dans les actions proposées. Tous les ans, on nous félicite pour les actions mises en place. À titre d'illustration, 50% des agents ayant testé un vélo à assistance électrique ont renouvelé leur abonnement pour un an, et certains agents continuent à pratiquer le covoiturage après le Challenge. Même par rapport à la hiérarchie. Il y a des élus qui ont des vélos, des directeurs qui viennent en train. Ils ne nous freinent aucunement pour mettre en place des actions d'écomobilité"

Amiens Métropole

Mais la réussite de cet évènement réside dans la capacité à pérenniser les bonnes pratiques de mobilité durable.

Pour cela, il ne faut pas hésiter à aller au-devant des salariés et rappeler l'intérêt collectif à participer à la démarche.

Selon le lieu d'implantation de votre site et l'offre de services et d'aménagements de mobilité durable disponibles, les différents modes n'auront pas le même succès.

Le Challenge, dans ce cadre, valorise plus largement les différentes offres de mobilité.



"Les mobilités durables progressent d'année en année mais c'est davantage une question structurelle liée à la saturation des axes routiers, à l'essor du vélo à assistance électrique et aux aménagements cyclables créés. Ces bonnes conditions liées à la communauté vélo permet son essor" **Adeo**



"J'ai reçu beaucoup de remarques de salariés qui étaient étonnés de la facilité d'aller travailler en vélo (d'autant plus pendant le déconfinement). Ils s'en rendent compte même si cela ne garantit pas un changement de comportement dans la durée."

abej SOLIDARITE

Le Challenge est un évènement qui repose sur l'effort collectif et permet de mobiliser et fédérer les équipes, et cela quel que soit le niveau hiérarchique des participants. Il peut alimenter vos actions de teambuilding.

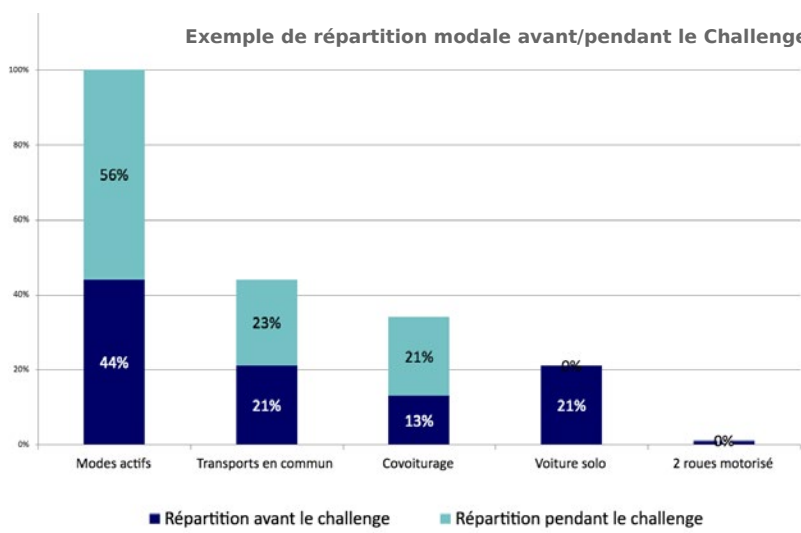


"La direction a tout intérêt à partager la démarche car cela permet de recréer du lien et une émulation collective au sein de l'association. C'est intéressant pour construire notre projet commun d'association."

abej SOLIDARITE

Chez **Auchan Retail**, la compétition et l'aspect Challenge motivent certaines personnes à prendre leur vélo. Cela permet aussi aux usagers du vélo, isolés, de rejoindre un groupe de cyclistes, ce qui peut améliorer les relations entre collègues autour de la communauté grandissante des RedBirds.

Exemple de répartition modale avant/pendant le Challenge





CONCLUSION

Le Challenge de la Mobilité Hauts-de-France ne dure qu'une semaine mais il vise le temps d'un événement :

- à impulser des changements de comportement de manière ludique auprès des salariés,
- à valoriser les bonnes pratiques et les modes alternatifs à la voiture individuelle.

Baromètre ludique, le Challenge vous permet d'avoir un suivi, année par année, de l'évolution des pratiques de vos collaborateurs et de les mobiliser vers un changement plus pérenne et responsable de leurs pratiques.

Si la communication et l'animation sont le cœur de cet événement, il bénéficiera d'un ancrage dans la stratégie de durabilité et dans l'organisation propres à votre établissement.



Retrouvez nos grands témoins :

abej SOLIDARITE

<https://www.challenge-mobilite-hdf.fr/organismes/abej-solidarite-0>

Adeo

<https://www.challenge-mobilite-hdf.fr/organismes/adeo-services>

Amiens Métropole

<https://www.challenge-mobilite-hdf.fr/organismes/amiens-metropole>

Auchan Retail

<https://www.challenge-mobilite-hdf.fr/organismes/auchan-retail-service-0>

Organisateurs du Challenge de la Mobilité Hauts-de-France

