



Développement rural
Rhône-Alpes

www.caprural.org

Agir sur la mobilité en milieu rural

S'allier pour faciliter les déplacements

Céline Hausherr

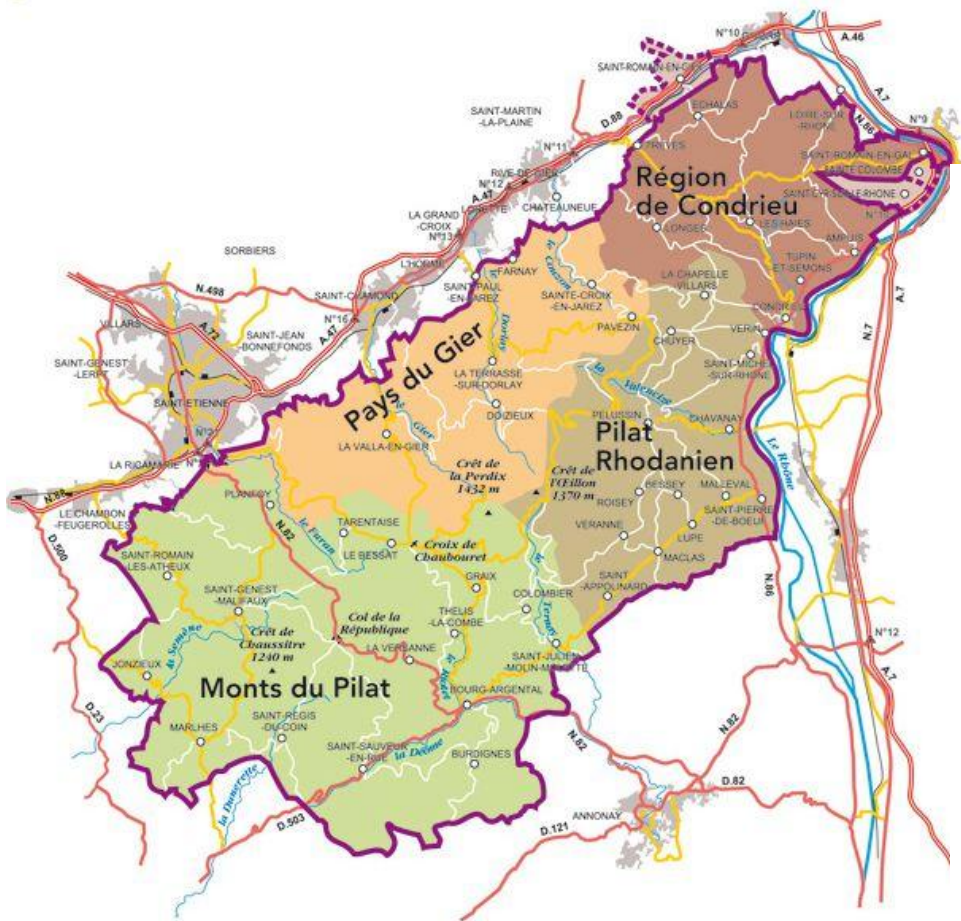
Parc naturel régional du Pilat



VILLES - CAMPAGNES

Cultivons les liens !

Carte de situation



• 700 km², 50 000 habitants (71hab/km²).

• Parc naturel régional depuis 1974 composé de 2 départements / 47 communes / 4 EPCI / 16 villes portes.

• Un territoire soumis aux influences des agglomérations voisines (Lyon, Saint-Etienne, Vienne).

• Un espace de loisirs pour les habitants des agglomérations voisines.



L'action / le projet



Parc du Pilat :

2002 : élaboration d'une stratégie territoriale « énergie »

2007 : diagnostic et pistes d'action sur la mobilité,

2009 : premier conventionnement entre le Parc et l'association Pilattitude sur l'éco-mobilité

2010 : inauguration de la Maison de la mobilité

2011 : début d'une démarche volontaire de Plan Climat Energie Territorial.

2013 : nouvelle Charte qui inscrit la mobilité au cœur de la politique en faveur « des modes de vie plus sobres et plus solidaires » (2013 -2025).



2013
innov rural

VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !

L'action / le projet

Pilattitude

Association issue de débats réalisés pendant 3 ans (2005-2007) dans le cadre du Forum Social du Pilat, sur les questions de ruralité et donc des problèmes d'isolement et de transports.

Objectifs :

faire la promotion des modes de transports conciliant liberté de déplacement et respect de l'environnement,
être le partenaire des institutions pour la mise en place d'une centrale de mobilité,
organiser le covoiturage dans les villages.



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !



L'action / le projet

Des financeurs

- la Région Rhône-Alpes

- l'ADEME

- la Maison de l'Emploi et de la Formation

- Saint Etienne métropole

VILLES - CAMPAGNES

Cultivons les liens !

Rhône-Alpes^{Région}



L'action / le projet : enjeux

Territoire fortement soumis aux migrations pendulaires
64% des actifs travaillent hors du Parc

Distance "aller" du trajet domicile - travail pour les habitants du Pilat moyenne 21km " aller " (6km de plus que la moyenne régionale)

90% de part modale de la voiture 30% des trajets font moins de 5km
Les trajets de plus de 20km représentent 77% des distances parcourues.

- **Une population sensible à la précarité énergétique** et isolée des transports collectifs (taux de motorisation 30% des revenus des ménages qui travaillent à plus de 25km de leur domicile sont consacrés au transport)

- **Un enjeu de l'économie résidentielle**
15 millions d'€ / an de revenus échappent à l'économie locale pour être consommés dans les déplacements

- **Un territoire de loisir et de découverte** pour de nombreux excursionnistes et touristes



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !

L'action / le projet : objectifs

Offrir une **mobilité pour tous** les publics (habitants et visiteurs)

Agir sur le **changement modal** : réduire la dépendance à la voiture et améliorer la qualité de vie.

Développer une **culture de la mobilité** en milieu rural

Diminuer les émissions de GES, adapter le territoire et les pratiques au pic pétrolier



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !



L'action / le projet

Accueil et renseignement du public sur les informations mobilité (horaires de bus, TER, ...).



Promotion du covoiturage, mise à disposition de vélos à assistance électrique, développement de l'auto-stop participatif.

Accompagnement de projets (Plans de déplacement pour les entreprises, prise en compte de la mobilité dans les PLU, Pédibus®,...)

Transfert et échange d'expériences au sein du territoire et à l'extérieur.

Force de propositions pour les AOT et les collectivités



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !

L'action / le projet

Originalité de la démarche

Agir à **une échelle territoriale propre au milieu rural** en lien avec les territoires qui l'entourent

Impliquer les citoyens dans les politiques de mobilité

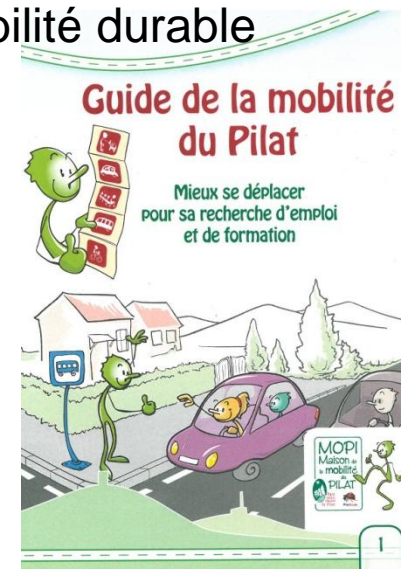
Développer une expertise sur la mobilité rurale **pertinente pour les AOT**

Encourager la transversalité et diffuser **dans les nouvelles politiques du milieu rural** une culture de la mobilité durable

Mettre autour de la table les acteurs du territoire pour viser une démarche concertée et cohérente



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !



L'action / le projet

Des partenaires : DDT, RRA, CG, Communautés de communes, communes, « experts »

Des personnes impliquées : élus Parc, membres Pilattitude, personnes relais

Une démarche sur le long terme : changement d'habitude

Des animations de terrain, mais aussi de l'accompagnement et du conseil

Une prise en compte progressive des enjeux de mobilité dans les projets d'aménagement

Un début de partenariat avec SEM, des actions de sensibilisation dans les gares (Givors, St Clair...)



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !

Les enseignements « villes-campagnes »

Contribution de l'action au lien urbain-rural

Un même public pour le Parc et ses voisins urbains : un intérêt commun

Des problématiques complémentaires :
accessibilité à la mobilité, optimiser les déplacements, limiter les impacts négatifs, gérer les flux

Des réflexions à engager ensemble pour des résolutions adaptées, mais avec des approches différentes



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !



Les enseignements « villes-campagnes »

Bénéfices de l'action sur les dynamiques de coopération urbain-rural ?

Engager le dialogue

Apporter une expertise et un transfert d'expérience

Mettre en place des actions communes

Rendre un service à la population

Crédibiliser l'action issue du milieu rural (égal à égal)

Mieux se connaître



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !

