



Agence de Mobilité Nord Isère

## Plan d'action 2017

Agence de Mobilité du Nord-Isère

Le plan d'action pour l'année 2017 proposé ici présente les grandes actions que l'Agence de Mobilité réalisera durant l'année. Certaines de ces actions sont la poursuite d'actions commencées les années précédentes ; d'autres sont plus innovantes et marquent la volonté de l'Agence et de ses élus de se renouveler et d'expérimenter de nouvelles mesures destinées à faire évoluer les comportements en matière de mobilité. Ce plan d'action se trouve dans la continuité du plan d'action de 2016, dont il tire les enseignements, et il reprend les actions prévues dans le plan d'action triennal pour 2015-2017, tout en étant en étroite cohérence avec les recommandations de l'audit réalisé en 2014.

Pour davantage d'informations sur les actions réalisées les années précédentes et la continuité des actions de l'Agence, le rapport d'activité 2016 est disponible en téléchargement sur le site de l'Agence, [www.mobilite-nord-isere.fr](http://www.mobilite-nord-isere.fr), rubrique L'Agence > Nos documents.

Le plan d'action est décomposé en 8 grandes thématiques et deux actions « support » :

- ✓ **Axe 1 : L'animation multimodale sur l'ensemble de l'offre de transport**
  - ⇒ Points d'Information Transport grand public, formations des prescripteurs, ambassadeurs
  - ⇒ Marketing individualisé
  - ⇒ Veille multimodale et guide mobilité, mise en place d'une base de données de personnes cibles
- ✓ **Axe 2 : Le développement du covoiturage**
  - ⇒ Parkings de covoiturage et schéma de parkings de covoiturage, plateforme régionale de covoiturage
  - ⇒ Animations, sensibilisation et communication auprès des covoitureurs potentiels
- ✓ **Axe 3 : Le développement de l'auto-stop organisé**
  - ⇒ Extension du réseau VAP – Voiture A Partager – ou auto-stop de proximité
- ✓ **Axe 4 : Les animations pour développer le vélo, le vélo pliant et le vélo à assistance électrique**
  - ⇒ Schéma Directeur Vélo
  - ⇒ Animations vélo grand public
  - ⇒ Aide à l'achat de vélos à assistance électrique
- ✓ **Axe 5 : Les trajets domicile-travail**
  - ⇒ Animations PIT en entreprises
  - ⇒ Mise en place d'actions covoiturage au sein des entreprises
  - ⇒ Animation vélo en entreprise et remise en selle
- ✓ **Axe 6 : Le développement de l'écomobilité scolaire**
  - ⇒ Projets et animations dans les écoles, les collèges et les lycées
- ✓ **Axe 7 : L'assistance conseil auprès des collectivités**
  - ⇒ Transport à la Demande sur la Communauté de Communes des Balcons du Dauphiné
  - ⇒ Documents d'urbanisme
- ✓ **Axe 8 : L'organisation de grands événements régionaux ou nationaux au niveau local**
  - ⇒ Fête du Vélo, Semaine Mobilité, Challenge Mobilité, Challenge scolaire, Rendez-vous de la Mobilité
- ✓ **Communication**
  - ⇒ Site web, Page Facebook, Mobilette, Relations Presse, Brève de l'Agence, Outils de communication
- ✓ **Stratégie et fonctionnement de l'Agence**
  - ⇒ Stratégie, Administration, Pilotage

## Axe 1 : L'animation multimodale

### *En continuité avec 2016*

L'Agence de Mobilité du Nord-Isère promeut l'ensemble des alternatives à la voiture individuelle. Il s'agit de transmettre aux habitants et usagers l'information concernant ces alternatives : covoiturage, vélo, marche à pied, mais aussi transports en commun. En 2016, comme en 2015, l'Agence s'est appuyée sur les Points d'Information Transport (PIT) et sur les relais du territoire pour transmettre l'information sur l'ensemble de l'offre de transports du Nord-Isère : réseau d'ambassadeurs et prescripteurs. Des actions qui se poursuivront en 2017, avec le lancement d'une nouvelle expérimentation : le marketing individualisé.

### *Les Points d'Information Transport (PIT) grand public*

**Objectifs** : Continuer à promouvoir l'information multimodale en divers lieux du territoire, en développant les PIT grâce au nouvel animateur et en confiant davantage aux ambassadeurs ; continuer les formations Garantie Jeunes et assurer la présence d'information mobilité dans les structures accueillant du public (brochures, totem...).

**Résultats attendus** : Le grand public est en possession des informations transport sur son territoire.

### *Les formations prescripteurs*

**Objectifs** : Augmenter le nombre de formations de prescripteurs, en ciblant en priorité les prescripteurs sociaux afin qu'ils relaient l'information auprès de leurs publics.

**Résultats attendus** : Les prescripteurs sont conscients des enjeux de mobilité pour leur public et capables de relayer l'information.

### *Le marketing individualisé*

**Objectifs** : Assurer un suivi personnalisé d'un échantillon de personnes en situation de précarité énergétique afin de les accompagner sur la durée vers de nouveaux comportements de mobilité.

**Résultats attendus** : Environ 20 personnes accompagnées (5 sur les quartiers prioritaires Politiques de la Ville CAPI).

### *Le réseau d'ambassadeurs*

**Objectifs** : Continuer à mobiliser l'équipe d'ambassadeurs de l'Agence pour multiplier l'action de l'Agence sur le terrain, en les mobilisant plus fréquemment dans les animations, les commissions thématiques et les formations.

**Résultats attendus** : Environ 20 ambassadeurs actifs, 1 à 2 réunions par commission thématique et 2 formations par an.

### *La veille multimodale et le guide mobilité*

**Objectifs** : Assurer une information sur les transports en commun à jour et de qualité et améliorer l'offre de transports en commun: recevoir une information actualisée sur les modifications de transports des AOM ; collecter les retours terrain des habitants du territoire ; mettre à jour le guide mobilité et en assurer une large diffusion.

**Résultats attendus** : L'Agence s'assure de recevoir les informations à jour et transmet au minimum tous les 6 mois des retours terrain aux autorités compétentes ; le guide mobilité est mis à jour et une version raccourcie est éditée.

### *La mise en place d'une base de données de personnes cibles*

**Objectifs** : Assurer le suivi des personnes rencontrées et l'évaluation des actions à l'aide d'une base de données unique ou de plusieurs bases, par thématique.

**Résultats attendus** : Avoir une ou plusieurs bases de données.

**Budget prévu : 27 541 €**

## Axe 2 : Le développement du covoiturage

### *En continuité avec 2016*

Le covoiturage est une alternative à la voiture individuelle particulièrement adaptée au territoire du Nord-Isère, en raison des distances et de son faible maillage en transports communs. C'est pourquoi il est un axe fort de la politique de l'Agence de Mobilité depuis sa création, et se décline à travers des actions de promotion et sensibilisation à la pratique du covoiturage, et la signalisation de parkings de covoiturage.

### *Parkings de covoiturage et schéma de parkings de covoiturage*

**Objectifs :** Améliorer le maillage en parkings de covoiturage du territoire du Nord-Isère, en finalisant le schéma de covoiturage à l'échelle du Nord-Isère, qui permettra de structurer l'offre de parkings sur le territoire et de combler les lieux qui en sont dépourvus. A partir de ce schéma, les communes et communautés de communes où l'installation de parkings de covoiturage est prioritaire seront identifiées et mobilisées afin de les accompagner dans l'aménagement ou la signalisation de ces nouveaux parkings de covoiturage. Les antennes commerciales seront également sollicitées, et les services sur les aires qui marchent bien seront renforcés.

#### **Résultats attendus :**

- 1 Schéma de parkings de covoiturage
- Maillage du territoire du Nord-Isère en parkings de covoiturage: environ 40 parkings de covoiturage signalés (hors CAPI) (dont 23 déjà signalés) (d'ici fin 2018)

### *Plateforme mutualisée de covoiturage à l'échelle régionale*

**Objectifs :** La Région Auvergne Rhône-Alpes a lancé sa plateforme de covoiturage en 2016. L'Agence en fera la promotion, notamment en l'intégrant à ses animations covoiturage, afin de faire connaître aux habitants du Nord-Isère cet outil régional qui peut faciliter leur pratique du covoiturage. L'Agence organisera également des retours terrain sur la plateforme et les transmettra à la Région.

**Résultats attendus :** Augmentation du nombre d'inscrits sur le secteur du Nord-Isère par rapport au nombre d'inscrits sur les sites de la CAPI et Ecovoiturage du Département de l'Isère.

### *Animations, sensibilisation et communication régulière auprès des covoitureurs potentiels*

**Objectifs :** Afin d'obtenir une augmentation significative de la pratique du covoiturage, l'Agence poursuivra la dynamique lancée en 2015 et 2016 en organisant deux « animations concentrées dans le temps et dans l'espace », qui prendront la forme d'opérations coup de poing protéiformes (animations diverses, tractage, affiches...) concentrées sur une commune et ses alentours et sur quelques semaines.

**Résultats attendus :** 2 animations concentrées dans le temps et dans l'espace ; augmentation de la pratique du covoiturage dans les communes et communautés de communes où se seront déroulées les 2 animations.

**Budget prévu : 36 729 €**

---

### Axe 3 : Le développement de l'auto-stop organisé

#### *En continuité avec 2016*

Variante du covoiturage, l'Agence a également mis en place, depuis 2014, un réseau d'auto-stop organisé – VAP, pour Voiture à Partager – qui, à la différence du covoiturage, ne nécessite pas de mise en relation préalable entre automobiliste et passager. Alors que les premières lignes de VAP ont été créées début 2014 dans les Vals du Dauphiné, deux nouvelles lignes ont été lancées en septembre 2016, permettant de rejoindre Pont de Chéruy, Crémieu et La Balme Les Grottes.

#### *Extension du réseau VAP – Voiture A Partager – ou auto-stop de proximité*

**Objectifs :** Développer le réseau VAP et son nombre d'adhérents en continuant la communication sur les lignes créées, en particulier :

- développer l'accompagnement des personnes intéressées pour les inciter à finaliser leur inscription et pratiquer le VAP (rappel des inscrits, accompagnement sur le terrain...)
- donner plus de visibilité au VAP en mettant de "faux" vappeurs aux arrêts
- donner des indications sur les temps d'attente (en faisant des simulations)
- communiquer davantage sur le VAP auprès des prescripteurs
- communiquer sur le VAP à travers l'augmentation du nombre d'animations (grâce au nouvel animateur)

La création de nouvelles lignes ne sera envisagée que si l'on est assuré d'un portage politique fort par la collectivité demandeuse ; en cas de création de nouvelles lignes, la procédure sera améliorée (phase d'inscription...).

#### **Résultats attendus :**

- 500 inscrits sur le site du réseau VAP du Nord-Isère (d'ici fin 2018)

**Budget prévu : 12 615 €**

---

## Axe 4 : Les animations pour développer le vélo, le vélo pliant et le vélo à assistance électrique

### *En continuité avec 2016*

Le vélo est un mode de déplacement parfaitement adapté aux trajets du quotidien sur les courtes distances, que ce soit pour se rendre à son travail, faire ses courses, ou pour ses loisirs. Le vélo à assistance électrique (VAE) permet en outre d'effectuer des distances plus longues avec plus de dénivelé, et est à la portée de tous les publics. Il est donc particulièrement adapté aux territoires péri-urbains et ruraux comme le Nord-Isère. L'action de l'Agence de Mobilité repose sur les animations vélo grand public, un dispositif d'aide à l'achat de vélos à assistance électrique et des ateliers de remise en selle.

### *Schéma Directeur Vélo*

**Objectifs :** Déjà validée en 2016, la réalisation d'un schéma directeur vélo à l'échelle du Nord Isère doit permettre, en s'appuyant sur les schémas déjà existants (CAPI, ancienne CC Vallons de la Tour et Département Isère), d'assurer une cohérence des aménagements cyclables sur l'ensemble du territoire et faire reconnaître la valeur ajoutée des actions de l'Agence pour les collectivités.

**Résultats attendus :** 1 schéma directeur vélo

### *Animations vélo grand public*

**Objectifs :** L'Agence doit continuer à sensibiliser le grand public à la pratique du vélo sous ses diverses formes. Elle effectuera donc des animations (type essais de VAE) dans des espaces publics (marchés), grâce au nouvel animateur, et en en confiant progressivement la gestion de certaines aux ambassadeurs. L'Agence développera également les ateliers de remise en selle (vélo-école) pour les particuliers (adultes débutants et non débutants).

**Résultats attendus :**

- 10-15 animations vélo
- 2 à 3 ateliers remise en selle

### *Aide achat de vélos à assistance électrique (VAE)*

**Objectifs :** Afin de faciliter l'accès aux VAE utilisés sur les trajets utilitaires du quotidien, l'Agence relance son aide à l'achat. Cette année, le dispositif revêtira les caractéristiques suivantes :

- Il cible les trajets domicile-travail mais aussi les trajets quotidiens des retraités
- Il permet un retour des bénéficiaires sur leur pratique du vélo (système de "donnant-donnant" du programme "bicy-coopérateurs")
- Il propose des réductions de prix très intéressantes grâce au système d'achat groupé qui peut être ajouté à l'aide à l'achat

**Résultats attendus :**

- Baisse d'environ 15 % du prix du VAE pour les bénéficiaires
- Contributions des bénéficiaires utiles pour l'Agence
- Augmentation des aides à l'achat de VAE utilisés pour les trajets du quotidien

**Budget prévu : 42 441 €**

## Axe 5 : Les trajets domicile-travail

### *En continuité avec 2016*

Les trajets domicile-travail constituent une part majeure des déplacements quotidiens. Or, la majeure partie s'effectue en voiture, y compris pour les trajets inférieurs à 5 kilomètres : ils offrent donc un potentiel de changement important dans les habitudes des habitants du Nord-Isère, et par conséquent, constituent une cible prioritaire pour les activités de l'Agence.

L'entreprise jouant un rôle central dans la facilitation de l'accès aux différents modes de transport pour ses salariés, l'Agence réalise plusieurs types d'action dans les entreprises, notamment celles adhérant à un plan de déplacement en entreprise ou inter-entreprises (PDE/PDIE).

### *Animations PIT en entreprises et établissement publics*

**Objectifs :** Informer les salariés et promouvoir l'information multimodale dans les entreprises en leur proposant davantage de PIT, grâce à l'arrivée du nouvel animateur. En revanche, si les entreprises montrent peu d'intérêt pour les PIT, continuer à axer les propositions sur des actions thématiques (voir ci-dessous).

**Résultats attendus :** Les salariés des entreprises connaissent les solutions de transport sur leur territoire.

### *Actions covoiturage au sein des entreprises et établissement publics*

**Objectifs :** Augmenter la pratique du covoiturage sur les déplacements domicile-travail en :

- Elaborant une nouvelle stratégie entreprises avec les partenaires de l'Agence pour parvenir à les intéresser davantage aux actions de l'Agence
- Communiquant avec le document de communication "Pack Pro" sur les actions covoiturage
- Mobilisant les relais PDE dans les entreprises, les collectivités et la CCI, et les accompagnant dans la mise en œuvre de leurs mesures incitatives
- Organisant des actions de mise en relation des personnes partageant les mêmes trajets et susceptibles de covoiturer ensemble (finaliser la mise en place d'un outil informatique pour faciliter la mise en relation des salariés et assurer un suivi "intensif" des salariés même après la réalisation de l'action)
- Organisant des animations dans les entreprises pour informer et sensibiliser les salariés à la pratique du
- Organisant des opérations ludiques sous la forme de challenges covoiturage ou de défis mobilité

**Résultats attendus :**

- Les entreprises des 2 PDIE du territoire engagées dans la promotion du covoiturage
- D'autres entreprises engagées dans la démarche
- 15% de part de covoiturage sur les déplacements domicile-travail pour ces entreprises (fin 2018)

### *Animation vélo et remise en selle en entreprise et établissement publics*

**Objectifs :** Encourager les déplacements domicile-travail en vélo en :

- Développant les ateliers remise en selle pour les salariés, en facilitant les conditions d'organisation
- Associant les animations en entreprise à des sorties vélo (remise en selle) pour enclencher une dynamique globale de sensibilisation au vélo avec les entreprises

**Résultats attendus :** 5 formations par an en entreprise

**Budget prévu : 18 359 €**

## Axe 6 : Le développement de l'écomobilité scolaire

### *En continuité avec 2016*

L'écomobilité scolaire est l'ensemble des actions permettant de repenser les trajets domicile-école autrement qu'en utilisant la voiture. Elle se met en place par des actions telles que l'aménagement des infrastructures au profit des modes doux, l'éducation des enfants et la sensibilisation des adultes aux mobilités alternatives, la mise en place de lignes de pédibus. Les habitudes se prenant parfois dès le plus jeune âge, l'Agence œuvre pour que dès l'école primaire, les enfants puissent se rendre à l'école en modes doux. Les actions de l'Agence comprennent la mise en place de pédibus dans les écoles primaires, des actions de sensibilisation au vélo dans les collèges et des animations autour du réseau VAP dans les lycées.

### *Projets et animations écoles*

**Objectifs :** Inciter les parents d'élèves à accompagner leurs enfants à l'école en modes doux, par :

- L'accompagnement des Pédibus existants, en apportant une assistance technique soutenue
- L'accompagnement à l'émergence de nouveaux Pédibus, en apportant une assistance technique aux parents d'élèves en demande
- L'accompagnement des écoles dans la valorisation de la trottinette pour les déplacements domicile-école : valoriser le guide trottinette, apporter une assistance technique aux écoles
- Des projets pédagogiques sur le plus long terme avec les écoles, intégrant des animations vélo

**Résultats attendus :**

- Accompagnement des pédibus existants
- 2 projets/ animations écoles
- Aménagements pour trottinettes

### *Projets et animations collèges*

**Objectifs :** Inciter les collégiens à se rendre au collège à vélo, par :

- Le développement des animations théoriques et pratiques grâce au nouvel animateur : sensibiliser les élèves des collèges demandeurs par le biais d'interventions pédagogiques et de contrôle technique
- Le développement des projets sur le plus long terme avec les collèges ou MFR: continuer le projet Mobilité avec le collège Aragon de Villefontaine, relancer les projets avec les MFR de Bourgoin-Jallieu et St André le Gaz à la rentrée 2017
- La mise en relation avec vélo citoyen: faire le lien entre les écoles primaires et les collèges de rattachement pour travailler avec un public qui a une vraie culture vélo (par exemple avec la Ligue 38)

**Résultats attendus :** Collaboration avec au moins 2 collèges (1 par année scolaire), au moins 1 vélo citoyen

### *Projets et animations lycées*

**Objectifs :** Faire connaître le réseau VAP ADO aux lycéens pour promouvoir des déplacements partagés, en augmentant le nombre d'animations dans les lycées ; répondre aux sollicitations d'établissements pour des interventions mobilité

**Résultats attendus :** Intervention dans tous les lycées présents sur les lignes VAP et dans les établissements demandeurs

**Budget prévu : 8 619 €**

## Axe 7 : L'assistance conseil auprès des collectivités

### *En continuité avec 2016*

L'Agence met son expertise sur les sujets de mobilité au service des collectivités, en leur proposant une assistance conseil qui se décline sous diverses formes : réalisation d'outils d'aide à la décision, accompagnement sur la mise en place de services, relais d'information, expertise sur le volet mobilité des documents d'urbanisme.

#### *Modes Doux aux Avenières*

**Objectifs :** Promouvoir l'utilisation du vélo et de la marche à pied en s'assurant que la Mairie des Avenières mette en œuvre le travail réalisé par l'Agence en 2016 sur la réalisation d'un cheminement modes doux.

**Résultats attendus :** 1 cheminement modes doux réalisé

#### *Transport à la Demande sur la Boucle du Rhône en Dauphiné*

**Objectifs :** Apporter une solution de transport alternative à la voiture aux habitants des Balcons du Dauphiné, qui permettrait notamment de répondre aux besoins d'habitants n'ayant pas de voiture ou ne pouvant plus conduire, en finalisant la 1<sup>ère</sup> phase (commencée en 2016) de l'étude de préfiguration d'un service de TAD sur la CC des Balcons du Dauphiné et en réalisation sa 2<sup>nde</sup> phase. L'Agence s'assurera de l'appropriation de l'étude par la CC des Balcons du Dauphiné et de la mise en application de ses préconisations.

**Résultats attendus :** 1 étude d'opportunité sur la mise en place d'un service de Transport à la Demande ; appropriation des résultats de l'étude par la CC des Balcons du Dauphiné

#### *Documents d'urbanisme*

**Objectifs :** Apporter une expertise technique lors de l'élaboration/ révision des SCOT et PLUI et répondre aux nouvelles sollicitations des collectivités

**Résultats attendus :** Recommandations de l'Agence présentes dans documents d'urbanisme

**Budget prévu : 6 201 €**

---



## Axe 8 : L'organisation de grands événements régionaux ou nationaux au niveau local

### *En continuité avec 2016*

Plusieurs événements de promotion des modes alternatifs à la voiture individuelle sont organisés chaque année au niveau national ou régional. L'Agence de Mobilité est le relais local de ces événements à l'échelle du Nord-Isère, car ils constituent un moyen ludique de faire la promotion de ces modes. Nouveauté de 2017 : l'Agence organisera des « Rendez-Vous de la Mobilité ».

#### *Fête du Vélo*

**Objectifs :** Faire la promotion du vélo en organisant une Fête du Vélo visible, ludique et familiale. La Fête du Vélo en 2017 sera intégrée à l'événement sur le Développement Durable organisé par la CC des Vals du Dauphiné, événement plus large qui permet de drainer un public nombreux.

**Résultats attendus :** 1 Fête du Vélo et un public au rendez-vous

#### *Semaine de la Mobilité*

**Objectifs :** Profiter de cet événement national et même européen, et de sa visibilité, pour faire la promotion des alternatives à la voiture individuelle, en continuant à axer la SEM sur les animations écoles ; la possibilité d'un nouveau format de SEM sera également étudiée.

**Résultats attendus :** Plusieurs animations dans les écoles

#### *Challenge mobilité*

**Objectifs :** Promouvoir l'ensemble des mobilités alternatives à la voiture individuelle, en incitant les établissements publics, privés ou associatifs à relever le défi d'aller au travail autrement qu'une voiture individuelle, par le biais d'un concours ludique visant à récompenser les établissements ayant le meilleur taux de participation ce jour-là. L'Agence cherchera des nouveautés dans l'organisation du Challenge pour inciter les entreprises à participer de nouveau.

**Résultats attendus :** 5 animations en amont du Challenge, augmentation de la participation

#### *Challenge scolaire « Marchons vers l'école »*

**Objectifs :** Continuer à faire du challenge Marchons vers l'école un événement déclencheur dans la mise en place de nouvelles pratiques de mobilité. Le format de 2016 sera réédité avec quelques modalités nouvelles pour éviter la lassitude.

**Résultats attendus :** Augmentation du nombre d'écoles et collèges participants par rapport à 2016, augmentation du taux de participation d'élèves

#### *Rendez-vous de la Mobilité*

**Objectifs :** Des « Rendez-vous de la mobilité », impliquant les élus et/ou la société civile, seront organisés une fois dans l'année.

**Résultats attendus :** Sensibilisation des élus et de la société civile aux questions de mobilité ; réflexion sur certains sujets clés pour la mobilité et au cœur des missions de l'Agence

**Budget prévu : 24 446 €**

## Communication

### *En continuité avec 2016*

L'appropriation des enjeux de la mobilité par les élus du territoire, la collaboration avec les partenaires de l'Agence, la visibilité de ses actions et leur impact sur le territoire dépendent de la stratégie de communication mise en œuvre. En 2017, l'Agence s'attachera à encore rendre ses actions plus visibles en s'appuyant sur les outils de communication développés au sein de chaque projet, mais aussi sur les outils et canaux de diffusion de l'Agence tels que présentés ci-dessous.

#### *Site web*

**Objectifs :** Poursuivre la mise à jour et l'amélioration de certains articles de fond du site

**Résultats attendus :** 1 site clair et attractif

#### *Page Facebook*

**Objectifs :** Alimenter la page Facebook de l'Agence afin de diversifier et multiplier son public ; garder de la régularité sur la publication des posts pour maintenir l'intérêt des "likers" sur l'actualité de l'Agence

**Résultats attendus :** 1 à 2 posts par semaine

#### *Lettre info-Mobilettre*

**Objectifs :** Publier 2 à 3 mobilettres par an

**Résultats attendus :** 2 mobilettres, diffusion papier dans tous les EPCI, diffusion électronique à tous les contacts de l'Agence

#### *Relations Presse Médias*

**Objectifs :**

- Impliquer les journalistes de manière plus systématique lors d'actions de l'Agence : communiqués de presse, articles, invitations à certains événements/ animations emblématiques
- Développer les canaux de communication des communes: réitérer les campagnes d'envoi d'articles pour les bulletins municipaux et envoyer des articles en fonction de la date de parution des bulletins; veiller à une bonne visibilité de l'Agence sur les sites des communes

**Résultats attendus :** Augmentation du nombre d'articles dans la presse régionale, au moins 1 article par an dans un bulletin municipal de toutes les communes, 1 encart Agence sur les sites de toutes les communes et tous les EPCI

#### *Brève de l'Agence*

**Objectifs :** Informer les partenaires de l'Agence des actions passées ou en cours par l'envoi d'un mail court, une fois par mois ; à moyen terme, améliorer et automatiser la mise en page de la Brève

**Résultats attendus :** 1 Brève par mois

#### *Outils de communication*

**Objectifs :** Mettre à jour les outils de communication généraux de l'Agence (plaquette...), notamment avec les nouveaux logos

**Budget prévu : 13 844 €**

## Stratégie et fonctionnement de l'Agence

### *En continuité avec 2016*

L'appropriation des enjeux de la mobilité par les élus du territoire et la visibilité des actions de l'Agence tient également au mode de fonctionnement qu'elle adopte au sein de son équipe et des relations qu'elle entretient avec ses partenaires, techniciens mais aussi élus.

### *Stratégie*

#### **Objectifs :**

- Impliquer davantage les élus du territoire pour accroître la connaissance et reconnaissance de l'Agence, et générer de nouveaux projets ; cibler en particulier les nouveaux élus des nouvelles CC
- Mobiliser les élus du territoire par le biais de sujets spécifiques et concrets comme pour le TAD. Ex: schéma vélo
- Assurer la connaissance de l'Agence et l'échange de bonnes pratiques avec les techniciens du territoire et plus largement de la Région
- Sécuriser les financements de l'Agence
- Réaliser et mettre en œuvre le plan d'action pour 2017

#### **Résultats attendus :**

- Rencontre des nouveaux Présidents des nouvelles CC et des nouveaux délégués de l'Agence
- Amélioration de la connaissance et de la reconnaissance de l'Agence par les élus du territoire et de leur appropriation des sujets liés à la mobilité

### *Administration*

#### **Objectifs :**

- Continuer à diversifier les financements
- Augmenter les formations de l'équipe
- Gérer les affaires courantes

#### **Résultats attendus :**

- Maintien du même niveau de subvention qu'en 2016
- Environ 2 formations par salarié

### *Pilotage*

**Objectifs :** Assurer une bonne gestion de l'Agence à chaque niveau (AG, CA, Cotech, équipe), afin d'en assurer le bon fonctionnement et l'efficacité ; revoir l'organisation et les participants au Cotech en fonction de la nouvelle organisation du territoire et organiser plus de cotech "généraux", utiles pour assurer une bonne vision des partenaires sur l'ensemble des actions de l'Agence.

#### **Résultats attendus :**

- 1 AG, environ 7 CA et 4 Cotech
- 1 tableau de suivi des actions envoyé aux administrateurs avant chaque CA

**Budget prévu : 34 629 €**