LES MOBILITES DANS LES TERRITOIRES

La gestion du stationnement et les politiques de mobilité

Portage politique du stationnement : quelle concertation, quelle acceptabilité, quelle communication ?

Jacques Legaignoux
CETE Méditerranée
Ministère de l'Écologie, du Développement et de l'Aménagement durables

La situation aujourd'hui : plus d'information que de communication

Pourquoi est-il si difficile de communiquer sur le stationnement ?

Quelles campagnes de sensibilisation ?

Rappel

Information : transmettre des données de façon objective sur un sujet, dans le but de le faire connaître.

Communication : mettre en perspective des angles précis d'un sujet afin de sensibiliser, faire adhérer, convaincre ou faire agir les cibles visées. Ce volet est beaucoup plus stratégique et, de fait, éminemment politique.

Aujourd'hui : les actions menées consistent essentiellement dans la diffusion de données à l'usager.

En revanche, les campagnes de communication pure sont rares.

Plus d'information que de communication

Tarif et offre, thèmes forts de l'information

La majorité des documents traitent de l'offre et de la tarification

Mais des nouveaux thèmes émergent :

La lutte contre l'incivisme (principalement sur le respect des places handicapés).

L'explication des enjeux en termes de déplacements

Le grand absent : la fraude

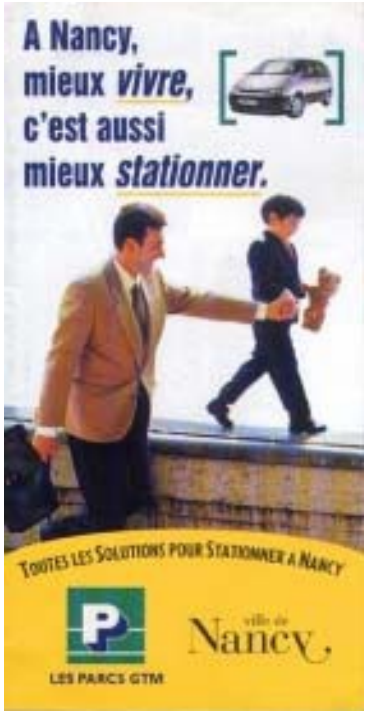
Plus d'information que de communication

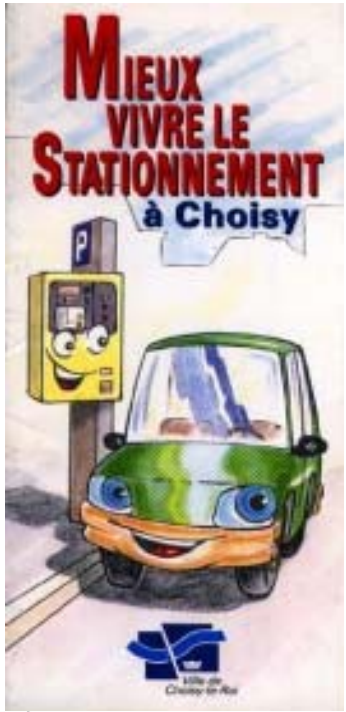
Des messages parfois malheureux

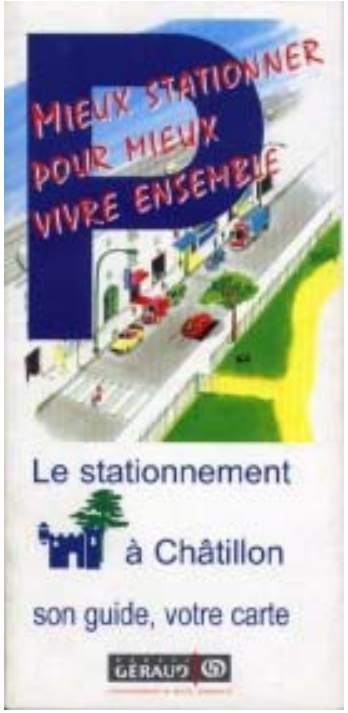


Plus d'information que de communication

Le thème de la qualité de vie en ville









Plus d'information que de communication

Un thème souvent utilisé, celui de la facilité









Plus d'information que de communication

Stationner malin, un autre grand classique





Plus d'information que de communication

Le thème de l'intelligence !

Au final, la communication est le parent pauvre des politiques de stationnement

- Peu de démarches entreprises par les collectivités en matière de communication sur le stationnement : 25 % des villes interrogées en 2002 n'avaient mené aucune campagne de communication les 5 années précédentes

- Les budgets consacrés sont faibles

- Le traitement du stationnement en ouvrage est sur-représenté par rapport à celui sur voirie

Pourquoi est-il si difficile de communiquer sur le stationnement ?

- Un sujet qui concerne la majeure partie de la population urbaine :
  - plus de 90 % de la population âgée de plus de 18 ans possède le permis de conduire
  - Plus de 80 % des ménages possèdent au moins un véhicule
- et un des publics les plus importants pour une collectivité, celui des résidents

Pourquoi est-il si difficile de communiquer sur le stationnement ?

Un sujet ingrat, douloureux car contraignant et subjectif…

Le rapport à l'argent, à la liberté individuelle, à l'appropriation de l'espace public, au caractère délictuel, à l'aspect vexatoire du PV, à l'illégitimité ressentie, à l'injustice réelle ou supposée de certaines situations… rendent le sujet éminemment sensible

Pourquoi est-il si difficile de communiquer sur le stationnement ?

Un sujet difficile à expliquer car complexe…

- Un jargon technique peu compréhensible par la population, et les communicants : rotation, taux d'occupation, de respect, foisonnement, pendulaires, migrants…
- Les bénéfices des mesures sont rarement évidents ou immédiatement perceptibles

Pourquoi est-il si difficile de communiquer sur le stationnement ?

… et donc mal connu…….

« les gens ne comprennent pas l'objectif du stationnement payant. La seule réponse qu'ils parviennent à donner lorsqu'on les pousse un peu loin, c'est qu'on a mis du stationnement payant pour faire payer (…). »

« Les Lyonnais ont le sentiment que la rotation se fait indépendamment du paiement (…). Le sentiment d'aisance et de fluidité qu'ont les Lyonnais rend suspicieuse l'idée de payer. »

Source : Circulation et stationnement dans la ville de Lyon. Enjeux, attitudes et comportements. ASA Cofremca pour Lyon Parc Auto avril 1997

Pourquoi est-il si difficile de communiquer sur le stationnement ?

Des groupes de pression bien organisés :
commerçants, riverains, artisans, professions libérales

Des systèmes de concertation sclérosés ou absents :
« on ne communique pas sur un sujet négatif »,
politiquement risqué,

et pourtant, *« même si le stationnement n'est pas glamour, le rater, c'est rater une partie des déplacements ».*

Pourquoi est-il si difficile de communiquer sur le stationnement ?

Des préoccupations locales ou logiques d'agglomération ; une double échelle difficile à gérer :

- logiques d'agglomération et logique de ville-centre
- logique de déplacements locaux et politiques de déplacements

Pourquoi est-il si difficile de communiquer sur le stationnement ?

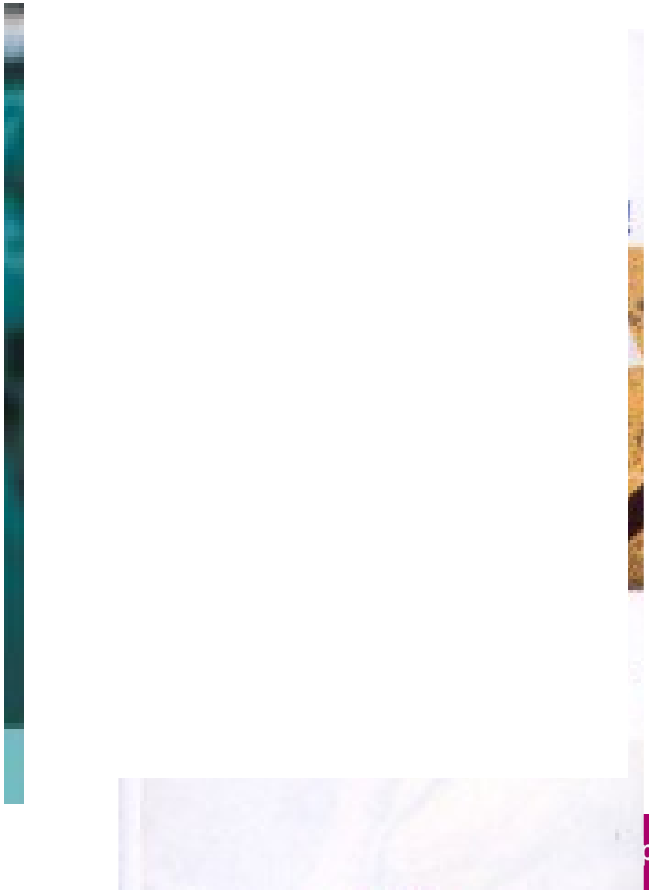
La presse : un rôle relais, mais une situation fréquente de parti pris

Lyon 2004 ; révision des tarifs dans les parcs ; extension des zones de stationnement : le choix des mots dans les médias :

- *La mobilisation ne faiblit pas, redémarre, continue*
- *Les parcmètres ne passeront pas*
- *Le conflit du stationnement vire à la guerre de tranchées*
- *Stationnement : la guerre d'usure*
- *La fronde aux portes du palais*
- *La Croix-Rousse se bat contre les horodateurs*
- *Stationnement, gare à la révolte, la révolte des Canuts*

Quelles campagnes de sensibilisation ?

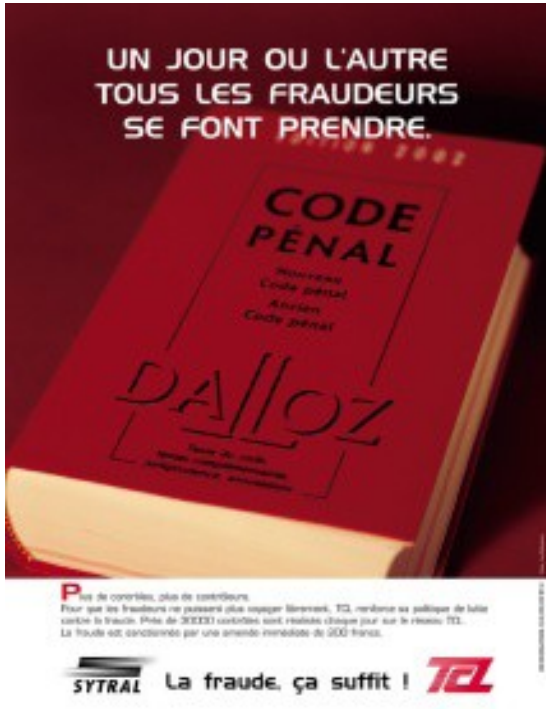
Le civisme en ville : exemples de campagne sur la propreté



Quelles campagnes de sensibilisation ?







Quelles campagnes de sensibilisation ?



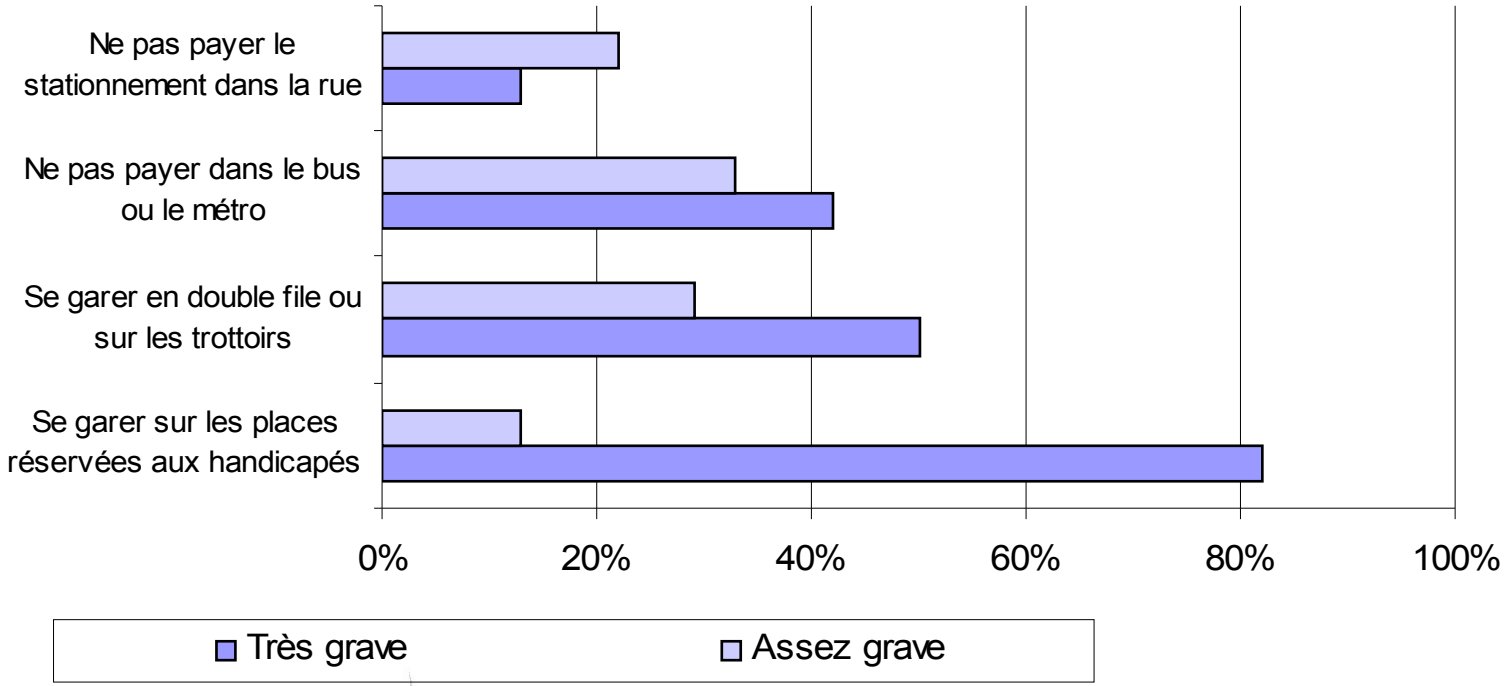
Quelles campagnes de sensibilisation ?

Peu de campagnes inscrivent le problème du stationnement dans la prob



Et pourtant…

Pour les habitants de l'agglomération lyonnaise, il est très grave ou assez grave de :



… et pourtant les mentalités changent !

- 54 % des automobilistes déclarent se garer rarement dans la rue parce qu'ils cherchent d'abord un parking
- « Pour améliorer la qualité de vie en ville, il faut punir mieux les mauvais automobilistes qui ne respectent pas les règles de stationnement ? »

	Conducteurs	Homme	Femme
Base	*755*	*397*	*358*
Tout à fait d'accord	42%	36%	49%
Plutôt d'accord	34%	37%	31%
Plutôt pas d'accord	12%	12%	11%
Pas du tout d'accord	12%	15%	9%
ST D'accord	76%	73%	80%
ST Pas d'accord	24%	27%	20%

Source : enquête sur le stationnement en ville TNS SOFRES pour la FNMS, juin 2009