

Good Service

C.2 Mettre en place des points d'information et de services intégrés liés à la mobilité

L'ambition est de créer des points de contact pour l'utilisateur (en prenant en compte la spécificité de chacun : genre, âge, autonomie, langue...), lui permettant d'accéder à de l'information et du conseil sur l'ensemble des services liés à la mobilité, et d'avoir la possibilité d'acheter ou de s'abonner à ces services. Une information sur les enjeux liés au transport de marchandises par et pour des particuliers est également diffusée, qu'il s'agisse de l'usage de la voiture pour aller faire ses courses à l'impact des livraisons à domicile sur la mobilité. Les points de mobilité doivent proposer un véritable service de coaching pour répondre aux besoins spécifiques de l'utilisateur et lui permettre d'essayer de nouvelles façons de se déplacer et de s'approvisionner. Une attention particulière est portée à l'accompagnement des nouveaux arrivants et aux ménages devant se séparer de leur véhicule dans le cadre de la LEZ.

Bilan de mise en œuvre par la Région

Mise en œuvre des actions



 Mener une analyse du fonctionnement actuel des points d'information sur les services de mobilité (points vélo, Bootik STIB, guichets SNCB, guichets parking.brussels) et du profil des utilisateurs de ces points d'information, afin d'identifier les possibilités de synergie et de renforcement de ces points d'information existants

 Soutenir et accompagner le développement de nouveaux points d'information et de services de proximité au sein des communes, quartiers touristiques et pôles générateurs (identité visuelle, formations, partage d'expérience, supports d'information, unités mobiles...)

Analyse de l'avancement et des freins

Cette première sous-action n'a pas été initiée, or elle demeure importante. Tout d'abord, dans un même endroit, des guichets de différents opérateurs peuvent se côtoyer sans pouvoir informer sur les divers services de mobilité existants à proximité même du nœud de transport. Par ailleurs, la fracture numérique reste significative et les guichets physiques ont encore un rôle important à jouer.

Les services de mobilité restent un marché concurrentiel. Du point de vue des opérateurs de mobilité, la multimodalité est bien perçue comme la solution, mais l'enjeu reste d'avoir une place dans le marché. Par conséquent, la culture de la multimodalité n'est pas encore suffisamment présente au sein des opérateurs et le principe qu'un opérateur vende également les services d'un concurrent (même au sein des opérateurs de transport public) reste très hypothétique en 2024. De plus, les compétences requises pour prodiguer des conseils multimodaux à un de ces points d'information impliquent une formation 'multimodale et multi-services', fondamentalement complexe, du personnel travaillant aux guichets. Ces mécanismes nécessitent un haut niveau de collaboration entre les acteurs concernés.

Pour l'instant Bruxelles Mobilité s'est concentré sur le développement des points d'informations mobiles lors de certains événements comme les *Mobility quiz* dans les centres commerciaux, le *Mobility Game* (jeu interactif) dans les communes ou des actions de sensibilisation comme l'action *Mobility Changers* (défi lancé à 40 familles de ne pas utiliser leur propre voiture pendant un mois en échange d'un budget mobilité multimodale et d'un vélo électrique).

Bruxelles Mobilité effectue ainsi de la sensibilisation au grand public pour faire découvrir les différents services de mobilité. Des acteurs privés ont également lancé leurs propres actions de sensibilisation comme BECI et AG avec le *Mobility Store* (1000 mètres carrés d'espace où les citoyens et les entreprises ont pu pendant plusieurs mois, tester et trouver les réponses à leurs questions en matière de mobilité).

À court terme Bruxelles Mobilité va mettre à disposition des communes une plateforme pour partager ses campagnes de communication ce qui devrait permettre à une partie de l'information d'être plus facilement relayée par les communes. Enfin, le service du *mobility coach* lancé par Bruxelles Environnement permet d'offrir un service intégré sur l'offre de transport disponible ainsi que les modalités pratiques. Ce service est offert aux particuliers qui en font la demande ou lors d'événement.

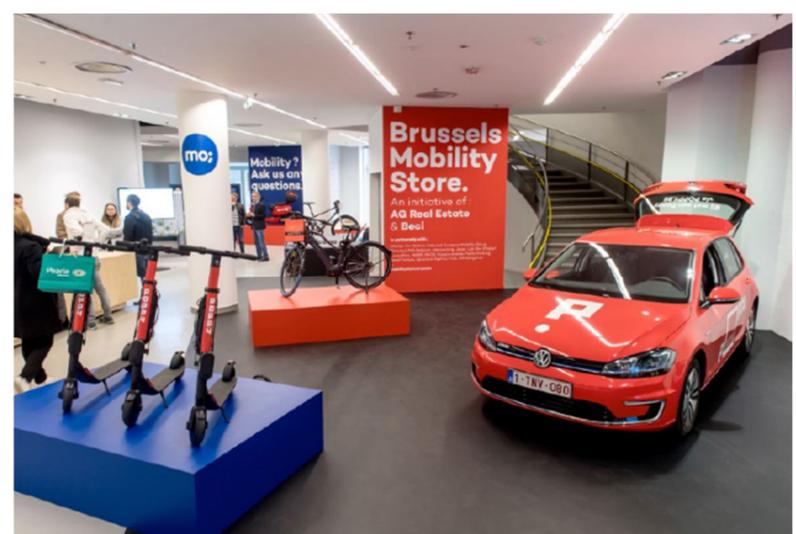
Chiffres clés

- Nombre de boutiques dispensant une information et des services intégrés : 1 service intégré *Mobility Coach* ainsi que des actions ponctuelles de sensibilisation

Réalisations illustrées



Campagne *Mobility changers*



© Beci-AG - *Mobility Store*



Pour en savoir plus sur la mise en œuvre de cette action au niveau local, consultez les pages suivantes sur sa déclinaison évaluée par les **19 communes**.

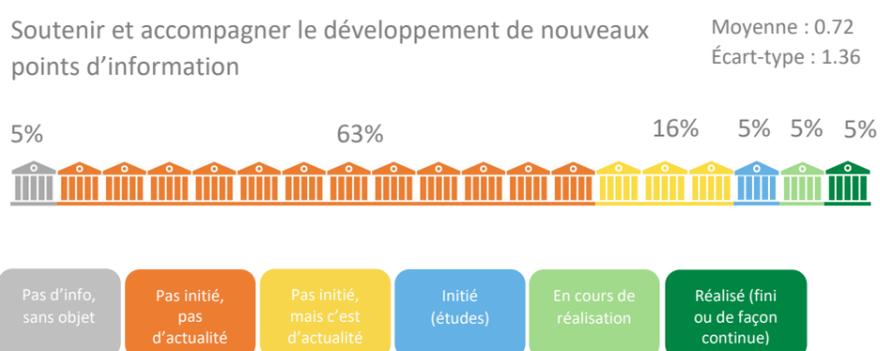


GOOD SERVICE

C.2 Mettre en place des points d'information et de services intégrés liés à la mobilité

L'ambition est de créer des points de contact pour l'utilisateur (en prenant en compte la spécificité de chacun : genre, âge, autonomie, langue...), lui permettant d'accéder à de l'information et du conseil sur l'ensemble des services liés à la mobilité, et d'avoir la possibilité d'acheter ou de s'abonner à ces services. Une information sur les enjeux liés au transport de marchandises par et pour des particuliers est également diffusée, qu'il s'agisse de l'usage de la voiture pour aller faire ses courses à l'impact des livraisons à domicile sur la mobilité. Les points de mobilité doivent proposer un véritable service de coaching pour répondre aux besoins spécifiques de l'utilisateur et lui permettre d'essayer de nouvelles façons de se déplacer et de s'approvisionner. Une attention particulière est portée à l'accompagnement des nouveaux arrivants et aux ménages devant se séparer de leur véhicule dans le cadre de la LEZ.

Bilan de mise en œuvre des actions par les communes



Analyse de l'avancement et freins à la mise en œuvre

La quasi-totalité des communes ne développe pas encore cette action. La plupart d'entre elles ne l'ont pas encore initiée et ce n'est pas d'actualité (faible moyenne). Les freins à la mise en œuvre de cette action d'après les communes sont les suivants :

- Le temps pour que l'étude soit réalisée et validée,
- Le manque d'intérêt et de participation citoyenne,
- L'acceptation de Bruxelles Mobilité pour le lieu de ces points d'information,
- Le budget alloué (il faudrait des synergies budgétaires à coordonner avec les opérateurs de services publics et privés).

Seules les communes d'Anderlecht et de Jette ont lancé jusqu'à présent des expérimentations, détaillées ci-après.

Chiffres clés

/

Bonnes pratiques

- Entre octobre 2022 et février 2023, Mpact, Mobilise (VUB) et la commune d'Anderlecht se sont rendus à plusieurs reprises à la Place du Conseil à Cureghem, un quartier très dense, multiculturel, très diversifié à deux pas de Bruxelles-Midi. Leur objectif ? Développer, avec les habitants et les organisations du quartier, un *Mobipoint* adapté à leurs besoins (approche *Bottom-up*). Cette initiative provisoire, qui a reçu des subsides européens, a permis de co-construire un *Mobipoint* qui contribuera à promouvoir le passage à des modes de déplacement partagés et durables. Concrètement, l'exercice a consisté en des ateliers, entretiens, enquêtes et tests avec un kiosque d'information digital auprès des habitants, navetteurs et organisations du quartier.

Sur cette base, quatre modèles de *SmartHub* ont été produits et leur design a été soumis au vote dans le bus *Living Together* de la STIB, qui se trouvait pour l'occasion sur la place du Conseil. La méthodologie et les résultats de ce processus de cocréation ont été transmis à la Région afin d'alimenter la démarche de mise en œuvre de *Mobipoints* dans la Région bruxelloise.¹

- Depuis février 2023 et pour une durée de minimum 6 ans, la gare de Jette accueille le projet STAYTION : un lieu citoyen et une salle polyvalente pour accueillir des activités éducatives et socio-culturelles. Cette nouvelle activité répond à un appel à projets lancé par la SNCB dans le cadre de son programme "la vie en gare" visant à occuper ses espaces inexploités et à redonner vie à ses gares. STAYTION est soutenu par divers partenaires de l'économie locale : associations (Labolobo, Rayon Vert, Shop1090) et entreprise privée (Espaces-Mobilités, bureau d'études en mobilité et espaces publics). L'ambition commune de ces acteurs et de la SNCB est de tester le contact avec la population et les acteurs locaux et d'alimenter les réflexions sur l'avenir de la gare dans le cadre des rénovations futures prévues par la SNCB.



Projet STAYTION à la gare de Jette

¹https://www.smartmobilityhubs.eu/files/ugd/c54b12_95d8348561594f8eb139645279cf5d7e.pdf