

DONOSTIA –
SAN SEBASTIÁN

CRACOVIE

MUNICH

ODENSE

SALZBOURG



aeneas

RÉSUMÉ

Rester Mobile

Guide pour la gestion de la mobilité
dans les sociétés vieillissantes

À propos d'AENEAS

Atteindre une mobilité plus efficace sur le plan énergétique dans une société vieillissante (AENEAS), le projet de l'Union Européenne réalisé d'août 2008 à mai 2011, a été co-financé par l'Agence exécutive pour la compétitivité et l'innovation (EACI) dans le cadre du programme Énergie intelligente Europe (ec.europa.eu/energy/intelligent).

Le mandat d'AENEAS était d'appliquer des mesures « douces », par exemple campagnes de sensibilisation, marketing individualisé pour les trajets courants, événements spécifiques dans cinq villes européennes pour encourager les personnes âgées à utiliser des alternatives à la voiture personnelle et de les rendre capables de le faire. Le projet a également permis le transfert de savoir-faire à d'autres villes, créant ainsi des liens entre ceux œuvrant dans ce domaine en Europe et au-delà. Des matériels pédagogiques et des études de cas de bonnes pratiques peuvent être téléchargés en anglais, basque, danois, français, allemand, polonais et espagnol sur le site web d'AENEAS (www.aeneas-project.eu).

Cette brochure est un résumé de la publication d'AENEAS Rester mobile: Guide pour la gestion de la mobilité dans les sociétés vieillissantes, élaboré pour mettre en lumière les programmes et les projets exemplaires qui aident les personnes âgées à rester actives et mobiles. Ce guide s'adresse aux praticiens et aux parties prenantes qui pensent à mettre en œuvre des mesures similaires. Il peut être téléchargé sur <http://www.aeneas-project.eu/?page=download>.

Qui est âgé?

En termes de comportement de mobilité, il y a une nette différence entre la population active et les retraités. AENEAS s'est concentré sur ces derniers, prenant comme point de référence l'âge de 50 ans où la proportion des retraités en Europe égale en gros la proportion de ceux encore au travail. Une deuxième ligne a été tirée à l'âge de 75 ans où la mobilité des gens a tendance à se limiter. Ainsi, le groupe cible d'AENEAS s'est vu divisé grosso modo entre les « jeunes » vieux (50 à 75 ans) et les vieux « plus âgés » (plus de 75 ans). Cependant, l'âge physique a été utilisé surtout pour l'orientation; c'étaient les capacités et les préférences personnelles en matière de comportement de mobilité qui ont constitué les facteurs décisifs.

Tendances et défis généraux

Les effets des sociétés vieillissantes et des changements démographiques sur le transport et la mobilité urbains sont discutés depuis quelque temps partout en Europe et au-delà. La plupart des autorités et des opérateurs de transport locaux sont conscients des défis. Toutefois, à cause de l'hétérogénéité du groupe cible, beaucoup de praticiens et décideurs ne connaissent pas l'approche la plus appropriée.

Bien évidemment, les « baby boomers » de nos jours qui prennent de l'âge ne se comparent pas avec leurs parents. L'espérance de vie est plus élevée et l'état de santé général meilleur. Aujourd'hui, beaucoup de personnes âgées sont toujours actives, tournées vers l'avenir et désireuses de participer à la société. En Europe, le nombre de personnes âgées, surtout des femmes, propriétaires d'une voiture continue à augmenter. Actuellement, les personnes du troisième âge ont obtenu leur permis de conduire à l'âge de 18 ans et la plupart d'entre elles n'ont jamais utilisé les transports publics, qui ont une image particulièrement mauvaise parmi les membres de ce groupe. De nos jours, le vieillissement est synonyme de vieillir en banlieue alors que les schémas urbains sont aussi en train de changer: dans les banlieues, beaucoup de petits commerces et services ferment leurs portes ou déménagent dans de nouveaux centres commerciaux, ce qui sans voiture limite l'accès aux achats quotidiens. Tout cela place les seniors d'aujourd'hui dans une situation très différente par rapport aux générations précédentes, les transformant en un groupe cible exigeant.

Gestion de l'accessibilité et de la mobilité

L'accessibilité comprend plus que l'accès physique aux services de transport: elle implique un niveau fondamental de confiance et de sécurité. Il faut que le système de transport – y compris la marche à pied, le cyclisme et des concepts innovateurs comme le covoiturage – soit facile à atteindre et à utiliser, attirant pour tous, jeunes et âgés, handicapés et personnes en pleine santé.

Les compagnies de transports publics doivent aborder les souhaits et les besoins des seniors comme segment légitime du marché. Jusqu'à présent, la plupart des changements se sont concentrés sur l'accessibilité physique avec l'introduction des véhicules à plancher bas et d'autres accessoires techniques. Les personnes âgées ont été assimilées tout simplement aux passagers à déficience physique.

La gestion de la mobilité a recours à des mesures douces dont le marketing, la communication, la formation et la coordination d'activités pour changer les attitudes des voyageurs, influencer le comportement, promouvoir le transport durable et aborder la question de l'utilisation de la voiture.

Comme, normalement, ces mesures relatives au comportement n'exigent pas d'investissements financiers majeurs, elles constituent une alternative aux investissements dans l'infrastructure en présentant un bon rapport efficacité/coût.

Jusqu'à maintenant, les personnes âgées n'ont pas été visées par la gestion de la mobilité, surtout parce que jusqu'à

MENTION BIEN: Les diplômés d'une formation à Manchester (Royaume-Uni) reçoivent leur certificat. Photo: CTC

récemment, leur comportement de mobilité était relativement fixe et moins concentré sur la voiture et elles constituaient un « public captif ». Cependant, ce groupe cible s'est avéré difficile à atteindre à travers le marketing normal. Les producteurs des publicités télévisées, par exemple, considèrent l'âge de 49 ans comme la limite supérieure de leur portée effective. Par conséquent, la promotion de la mobilité durable parmi les personnes âgées demande des techniques de communication très développées et un produit attirant. L'objectif d'AENEAS est de former des voyageurs âgés multimodaux: des gens qui sont autonomes et flexibles dans leur choix de mobilité et qui ont des alternatives durables à la voiture personnelle.

Besoins et attentes des personnes âgées

Les seuls changements dans l'infrastructure ne suffisent pas pour satisfaire les besoins et les attentes des personnes âgées. Les personnes âgées souhaitent une vie autonome, un vieillissement actif et en bonne santé, une participation à la société, un système de transport facile à utiliser et fournissant un service de qualité, la sûreté, la sécurité et un soutien lorsqu'elles en ont besoin. En même temps, elles n'aiment pas

être traitées avec condescendance et associées à des images négatives de vieillissement.

Dans les années récentes, des projets visant les personnes âgées ont été développés partout en Europe avec des approches douces innovatrices. Ces projets reconnaissent l'hétérogénéité et la pertinence du groupe cible. Ils impliquent des organisations travaillant déjà avec des personnes du troisième âge et ils ne s'adressent pas aux seniors en utilisant le terme « les vieux ».

Mise en œuvre des bonnes pratiques

Cette section décrit brièvement les sept chapitres du guide d'AENEAS, Rester mobile, qui met en lumière bon nombre de projets innovateurs en cours de réalisation en Europe en rapport avec les seniors et la mobilité.

Facilitation du voyage en transports publics

La formation au voyage aide les passagers âgés à emprunter les transports publics de façon autonome, avec assurance, en sécurité et sans peur. Elle leur fait connaître de nouvelles technologies telles que la billetterie électronique ou des accessoires moins connus comme les boutons spécifiques





symbolisés par une poussette. La majorité des projets se concentrent sur le voyage en bus puisque la montée, la descente et le déplacement à l'intérieur du véhicule posent typiquement un problème pour les personnes âgées. C'est l'introduction des distributeurs de billets ou de la billetterie électronique ainsi que le nombre croissant des accidents impliquant des seniors dans les transports publics qui sont en général à l'origine de la création d'un plan de formation à l'usage des transports publics.

Les avantages:

- Les personnes âgées se sentent plus en sécurité et ont plus d'assurance en empruntant les moyens de transports publics.
- Les personnes reçoivent de l'aide pour maintenir leur autonomie aussi longtemps que possible.
- Le nombre d'accidents impliquant des personnes âgées dans les véhicules de transports publics est réduit.
- L'image de l'opérateur des transports publics s'améliore et le nombre de ses passagers augmente.

Le public cible: Les seniors toujours capables de voyager de façon autonome, qui ne savent pas comment utiliser les transports publics et / ou ne se sentent pas en sécurité.

Les partenaires clés: Les opérateurs et les autorités locales, les autorités de transports publics et les groupes d'intérêt des personnes âgées.

D'autres parties prenantes: Les politiciens locaux, les médias, les services de santé, les autorités publiques.

Facilitation du cyclisme

Les personnes âgées font du vélo moins fréquemment. Dans quelques pays européens, le cyclisme ne faisait pas partie de la

culture lorsque les seniors d'aujourd'hui étaient jeunes. Bien évidemment, le cyclisme a ses limites physiques, mais l'entraînement peut contribuer à la prolongation des capacités et dans un cercle vertueux, le cyclisme aidera les seniors à conserver leur santé. L'analyse par âge a montré que le cyclisme produit le plus d'avantages dans le groupe des personnes plus âgées.

Les avantages:

- Les personnes âgées gagnent de l'assurance en faisant du vélo et profitent d'une flexibilité et d'une autonomie accrues.
- Des possibilités sont créées pour des activités en groupe en vue de surmonter l'isolement social.
- Des formations – sur les règles de la circulation, les vêtements appropriés et les techniques de vélo – contribuent à la sécurité routière ainsi qu'à la sécurité des cyclistes individuels.
- Le cyclisme régulier améliore la santé, même parmi ceux ayant des maladies chroniques.
- Une étude de Cycling England a constaté que les avantages économiques de l'encouragement au cyclisme parmi ceux âgés de 45 à 64 ans s'élèvent approximativement à EUR 270 par an par cycliste.

Le public cible: Les personnes âgées toujours actives, mais qui ont des problèmes pour utiliser des vélos standards; des seniors pour qui la circulation d'aujourd'hui représente un défi;

À BORD: La formation pour les passagers de bus est une bonne méthode pour orienter les seniors vers les nouveaux systèmes de ticket et d'autres technologies de bord. Photo: Salzburg AG

UN COUP DE MAIN: Un programme parisien offre des accompagnateurs personnalisés pour le voyage en transports publics. Photo: Compagnons du Voyage

les seniors moins âgés souffrant de maladies chroniques en raison des niveaux bas d'activité physique; et des seniors moins âgés qui n'ont jamais appris à faire du vélo.

Les partenaires clés: Des ONG ou des organisations spécialisées aptes à offrir des cours de vélo; des groupes environnementaux ou de cyclisme ou des agences spécialisées en sport et santé pour participer à l'équipe organisatrice; la municipalité locale et ceux ayant de l'expérience dans le travail avec les personnes âgées.

D'autres parties prenantes: Des centres sociaux ou des centres de communautés, des clubs cyclistes locaux, des services de santé, des magasins de vélo la police, des physiothérapeutes, des loueurs, des fabricants et des réparateurs de vélo et les médias locaux.

Événements et campagnes pour la mobilité

Baucoup de maladies liées au mode de vie peuvent être évitées tout simplement en incorporant l'activité physique régulière dans la vie des personnes âgées. Les campagnes et les programmes peuvent encourager l'utilisation des modes de déplacement actifs et durables pendant les activités de loisirs. Plus que les formations à une seule technique, ces

campagnes encouragent les gens en leur offrant des programmes intéressants et sociaux tout en incorporant l'activité physique.

Les avantages:

- Les campagnes sur la sécurité routière rendent les chauffeurs sensibles aux personnes âgées en tant que piétons et à leurs besoins spécifiques. Les personnes âgées reçoivent des conseils sur la sécurité routière, ce qui les encourage à se promener et à explorer leur voisinage.
- Les journées de mobilité donnent aux fournisseurs de transports publics l'opportunité de montrer qu'ils s'intéressent à leurs clients fidèles et de promouvoir les transports publics comme mode de déplacement efficace sur le plan énergétique.
- Les campagnes de marche peuvent engendrer de nouveaux clubs locaux de promenade qui pourront continuer l'entraînement à la marche.
- Les plans destinés aux seniors sont beaucoup plus utiles s'ils sont créés avec la contribution des seniors participants.

Le public cible: Des groupes spécifiques peuvent être visés pour des événements ou des déplacements particuliers. Même ceux souffrant de problèmes de mobilité peuvent profiter des activités physiques (et sociales) adaptées. Les campagnes de cyclisme doivent se concentrer sur ceux qui ont fait du vélo régulièrement dans le passé et qui se sentent toujours relativement en sécurité en vélo. Les campagnes de sécurité routière doivent cibler les chauffeurs de tous âges. Les urbanistes peuvent être ciblés dans le cadre de projets d'aménagements urbains.





Les partenaires clés: Les activités peuvent être menées par les municipalités, des organisations de seniors, des organisations de sécurité routière, des organisations centrées sur la santé ou des ONG.

D'autres parties prenantes: Des médecins ou des physiothérapeutes; des organisations de sécurité routière ou des unités policières de sécurité routière; des animateurs (bénévoles) pour mener les groupes de promenade ou de cyclisme; des sociétés historiques, de découverte de la nature ou d'autres groupes capables d'organiser des promenades autour d'un sujet; des organisations fournissant des informations ou des services liés à la mobilité; et des auto-écoles.

Formation de chauffeurs de bus

Il y a un nombre très important de personnes du troisième âge titulaires d'un permis de conduire. Les fournisseurs de transports publics doivent donc rendre leurs services attrayants pour ceux ayant la possibilité de conduire. Si les passagers âgés ont des expériences négatives fréquentes dans les bus, ils arrêteront complètement de les prendre; la conséquence en sera soit qu'ils perdent leur mobilité et autonomie, soit qu'ils mettent encore une voiture sur les routes. Dans les deux cas, la compagnie de transports perd un client payant. D'autre part, les chauffeurs de bus faisant bonne impression améliorent immédiatement l'image de la compagnie entière.

Les avantages:

- Les compagnies de bus reçoivent moins de plaintes (et plus de compliments) de la part des passagers voyageant avec des chauffeurs de bus bien formés.

- Le taux d'accidents diminue lorsque les chauffeurs comprennent les défis affrontés par les voyageurs âgés et s'y adaptent (par exemple en assurant aux personnes du troisième âge le temps de trouver un siège avant de quitter l'arrêt).
- L'image du fournisseur de transports publics peut considérablement s'améliorer si l'on offre de meilleurs services aux personnes âgées.

Le public cible: Les chauffeurs de bus.

Les partenaires clés: Les programmes de formation peuvent être entrepris par les municipalités, des organisations des personnes du troisième âge, des sociétés à but non lucratif ou l'opérateur de transports publics lui-même. Quiconque les lance doit avoir le plein soutien de l'opérateur de transports publics pour réussir.

Services de soutien aux voyageurs dans les transports publics

L'utilisation des transports publics peut constituer un défi pour les non initiés de tout âge et la peur pour leur sécurité personnelle peut décourager les gens de prendre le bus ou le tramway. Cependant, la proportion des personnes âgées augmente et les fournisseurs des transports publics doivent reconnaître la nécessité de leur fournir des services qui leur permettent de se

GÉNÉRATION BRANCHÉE: Des cours d'Internet à Munich (ci-dessus) montrent comment les passagers peuvent obtenir des renseignements sur le voyage.

Photo: Green City



déplacer en toute sécurité et confiance. Ceci signifie qu'ils bénéficient d'aide pour monter dans les véhicules et pour descendre; ils se voient proposer un siège; ils sont accompagnés lors d'un voyage d'essai; on leur assure renseignements et conseils sur les horaires, les correspondances et les tickets; ils sont invités à une démonstration sur l'utilisation des distributeurs de billets. En sachant que les véhicules sont propres, qu'ils peuvent bénéficier d'aide et être certains de rencontrer des gens serviables et amicaux, les passagers âgés seront plus enclins à emprunter les moyens de transports publics.

Les avantages:

- L'image de l'opérateur de transports publics peut considérablement s'améliorer, ce qui fait augmenter les recettes.
- Grâce à leur expérience sur le site, des assistants peuvent aider les transports publics à identifier les lacunes dans les services.
- Les jeunes offrant de l'aide à des personnes âgées donnent le bon exemple aux autres.
- Les conseils personnalisés sur la façon d'optimiser leur utilisation du système accroissent largement la satisfaction des personnes âgées avec les services des transports publics.

UNE PLATE-FORME POUR LE CHANGEMENT: Dans le cadre du projet Patenticket de Cologne (ci-dessus), les titulaires d'un abonnement de transports publics sont encouragés à présenter le service à leurs amis.
Photo: Birgit Kasper

- La formation et la sensibilisation des jeunes aux besoins des seniors est une leçon qu'ils pourront garder pendant toute une vie.

Le public cible: Les personnes âgées qui sont physiquement capables de se déplacer seules, mais qui empruntent rarement les transports publics, qui ont du mal à le faire ou qui ont tout simplement besoin d'aide. Notre programme est unique en ce qu'il cible les enfants, souvent inconscients des besoins de ceux qui les entourent.

Les partenaires clés: Les programmes peuvent être entrepris par les municipalités, des organisations de personnes âgées, des ONG ou des bénévoles de la communauté. Cependant, sans le soutien de l'opérateur de transports publics, ces programmes n'ont qu'une faible chance de réussite. Les écoles et les centres de jeunes constituent des partenaires importants pour les programmes de sensibilisation visant les jeunes passagers de bus.

D'autres parties prenantes: Les médias sont importants pour la diffusion des informations et la sensibilisation.

Marketing de trajet individualisé

Les matériels de marketing de trajet individualisé donnent des informations sur le choix de transports. La création de tels matériels ne nécessite pas (forcément) le développement de nouveaux programmes de mobilité: la tâche principale est de recueillir les informations sur les services existants de mobilité active, les formations, les séminaires ou les activités relatives aux seniors ainsi que d'assurer le contact personnel, des informations et des formations (si nécessaire) sur les possibilités les plus appropriées à chaque personne.

Les avantages:

- La promotion des programmes, projets et services utiles existants au lieu d'en créer de nouveaux qui leur feront concurrence.
- Les gens parlent du projet et partagent le manuel avec des amis et des parents.
- Une image positive se crée de la ville en tant que « messagère » portant des nouvelles à ses citoyens.
- Bien que le manuel vise les seniors, les informations peuvent être réutilisées pour d'autres audiences.
- L'augmentation de la clientèle pour les transports publics.
- La création des rapports entre les opérateurs de services existants, renforçant les réseaux locaux.

Le public cible: Ceux autour de l'âge de la retraite et / ou des seniors relativement actifs (de 60 à 75 ans).

Les partenaires clés: Les ONG, les groupes de personnes âgées ou la ville. Le soutien de la ville augmente considérablement la crédibilité du programme aux yeux du public cible.

D'autres parties prenantes: Les groupes environnementaux, les fournisseurs de transports publics, la police et les organisations de cyclistes.

Approches intracommunautaires dans les transports publics

Les personnes âgées sont considérées un groupe cible difficile à atteindre dans la gestion de la mobilité. Certaines personnes âgées sont peu disposées à être instruites par une jeune personne sur les contraintes relatives à l'âge. Les approches intracommunautaires profitent de la compréhension réciproque par les seniors des besoins d'autrui. La recommandation d'un ticket de bus mensuel ou d'un plan de covoiturage peut être accueillie plus ouvertement s'il vient de la bouche d'un ami que d'une brochure de marketing.

Les avantages:

- Une croissance du nombre des passagers et des titulaires d'abonnements, y compris les « jeunes vieux ».
- L'opérateur de transports publics profite des compétences de ses passagers expérimentés et les formateurs contemporains apprécient un regard derrière les coulisses sur leur système local de transports publics.
- Les personnes âgées parlent la même langue et peuvent profiter des expériences des autres.
- La plupart des formateurs trouvent satisfaisant de partager leur savoir-faire avec leurs contemporains et de les aider à améliorer leur mobilité.

Le public cible: Les approches intracommunautaires ont deux groupes cibles principaux: les seniors qui peuvent expliquer et promouvoir les transports publics à d'autres seniors (les formateurs); et les personnes âgées qui reçoivent des informations, des conseils et un soutien (les apprenants).

Les partenaires clés: L'autorité locale de transports publics, (éventuellement) les autorités locales et régionales, un modérateur ou consultant pour faciliter le processus et des seniors agissant comme formateurs bénévoles ou ambassadeurs.

D'autres parties prenantes: Ces dernières peuvent inclure les médias et éventuellement des ONG s'occupant de transport durable.

Contact

Rupprecht Consult – Coordinateur de projet
 Matthias Fiedler
 Tel: +49 221 60 60 55 22
 E-mail: m.fiedler@rupprecht-consult.eu

Soutenu par



Le contenu de cette publication n'engage que la responsabilité de son auteur et ne représente pas nécessairement l'opinion des Communautés européennes. La Commission européenne n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y figurent.

Szentendre ● mars 2011 ● Publié par: The Regional Environmental Center for Central and Eastern Europe

Photo de couverture: Green City