



Implication des acteurs clés



Les acteurs locaux sont essentiels au succès de nouvelles initiatives, ayant une influence directe sur les objectifs du projet. Gagner leur approbation peut rendre la mise en œuvre plus aisée, dynamique et réussie.

Principales constatations

- Les acteurs locaux peuvent être leaders d'opinion, sensibiliser le public sur les questions de mobilité douce, et influencer la volonté politique et sociale d'apporter du changement.
- Les acteurs dont nous parlons sont les élus locaux, direction et personnel des autorités locales, media, clubs et institutions locaux, commerçants, docteurs, chefs d'entreprise, personnel scolaire, de police et d'église, universitaires, etc.
- Il est essentiel d'identifier les acteurs, de les analyser pour comprendre leurs opinions, leur influence potentielle et leur capacité à mettre en place des mesures de mobilité douce. Il faut également cibler leurs priorités et motivations en général pour coordonner vos objectifs pour la mobilité douce avec leurs autres exigences et obligations.

- En plus d'influencer les objectifs du projet, les acteurs utilisent aussi les transports et ont donc des habitudes et des préférences que le projet peut tenter d'orienter. Certains membres des groupes cibles peuvent devenir acteurs et influencer les autres à adopter des habitudes de mobilité douce, par exemple des écoliers persuadant parents et entourage.

Nos activités

Pour attirer les acteurs à participer au projet d'Active Access, les partenaires ont mené une série d'actions spécifiques.



- **Plan d'engagement des acteurs** – 1ère étape : identifier les acteurs locaux, analyser leurs priorités et positions par rapport à la mobilité douce et établir la meilleure approche.
- **Audits de marche** – visite de la ville pour une « prise en compte » de la réalité des piétons au sein des projets locaux, pour attirer des groupes variés et imaginer ce qui serait possible.
- **Ateliers et discussions** – pour partager les études, résultats et bonnes pratiques d'autres projets et partenaires et pour aider à comprendre les impératifs de la mobilité douce.
- **Séminaire d'échange entre acteurs** lors de la conférence Walk 21 à La Haye en 2010 : les acteurs des organisations participantes ont échangé, se sont inspiré des expériences, et ont entretenu un réseau.
- **Rapports** – présentation des résultats des recherches, activités et évaluations.
- **Réunions avec les partenaires projet et autres acteurs locaux** – pour construire le sentiment d'un but commun, d'échange et parfois de compétition amicale. Les visites d'études dans d'autres pays ont aussi permis d'apprendre et d'influencer les acteurs par un élément nouveau.
- **Participation à des événements publics et aux activités du projet** – promotion pour les entreprises locales, opportunités médiatique pour les élus et forums d'échanges pour les publics cibles.
- **Événements médiatiques** – pour présenter les aspects positifs du projet, souligner l'implication et récompenser les participants, par ex. remettre des prix pour des concours de photographie, de dessin et de film.

Les étapes vers le succès

Contactez les acteurs le plus tôt possible

Identifiez les acteurs au tout début du projet et impliquez-les dans l'organisation et les différentes étapes de développement d'une campagne. Cela leur permet de mieux comprendre la mobilité douce au fur et à mesure de l'avancée du projet, de se l'approprier et de s'investir et d'assurer que les délais et les attentes sont compatibles avec d'autres activités et priorités.

Préparez une présentation claire d'arguments convaincants et de données factuelles

Illustrez la situation actuelle avec quelques données empiriques et recherches locales sur les attitudes et les comportements et associez le tout à une série d'arguments convaincants. Visez à former un avis commun sur ce qu'est le problème et ce qu'il peut être fait. Montrez-leur les avantages de leur implication.

Établissez un calendrier réaliste pour une action coordonnée

Prenez en compte l'année scolaire et les vacances, les élections locales, les saisons, les festivals et autres événements-clés, comme la Semaine européenne de la mobilité ou la Journée sans voiture pour élaborer un calendrier d'événements qui laisse assez de temps pour la préparation, la coordination et l'exécution des initiatives.

Définissez des rôles et responsabilités clairs

Encouragez l'appropriation des actions à la fois pendant et après la campagne, en décrivant ce que chaque acteur peut faire et quand. Soyez ouverts à leurs suggestions et modifications pour enrichir le projet.

Offrez l'occasion d'apprendre par l'expérience

Invitez les acteurs à participer à un audit de marche, un atelier ou une activité de campagne, pour mieux comprendre les tendances de la marche et du vélo au sein de leur groupe cible, montrer leur soutien et encourager d'autres personnes à s'investir.

Reconnaitre leur contribution

Récompenser les acteurs de leur participation reconnaître leur contribution sur le matériel de campagne, avec l'exposition médiatique et marquer la réussite des projets avec toutes les personnes impliquées.



The sole responsibility for the content of this document lies with the authors. It does not represent the opinion of the European Communities. The European Commission is not responsible for any use that may be made of the information contained therein.