



ATTRACTIVITÉ – ÉCONOMIE P III – CENTRE-VILLE / TRANSPORT

1. LE PROJET

Mise en place d'un service de transport Novateur en libre-service pour relier les parkings extérieurs au centre-ville piéton, avec priorité aux publics âgés et aux usagers peu motorisés.

2. CONTEXTE ET ENJEUX :

✚ Ville moyenne d'environ **30 000 habitants**, avec :

- 2.1. Un Centre-ville piétonnisé**, accès voiture limité.
- 2.2. Une Population vieillissante**, avec des difficultés croissantes à se déplacer à pied sur de longues distances.
- 2.3. De l'Espaces disponibles en entrée de ville** permettant la création de parkings relais (P+R).

✚ Enjeux :

- 2.4. Maintenir et renforcer l'attractivité commerciale** du centre-ville.
- 2.5. Limiter la place de la voiture individuelle** dans le cœur de ville tout en gardant une bonne accessibilité.
- 2.6. Proposer une image de ville innovante et durable**, en cohérence avec les politiques de transition écologique et de mobilité douce

3. NOTRE OBJECTIF

- ✚ **Ouvrir l'accès au centre-ville** depuis les parkings extérieurs, en particulier pour les seniors et les personnes à mobilité réduite légère.
- ✚ **Anticiper les besoins liés au vieillissement de la population.**
- ✚ **Soutenir le commerce de centre-ville** en favorisant la venue de clients qui n'osaient plus se garer loin.
- ✚ **Réduire le trafic et le stationnement automobile** dans le cœur urbain.
- ✚ **Améliorer l'image de la ville** (ville "verte", innovante, accueillante pour les personnes âgées).
- ✚ **Expérimenter un nouveau service de micro-mobilité** complémentaire du service Courcinelle, des transports en commun, du vélo et de la marche.

4. PRINCIPE GÉNÉRAL

- ✚ Création de **parkings relais** en entrée de ville (3 dans un premier temps), reliés au centre par des **voiturettes électriques en libre-service** (type quadricycles légers 2 places, ex. Citroën Ami...)
 - ❖ Modèle inspiré des **systèmes de vélos en libre-service**, mais adapté :
 - À un public plus âgé.
 - Au transport de petites courses.
 - À des trajets très courts intra-urbains.
- ✚ **Mise en place d'un service de voiturettes électriques en libre-service** pour relier les parkings extérieurs au centre-ville piéton, avec priorité aux publics âgés et aux usagers peu motorisés.
- ✚ **Mise en service de « Courcinelle » supplémentaires (3)** pour effectuer des rotations avec itinéraires et horaires fixes.

5. FONCTIONNEMENT POUR L'USAGER

- + L'utilisateur **garde sa voiture** ou arrive en covoiturage / bus au **parking relais**.
- + Il **prend soit la courcinelle, soit une voiturette** à la borne via :
 - o Carte de la ville / carte de transport,
 - o ou application mobile / badge spécifique.
- + Il conduit la voiturette jusqu'à une **station en centre-ville** (près des commerces, mairie, marché, services).
- + Il stationne la voiturette dans la station, fait ses courses, puis reprend une voiturette pour **revenir au parking relais**.

6. CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES (scénario type)

- + **Flotte initiale** : 20 voiturettes électriques.
- + **Stations** :
 - o 2 stations aux parkings relais (entrée de ville).
 - o 4 stations en centre-ville (secteurs commerçants, équipements publics).
- + **Vitesse max.** : 25–45 km/h selon choix de catégorie de quadricycle. Citroën+1
- + **Autonomie** : environ 75 km, recharge nocturne et en journée si besoin. Citroën+1
- + **Équipements** :
 - o Coffre / panier pour les courses.
 - o Protection contre la pluie / vent.
 - o Accès facilité (seuil bas, portes larges, tableau de bord simplifié).

7. MODÈLE TARIFAIRE

- + **Gratuité partielle** possible (premiers 20–30 minutes offertes) pour encourager l'usage.
- + Tarification ensuite **à la durée** (ex : 2 €/h) ou **forfait journée** (ex : 5 €).
- + Intégration possible à une **carte de transport** existante (pass mobilité Nevigo).

8. PUBLICS CIBLÉS

- + **Seniors** et personnes à mobilité réduite légère ne souhaitant plus se garer et marcher longtemps.
- + **Clients des commerces de centre-ville**, venant en voiture de communes voisines.
- + **Touristes** et visiteurs ponctuels.
- + **Habitants des quartiers périphériques** sans bonne desserte en transport en commun.

GOUVERNANCE ET PARTENAIRES

9. PORTEURS DE PROJET

- + **Collectivités** : Ville / Agglomération (AOM si compétente en mobilité)

10. PARTENAIRES POTENTIELS :

- + **Exploitant mobilité** : opérateur de transport (Keolis, Transdev...) ou société spécialisée en mobilités innovantes.
- + **Fournisseurs de quadricycles électriques** : constructeurs (Citroën Ami, Mobilize Duo/Bento, Fiat Topolino, etc.).
- + **Commerçants et unions commerciales** : cofinancement, minutes offertes, communication commune.
- + **Région / Département** : soutien financier (mobilité, transition énergétique, centres-bourgs).
- + **Caisses de retraite, ARS, structures seniors** : projets autour du vieillissement et de l'autonomie.

11. CALENDRIER PRÉVISIONNEL (exemple)

- + **Étude de faisabilité et concertation** : 6 mois
 - o Diagnostic mobilité, flux, usages seniors, enjeux commerciaux.
- + **Conception détaillée et montage financier/juridique** : 6 mois
 - o Choix du modèle (DSP, marché de service, régie + prestataire).
- + **Phase pilote** : 18 à 24 mois
 - o Flotte réduite (10–15 voiturettes, 3–4 stations).
 - o Évaluation : taux d'usage, satisfaction, impact sur le commerce.
- + **Généralisation / Ajustement** : à partir de 2 ans si le bilan est positif.

12. MODE D'ACQUISITION DES VOITURETTES

Location Longue Durée (LLD) – Location avec Option d'Achat (LOA)

12.1. Principe retenu

Afin de sécuriser le projet et de limiter les risques financiers, la collectivité privilégie un **recours à la location des voiturettes électriques**, plutôt qu'un achat direct.

12.2. Choix prioritaire : Location Longue Durée (LLD)

La LLD permet :

- une **maîtrise des coûts** grâce à des loyers fixes ;
- une intégration des dépenses au **budget de fonctionnement** ;
- l'inclusion de la maintenance, de l'assistance et du dépannage ;
- une grande **souplesse d'adaptation** en fin de contrat.

Il est proposé une **LLD sur 48 mois** pour l'ensemble de la flotte.

12.3. Option complémentaire : LOA

La LOA pourra être envisagée ultérieurement si :

- le service est largement adopté ;
- les véhicules restent adaptés techniquement ;
- la collectivité souhaite pérenniser le dispositif.

13. BUDGET ESTIMATIF (scénario avec LLD)

13.1. Investissements initiaux (hors achat véhicules)

Poste	Montant estimatif
Stations de recharge (7)	~105 000 €
Aménagement parkings relais	~200 000 €
Système informatique	~70 000 €
Études, AMO, ingénierie	~40 000 €

Total investissement estimatif : ~415 000 €

13.2. Coûts annuels de fonctionnement

Poste	Montant estimatif / an
LLD voiturettes (20 × 220 € / mois)	~53 000 €
Assurance flotte	~12 000 €
Énergie	~6 000 €
Exploitation / personnel	~30 000 – 50 000 €
Maintenance stations / logiciel	~10 000 – 20 000 €
Communication	~10 000 €

Total annuel estimatif : ~120 000 – 150 000 €

14 RECETTES POTENTIELLES

Hypothèse très simple :

- ✚ 50 trajets payants par jour en moyenne,
- ✚ 3 € de recette moyenne par trajet (durée variable).

→ $50 \times 3 \text{ €} \times 300 \text{ jours ouvrés} = \sim 45\,000 \text{ € / an}$ de recettes directes.

À cela s'ajoutent des **retombées économiques indirectes** (fréquentation accrue du centre-ville, maintien des commerces, etc.), très importantes.

14. SOURCES DE FINANCEMENTS POSSIBLES :

- ✚ **Budget de la collectivité** (ville / agglo).
- ✚ **Subventions :**
 - ✚ Région (mobilités innovantes, aménagement de centre-bourg).
 - ✚ ADEME / programmes mobilité et transition énergétique.
 - ✚ Éventuels fonds européens (FEDER, etc.) sur les mobilités durables.

15. PARTENARIAT ENTREPRISES :

- ✚ Sponsors locaux ou nationaux (image verte, RSE).
- ✚ Constructeurs de micro-voitures en démonstration de leurs modèles.
- ✚ Contribution des commerçants :
 - ✚ Offre de temps de trajet gratuit conditionné à un achat. (exemple)

16. INDICATEURS DE RÉUSSITE

- ✚ Nombre d'**utilisateurs uniques** et de trajets par jour / semaine.
- ✚ **Profil des usagers** (part des seniors / personnes en difficulté de mobilité).
- ✚ Taux de **satisfaction** (enquêtes régulières).
- ✚ Impact sur la **fréquentation du centre-ville** (commerçants, piétons).
- ✚ Baisse du **trafic automobile** et de la pression de stationnement dans le centre.
- ✚ Image et **notoriété du service** (presse locale, réseaux sociaux, perception habitants)

