

**Rapport final du Conseil communal au sujet du postulat n° 114 (2021-2026)  
de M. Hervé Bourrier (PS)  
demandant d'étudier la possibilité de mettre en place une campagne de sensibilisation  
sur les problèmes de mobilité rencontrés sur le territoire communal**

En séance du 13 septembre 2023, le Conseil général transmettait au Conseil communal le postulat n° 114 de M. H. Bourrier lui demandant d'étudier la possibilité de mettre en place une campagne de sensibilisation sur les problèmes de mobilité rencontrés sur le territoire communal.

**Résumé du postulat**

Ce postulat propose de faire une campagne de sensibilisation d'envergure organisée, avec l'appui de la Police locale, de la Police cantonale, des Services de la Ville (communication, mobilité, édilité etc.), des TPF, des CFF et pourquoi pas de conseillers généraux et de conseillères générales.

Le but est de distribuer aux entrées de la ville (à un ou deux endroits par matin pour ne pas paralyser la circulation) un flyer aux automobilistes avec un petit chocolat aux couleurs de la ville en leur souhaitant la bienvenue.

Ce flyer, qui rappellerait les règles de la circulation et de courtoisie, proposerait aussi des alternatives pour se rendre en ville de manière plus "écologique et durable" et donnerait des pistes et des idées sur les autres moyens de se rendre en ville de manière plus efficace; il rappellerait aussi l'emplacement des Park and Ride et que l'on peut acheter simplement son billet de bus par SMS ou directement sur le site des CFF, donnerait des informations sur les possibilités de co-voiturage, sur les espaces de co-working, les pistes cyclables, le prix des abonnements CFF et TPF, etc. et renverrait sur un site ad hoc dédié à la mobilité en ville de Fribourg.

De plus, nous pourrions envisager d'y adjoindre un concours avec des prix attrayants (seules les personnes habitant hors de Fribourg pourraient y participer; le tirage au sort pouvant avoir lieu au cours d'une séance du Conseil général). On pourrait imaginer des prix comme par exemple,

- des abonnements d'une année aux TPF;
- des abonnements d'un mois aux TPF;
- des abonnements CFF demi-tarif pour une année;
- des abonnements pour des places gratuites pendant une année dans un Park and Ride;
- des vélos électriques;
- des trottinettes;
- des billets de spectacle;
- des places de co-working dans des infrastructures de la ville.

Cette action devrait être également coordonnée avec les réseaux sociaux et la presse.

Bénéfices attendus:

- visibilité dans la presse cantonale et nationale et incitation pour d'autres villes et localités à faire de même;
- renforcement de l'image de la ville accueillante et ouverte;
- sensibilisation des automobilistes à la stratégie mise en place par la Ville, aux problèmes qu'elle rencontre et aux comportements pas toujours adéquats ou appropriés des automobilistes lors de conditions de circulation difficiles;
- mise en lumière des autres possibilités en ce qui concerne la mobilité: les essayer, c'est les adopter;
- diminution de la circulation (des études montrent que 10% de circulation en moins suffirait à décongestionner la ville et permettrait ainsi d'économiser sur les infrastructures routières, de mieux planifier les transports publics et d'augmenter la sécurité des usagers);
- augmentation sensible de la qualité de vie;
- diminution de la pollution et des nuisances sonores;
- gain de temps;
- augmentation de la vitesse commerciale des bus.

Estimation, à titre indicatif, des coûts d'une telle action:

- planification et coordination entre les différents services environ CHF 10'000.-;
- communication, réalisation des flyers, site internet, conférence de presse, interventions au niveau des médias cantonaux et nationaux, balisage, sécurité, etc. environ CHF 25'000.-;
- prix du concours CHF 19'000.-;
- mobilisation des ressources en personnel de la ville et de la Police cantonale pendant quatre matins = environ CHF 5'000.-;
- mobilisation de conseillers généraux = environ CHF 1'000.-

Coût estimatif de l'opération = environ CHF 60'000.-.

## Réponse du Conseil communal

### Situation actuelle

Le bon comportement des usager·ère·s du réseau routier repose principalement sur trois axes:

- des infrastructures adaptées, qui permettent d'offrir des conditions de déplacement adéquates pour tous les usagers, en minimisant les conflits et les dangers;
- de la prévention et de la sensibilisation pour tous les types d'usager·ère·s;
- de la répression pour sanctionner les comportements inadéquats.

L'Edilité et le Service de la police locale et de la mobilité travaillent ensemble depuis de nombreuses années pour améliorer l'espace public et l'infrastructure routière. C'est un travail important, mené sur le long terme, mais qui permet d'améliorer petit à petit la situation. Concernant la prévention/sensibilisation et la répression, ce sont des axes de travail pour lesquels les résultats immédiats sont moins évidents mais qui présentent des effets bien réels sur la durée.

A Fribourg, c'est essentiellement à la Police cantonale qu'incombent les tâches d'éducation routière, de prévention et de sécurité routière. Elle agit sur de très nombreux vecteurs qui touchent autant les enfants que les adultes, tous types d'usager·ère·s confondus. D'autres intervenant·e·s communiquent ponctuellement sur des thématiques spécifiques en lien avec la mobilité, comme par exemple l'OCN, l'association Pro Vélo ou le Bureau de prévention des accidents (BPA).

## Campagne 2021

En 2021, la Ville de Fribourg a mené une campagne de sensibilisation générale pour tous·tes les usager·ère·s de la route, afin de favoriser le fair-play et la courtoisie. Les intervenant·e·s suivants ont été intégrés·e·s à cette opération: l'Agglomération de Fribourg, l'Association transports et environnement, l'OCN, la Police cantonale, Pro Vélo, TaxiSuisse, le TCS, les TPF et la Ville de Bulle.

Ce projet, intitulé "Route = Respect", a fait l'objet d'une communication à la rentrée 2021, avec une conférence de presse et la diffusion d'un film sur les réseaux sociaux et sur internet. On peut considérer que cette action a bien fonctionné, même s'il est difficile de quantifier son effet. La thématique choisie ne traitait volontairement pas d'un domaine spécifique, souvent déjà abordé par d'autres entités, mais visait tous·tes les usager·ère·s de l'espace public. C'était donc un vide que cette campagne a essayé de combler et cela avait du sens que la Ville entreprenne une action à cet effet.



## Analyse de la proposition du postulat

Le postulat propose *"de mieux informer les automobilistes en leur expliquant simplement la stratégie de la Ville en matière de mobilité"* et il détaille une liste d'axes sur lesquels agir: rappel des règles de circulation, sensibilisation à la sécurité et à l'environnement, sensibilisation au fair-play, présentation des alternatives à la voiture, rappel de l'offre Park&Ride, etc. Il propose pour cela une distribution de flyers aux automobilistes, avec à la clé des prix à gagner et la mise en place d'une communication coordonnée par voie de presse et sur les réseaux sociaux.

La Ville salue l'idée de pouvoir mieux informer et, si possible, convaincre la population du bien-fondé des mesures prises dans ce domaine. Cela permettrait de tenir compte des objectifs d'amélioration de la qualité de vie en ville en assurant un meilleur rééquilibrage entre les différents modes de transport au profit de la mobilité douce et des transports publics.

Toutefois, tel que proposé, ce postulat pose les problèmes suivants:

- Des actions de distribution de flyers ont déjà été testées dans le passé à diverses occasions. On peut par exemple mentionner les actions menées à la rue de la Grand-Fontaine ou à la route de la Vignettaz dans les années 2010 pour sensibiliser les automobilistes à la problématique du trafic de transit, ou encore en 2013 durant la "Semaine de la mobilité" pour présenter aux automobilistes arrivant en ville par le pont de Pérolles les alternatives à l'automobile. Globalement, il s'est avéré que la distribution de flyers aux automobilistes est un mode opératoire compliqué, qui demande beaucoup de ressources et qui peut au contraire agacer les personnes arrêtées.

- Des actions de sensibilisation sur la mobilité à large échelle ont été testées pendant plusieurs années en ville de Fribourg dans le cadre des manifestations "Semaine de la mobilité". Globalement, l'organisation de ces événements demandait des ressources très importantes et un lourd travail préparatoire, pour des résultats qui n'ont jamais semblé véritablement significatifs. La Ville de Fribourg a d'ailleurs arrêté de mener ce type d'action à partir de 2015, essentiellement en raison du rapport coûts/efficacité.
- Sur un jour ouvrable standard, on dénombre environ 120'000 automobiles qui entrent et sortent du territoire communal. Une telle action pourrait sans doute toucher au maximum 2'000 à 4'000 automobilistes (ce qui est déjà beaucoup, puisque cela demande à chaque fois un arrêt du véhicule, une interaction et un dialogue avec le ou la conducteur·rice). On constate donc que, même avec un effort ambitieux, on ne toucherait qu'environ 2 à 3% des personnes concernées.
- On peut présager que la réceptivité des automobilistes qui seraient contraints de s'arrêter ne serait pas bonne. Le risque d'agacement des automobilistes est bien réel, particulièrement pour le public visé, c'est-à-dire les automobilistes roulant aux heures de pointe, avec des trajets par nature peu agréables. Il y a de fortes chances qu'une telle action soit plutôt perçue par les automobilistes stoppés·e-s dans leur trajet comme moralisatrice et source de perte de temps à un moment déjà stressant de la journée. Ce risque est renforcé par le climat actuel, très tendu. Au final, un risque de polarisation accrue de certaines personnes semble bien réel.
- La thématique abordée est particulièrement large et le message est trop diffus. L'explication de la stratégie de la ville en matière de mobilité via une telle action semble un objectif trop ambitieux. C'est un sujet complexe qui ne peut pas être synthétisé sur un simple flyer. La communication devrait plutôt se concentrer sur un message particulier, clair et précis, pour être efficace.
- Enfin, l'effort pour préparer puis mener à bien une telle action nécessiterait des ressources que les secteurs concernés n'ont pas à disposition en ce moment.

### Proposition

La Ville de Fribourg a déjà testé plusieurs types d'actions de sensibilisation et il semble judicieux de capitaliser sur cette expérience. Une vaste action de distribution de flyers n'est certainement pas la meilleure option mais il serait en revanche tout à fait envisageable de réactiver l'action de sensibilisation de 2021 pour une campagne de rappel. Cette action a l'avantage de ne pas opposer les différents modes de transport et au contraire de toucher tous·tes les usager·ère·s pour les sensibiliser aux besoins des autres. Une telle action semble donc particulièrement indiquée dans le climat actuel et pourrait être réactivée sans coûts ou efforts disproportionnés.

Par ailleurs, chaque nouvelle mesure et chaque action fait l'objet depuis plusieurs années de communiqués de presse, voire de conférences de presse, de présence sur les réseaux sociaux et d'affichages divers. La Ville entend poursuivre ces actions pour diffuser à chaque occasion les actions menées par la Ville pour améliorer la qualité de la vie de ses citoyen·ne·s et pour améliorer la compréhension des enjeux de mobilité. Le domaine est cependant d'une grande complexité et très sensible. Les avis sur ces questions sont souvent peu fondés sur des faits et il est particulièrement difficile de convaincre, tant les avis sont tranchés. Des solutions simplistes sont souvent proposées, en ignorant bien souvent que les marges de manœuvre sont faibles et que la modification des habitudes de déplacement s'inscrit sur le long terme.

On peut également mentionner les processus participatifs qui sont mis en place pour les projets d'envergure et qui sont autant d'occasions d'échanger et d'expliquer le contexte, les objectifs et les contraintes, ou les contacts réguliers entre les services de la Ville et les associations de quartiers ou autres associations, qui permettent également une circulation des informations.

### Conclusion

En conclusion, le Conseil communal est d'avis que la demande du postulat n°114 d'étudier la mise en place d'une campagne de sensibilisation sur les problèmes de mobilité rencontrés sur le territoire communal n'est pas souhaitable à l'heure actuelle sous la forme proposée. Il semble préférable:

- de continuer le travail effectué de sensibilisation et de prévention mené principalement par la Police cantonale et de s'appuyer sur les communications spécifiques des autres intervenants-e-s (BPA, ProVélo, etc.) pour traiter des domaines particuliers;
- de procéder à une nouvelle édition mise à jour de la campagne "Route = Respect", par exemple durant l'année 2025.

Le postulat n° 114 est ainsi liquidé.