

Déplacements des collaborateurs et clients : quelques exemples

Zoom sur le magasin IKEA de Strasbourg

Le magasin IKEA de Strasbourg, situé à plus d'un kilomètre du terminus du **tramway**, a établi une **liaison** de cet arrêt jusqu'au **point de vente**, au moyen d'une **navette**.

Celle-ci propose un **aller-retour** toutes les 20 minutes.

En 2006, elle a géré le transport de plus de 47 000 personnes.

La même année, pour Noël, le Comité d'Entreprise a offert à chaque collaborateur salarié un cadeau incitatif à l'usage de **modes de transport assurant un meilleur respect de l'environnement** : un vélo.

Les vélos reçus, décorés aux couleurs IKEA, peuvent être garés dans un **abri** construit à cet effet, à **proximité** du magasin.

La **démarche** a pour optique principale de **faciliter et favoriser** les **déplacements** des **personnels et clients** par des **moyens alternatifs** à la voiture particulière - transports en commun et transports « doux » (vélo, marche...) en particulier -, associée à la finalité primordiale de **réduire l'incidence environnementale** des activités impliquées.

Un concours pour inciter aux modes alternatifs de transport

En 2006, un **concours international** visant les **collaborateurs** IKEA, intitulé « Let's get going, le défi pour aller au boulot », a été organisé par le Groupe.

Tous les magasins IKEA étaient invités à participer.

La demande faite aux collaborateurs : **changer** leurs **modes de transport**, le plus souvent axés sur l'automobile, **modifier** leurs **pratiques de déplacements**, pendant deux semaines.

La **visée** du concours était **triple**, et les prix attribués au nombre de cinq.

Les trois objectifs principaux consistaient respectivement à encourager les collaborateurs à tester de **nouveaux moyens** de transport, à les amener à en faire le **choix définitif**, et à contribuer à mieux **respecter environnement et santé** des individus, tout en réalisant diverses **économies**.

Corrélés à cette **volonté de forte sensibilisation**, les **cinq prix** remis correspondaient à des axes de **contribution** variés et représentatifs : meilleur taux de participation ; solution la plus innovante quant au trajet domicile / travail ; plus grand pourcentage de transports alternatifs ; plus grand nombre de kilomètres en moins ; économie de CO₂ la plus importante.

En France, près de 8,3 tonnes de **CO₂** ont pu ainsi être économisées.