

Le soutien et la promotion du programme

Chapitre 4

Moyens importants d'attirer l'attention sur votre programme
d'options pour les navetteurs et d'en faire un succès

4.1	Le message, la marque et l'identité	4-1
	Assurez le succès de votre programme d'options pour les navetteurs	
	4.1.1 L'envoi du bon message	4-1
	4.1.2 La marque	4-2
	4.1.3 La création d'une identité de programme	4-3
4.2	La communication avec les employés	4-4
	Utilisez une variété de moyens pour rester en contact	
	4.2.1 La communication électronique	4-4
	4.2.2 La communication sur papier.....	4-6
	4.2.3 La communication interactive	4-8
4.3	Les activités spéciales	4-8
	Suscitez de l'intérêt relativement aux options pour les navetteurs	
4.4	Le retour garanti à domicile	4-11
	Offrez une « assurance de navettage » à vos employés	
4.5	Les autres mécanismes de soutien et incitatifs	4-12
	Aidez vos employés à profiter au maximum des options pour les navetteurs	
	4.5.1 Les récompenses.....	4-13
	4.5.2 Les services consultatifs	4-14
	4.5.3 Les installations pour les employés	4-15
	4.5.4 Les horaires libres.....	4-15
	4.5.5 Les options pour les moments difficiles	4-16
	4.5.6 Les options pour les déplacements professionnels locaux	4-17
Annexes		
	4.A Identités visuelles	4-18
	4.B Sites Web	4-19
	4.C Communication sur papier	4-21
	4.D Brochure et bon de retour garanti à domicile (RGD)	4-26
	4.E Récompenses	4-28

Chapitre 4

Le soutien et la promotion du programme

4.1 Le message, la marque et l'identité

4.1.1 L'envoi du bon message

Chaque mesure prise par votre organisme pour améliorer les options pour les navetteurs envoie un message aux employés – et trois principes peuvent vous aider à rendre ce message davantage efficace et constructif. Ces règles d'or sont les suivantes :

- **Soyez positif.** N'adoptez pas une démarche « anti-voiture ». Mettez plutôt l'accent sur les avantages des options pour les navetteurs et essayez d'aider les navetteurs à profiter de nouvelles possibilités. Les informations qui accompagnent les messages positifs sur les options pour les navetteurs risquent d'être mieux reçues par les employés que les informations qui accompagnent des messages négatifs sur la conduite automobile. En effet, beaucoup de conducteurs (comme la plupart des gens) sont très sensibles à la critique et se sentent mal à l'aise à l'égard de celle-ci.
- **N'essayez pas d'intimider.** Les gens réagissent mal quand ils pensent qu'on dicte leurs choix. Plutôt que dire aux navetteurs d'*utiliser* les options pour les navetteurs, le programme doit les encourager à les *essayer*.
- **Rendez hommage à vos amis.** Les messages du programme ne doivent pas viser uniquement les conducteurs, mais doivent également rendre hommage explicitement à ceux qui ont déjà choisi de ne pas conduire se rendre au travail. Vous pouvez les garder de votre côté en les aidant à se sentir bien à propos de leur choix et vous pouvez créer des modèles positifs que les autres voudront imiter.

En pratique, l'application de ces trois principes à la promotion des options pour les navetteurs crée trois catégories générales de messages :

- Ceux qui favorisent les avantages personnels – comme une meilleure santé, moins de stress, plus de sécurité, des économies financières, davantage de temps libre, plus de temps productif.



- Ceux qui favorisent les avantages sociaux et environnementaux – comme un air plus pur, un ralentissement du changement climatique, moins d'embouteillages, plus de sécurité routière.
- Ceux qui rendent hommage à des réalisations de personnes ou de groupes, comme celui qui fait le plus long parcours à bicyclette, celui qui utilise toujours les transports en commun, le programme de covoiturage le plus long, le groupe de travail avec la plus grande proportion de non-conducteurs.

Une considération importante, mais subtile, dont vous devez tenir compte lors de la conception des communications du programme est la source de vos messages – il n'y a pas de système universel, et la meilleure démarche dépend de votre culture d'entreprise et du message lui-même. Généralement, le choix se fait entre l'envoi de messages par la gestion supérieure ou par le coordinateur des options pour les navetteurs (ou du groupe directeur). Les messages en provenance de la gestion supérieure peuvent avoir plus de poids que ceux du coordinateur des options pour les navetteurs, mais ils peuvent aussi manquer de chaleur et d'enthousiasme et peuvent être perçus comme paternalistes. Dans certains organismes, les employés accordent davantage de crédibilité aux messages qui viennent de collègues respectés, plutôt que de la gestion supérieure. Différentes méthodes peuvent convenir à différents messages – par exemple, une annonce d'amélioration des services de transports en commun peut venir du coordinateur des options pour les navetteurs, alors qu'une note de service relative à la mise en vigueur d'espaces de stationnement réservés peut venir de la gestion supérieure ou du personnel de sécurité.

4.1.2 La marque

On peut définir la marque comme l'expérience collective que les clients ont avec un service ou un produit, et on peut la décrire en termes de messages reçus ou d'émotions ressenties par les gens quand ils pensent à ce service ou ce produit. Sur le plan de la commercialisation (p. ex. d'une soupe ou de céréales), un bon produit se vend mieux s'il porte une bonne marque. La marque donne un sentiment de confiance et de familiarité au consommateur, à tel point que les gens achètent un produit à cause de sa marque plutôt qu'à cause de ses caractéristiques techniques (ou malgré elles). Une bonne marque (comprenant un nom, un slogan, un logo et des couleurs) se reconnaît facilement et renforce une caractéristique du produit (exotique, sécuritaire, amusant). La marque est bâtie sur des efforts constants et réguliers qui comprennent la commercialisation, la validation par des tiers et les expériences personnelles. Une bonne marque produit naturellement des attentes de cohérence et de prévisibilité.

Selon la taille et la culture de votre entreprise, la création d'une marque autour de votre programme d'options pour les navetteurs peut présenter des avantages. Par l'utilisation constante d'une identité de programme (c.-à-d. un nom, un slogan et un logo – comme nous l'examinons dans la section suivante), vous pouvez aider les employés à reconnaître et lier intuitivement les divers éléments du programme. Chaque message sur votre programme d'options pour les navetteurs fournit également la possibilité de raffiner et de renforcer son image de marque, qui repose sur une caractéristique dominante (p. ex. la santé, l'économie,

la protection de l'environnement). Vous devez vous rappeler que l'image de marque de votre programme n'est pas simplement un nom et un logo – c'est plutôt une image générale qui comprend un aspect visuel, un ensemble de valeurs et une réponse aux consommateurs.

4.1.3 La création d'une identité de programme

Dans la section précédente, nous avons introduit l'idée de créer une marque pour votre programme d'options pour les navetteurs. Toutes les marques ont pour objet de faire reconnaître leur produit par le consommateur. Aussi, les marques utilisent un aspect particulier du produit, ou une identité propre. Tous les programmes d'options pour les navetteurs n'ont pas besoin d'une identité visuelle, mais celle-ci est justifiée dans les grands organismes ou pour tous les programmes où un ensemble d'options pour les navetteurs bénéficieraient d'un profil amélioré parmi les gestionnaires et les employés. Il faut cependant noter qu'il importe de consulter le personnel des communications de votre entreprise avant d'élaborer une identité visuelle pour votre programme – certains organismes limitent l'utilisation interne d'identités visuelles qui peuvent estomper ou autrement réduire la valeur de l'identité principale de l'organisme. Dans ce cas, vous pourrez donner un nom à votre programme sans créer une identité visuelle.



Identité visuelle du programme d'options pour les navetteurs de Transports Canada (davantage d'exemples à l'**annexe 4.A**)

La plupart des identités visuelles sont bâties autour de trois éléments : un nom, un slogan et un logo.

Le nom. L'identité d'un programme d'options pour les navetteurs vise généralement à communiquer un message d'ensemble – par exemple intelligent, propre, sain, facile, rapide, choix ou défi. Les noms de programmes combinent généralement un mot descriptif avec un autre mot qui est davantage relié à la navette, ce qui donne des noms comme Éconavette, Écotransport ou Voyagez futé. Une autre démarche consiste à choisir une phrase ordinaire, ou même un seul mot qui évoque l'esprit d'un programme d'options pour les navetteurs, comme *allégo*.

Le slogan. Le slogan est un sous-titre qui peut donner de l'énergie à un nom simple. Il rappelle l'objet du programme et peut même être changé périodiquement pour renforcer une campagne en cours. Le slogan est un bon moyen de diriger l'attention sur les avantages personnels ou sociaux des options pour les navetteurs

Le logo. Le logo comprend le nom de votre programme d'options pour les navetteurs et un slogan si nécessaire, dans un ensemble graphique – le texte est présenté dans un format particulier (police et couleur) et comprend parfois une image stylisée ou caricaturale.

Il existe plusieurs manières de créer un nom et un logo. Une démarche consiste à faire un concours d'idées parmi les employés. Autrement, des conseillers qualifiés en commercialisation, communications ou conception graphique peuvent élaborer des options et produire des images qui seront utilisées sur papier et en format électronique.

L'**annexe 4.A** comprend un certain nombre d'identités visuelles élaborées pour des programmes canadiens d'options pour les navetteurs.

4.2 La communication avec les employés

Des communications efficaces avec les employés sont primordiales. Aucune mesure entreprise dans le cadre d'un programme d'options pour les navetteurs – qu'il s'agisse d'un nouveau système d'appariement des navetteurs ou d'une amélioration des supports à bicyclettes – n'est vraiment utile si les employés ne sont pas au courant et ne savent pas comment l'utiliser.

Une bonne stratégie de communications fait plus que communiquer des informations. Bien menée, elle peut créer des sentiments et une perception de familiarité, d'honnêteté, d'intégrité et d'accessibilité qui favorisent l'image du programme et augmentent l'absorption de messages individuels. À cet égard, les communications représentent le produit final d'une stratégie intégrée de messages et de marque.

Encore curieux?

Une collection importante de matériel de communications sur les options pour les navetteurs est disponible en direct au site Web du U.S. National Center for Transit Research à l'adresse <http://nctr.cob.fsu.edu>.

Nous examinons les moyens principaux de communication avec les employés en tant que groupe dans les sections suivantes. Ils comprennent :

- La communication électronique, comme le courrier électronique et les sites Web
- La communication sur papier, comme les guides, les bulletins, les dépliants et les affiches
- La communication interactive comme les expositions, les présentations et les réunions

4.2.1 La communication électronique

Le courrier électronique. Avant d'utiliser le courrier électronique de façon exclusive pour promouvoir votre programme d'options pour les navetteurs, souvenez-vous que beaucoup de travailleurs ont aujourd'hui une relation mitigée avec ce médium. Les avantages du courriel (la facilité d'envoyer instantanément des messages à un grand nombre de gens) milite contre lui. La fatigue informatique est une menace véritable dans certains organismes où les employés sont noyés par un plus grand nombre de messages qu'ils ne peuvent vraisemblablement lire, alors beaucoup de courriels peu urgents ne sont jamais lus. Aussi, essayez d'envoyer des messages courts et faciles à lire et incluez toujours le message clé dans les premières lignes. Ainsi, les lecteurs intéressés peuvent rapidement voir qu'il s'agit de quelque chose qui leur est utile.

Grâce au pièces jointes, vous pouvez envoyer des graphiques électroniques compliqués, comme des fichiers Adobe Acrobat. Cependant, les destinataires doivent faire un effort supplémentaire pour ouvrir ces pièces jointes. Vous pouvez éliminer cet obstacle en envoyant vos messages courriel en langage Hypertext



(HTML) plutôt qu'en texte, ce qui vous permettra d'utiliser des polices de caractères spéciales, des couleurs et des images sans avoir recours aux pièces jointes. Notez que certains organismes interdisent l'usage de pièces jointes et de langage HTML pour les messages courriel internes afin de minimiser le volume des envois sur leur réseau informatique.

Les sites Web. Beaucoup d'employeurs ont maintenant un site Web interne (intranet) sur leur réseau informatique. Le site Web est un excellent moyen d'offrir de l'information de haute qualité et intégrée aux employés, quand ils en ont besoin, sans les forcer à quitter leur bureau ou à laisser des messages au coordinateur des options pour les navetteurs. Les sites Web sont faciles et économiques à modifier, et sont par conséquent des moyens efficaces et efficaces de fournir des renseignements qui changent fréquemment. Ils peuvent aussi minimiser le coût et les déchets d'impression de matériaux de communications.

Un bon moyen de promouvoir l'utilisation de sites Web internes est d'inclure son adresse sur tous les documents et dans le livre d'adresses de tous les courriels connexes (où les lecteurs ont besoin de cliquer simplement sur le lien pour avoir directement accès au site Web).

Un site Web interne faisant la promotion d'un programme d'options pour les navetteurs peut comprendre les éléments suivants :

- Une page de bienvenue comprenant un énoncé d'objectifs et un message de soutien de la gestion
- Une brève description du programme, comprenant les travaux menés jusqu'ici (y compris les succès ou les étapes obtenues) et les plans d'avenir
- Un questionnaire pour aider les employés à trouver quelles options pour les navetteurs pourraient leur convenir
- Des instructions particulières relatives à chaque option pour les navetteurs (p. ex. comment s'inscrire à l'appariement des navetteurs, comment avoir accès aux vestiaires, comment obtenir les horaires d'autobus)
- Un mécanisme permettant aux utilisateurs d'offrir leur rétroaction sur le site Web ou le programme
- Des liens à des sites Web connexes (p. ex. des sites de services de transports locaux, de rapports sur la circulation, de rapports météo, d'agences de transports en commun, de groupes de défense des cyclistes)

L'**annexe 4.B** comprend des images en provenance de sites Web Intranet de programmes canadiens choisis d'options pour les navetteurs.

Encore curieux?

Certains sites Web de programmes d'options pour les navetteurs sont accessibles sur Internet. Par exemple, www.trek.ubc.ca et www.citemultimedia.com.

4.2.2 La communication sur papier

Une gamme étendue de documents imprimés est disponible pour votre programme d'options pour les navetteurs. Certains de ces documents (p. ex. bulletins, notes de service) peuvent servir à communiquer beaucoup de renseignements en même temps et peuvent être conservés afin de servir de référence facile. D'autres (p. ex. les affiches, les dépliants) conviennent mieux pour attirer l'attention sur une question particulière et pour signaler d'autres sources d'informations aux lecteurs intéressés.

Traditionnellement, on a fait appel aux couleurs et aux services professionnels pour concevoir des documents qui retiennent l'attention du lecteur, mais ces éléments augmentent également considérablement les coûts de production. Voici quelques renseignements pratiques qui vous permettront de produire des documents en couleur facilement et de façon économique :

- Profitez des imprimantes actuelles de haute qualité et économiques pour imprimer des documents à l'aide de modèles normalisés compris dans les logiciels bureautiques standard d'aujourd'hui.
- Pour les documents de grande circulation qui nécessitent une distribution à des centaines de milliers d'employés (p. ex. des bulletins ou des dépliants), envisagez produire des modèles en couleur (semblables à des en-têtes) sur lesquels vous pouvez imprimer votre texte en noir à l'aide d'une imprimante laser standard ou d'une machine à photocopier.
- Assurez-vous de consulter le personnel de communications de l'entreprise, ou des employés talentueux d'autres services qui peuvent offrir leurs compétences, avant d'entreprendre des travaux de conception plus complexes.

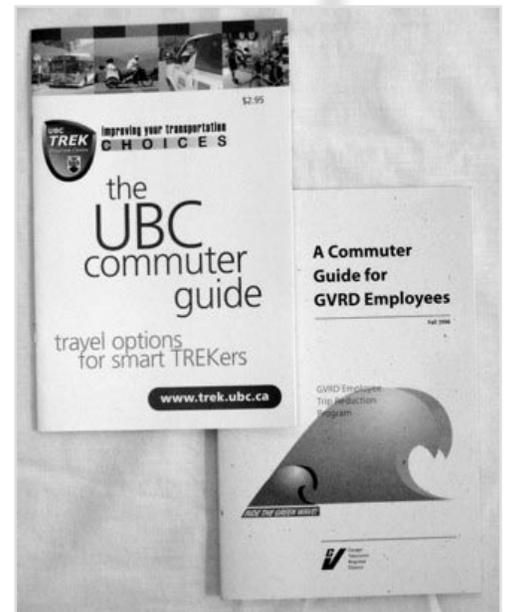
Nous examinons diverses sortes de documents dans les paragraphes suivants et nous reproduisons à l'**annexe 4.C** des exemples de documents produits par des programmes d'options pour les navetteurs canadiens.

Les notes de service, les brochures et les circulaires peuvent être produites rapidement et facilement à l'aide de logiciels ordinaires de traitement de texte. Un bon moyen de toucher tous les employés consiste à joindre ces documents aux chèques de paie. En outre, cela élimine le besoin d'un canal de distribution séparé.

Les bulletins sont un bon moyen d'ajouter de l'intérêt aux éléments plus sérieux d'un programme d'options pour les navetteurs. Des profils documentaires ou des témoignages vécus de navetteurs qui ont des histoires intéressantes à raconter, des annonces d'activités futures, des explications de nouveaux éléments de programmes et même des articles de conseils pratiques aux navetteurs peuvent rendre vos bulletins amusants et attirants. La nature régulière des bulletins aide aussi à dynamiser l'image de votre programme d'options pour les navetteurs et à en faire un élément permanent de votre lieu de travail. Si la production d'un bulletin entièrement consacré à votre programme d'options pour les navetteurs est trop lourde à porter, assurez-vous de soumettre des articles aux autres bulletins qui existent déjà.

Les guides de programme peuvent aider vos employés à profiter d'une intégration du programme d'options pour les navetteurs, en leur permettant de consulter en un seul endroit toutes les politiques, les pratiques et les conseils. L'inconvénient lié à la production de ces guides volumineux est qu'ils peuvent être coûteux à imprimer et à distribuer, et qu'ils risquent de se démoder quand des éléments du programme sont ajoutés ou changés. Vous pouvez toujours publier des guides plus concis comme références pratiques, qui sont plus économiques à mettre à jour. Les guides sont particulièrement précieux comme éléments de recrutement de nouveaux employés, en donnant aux employés potentiels une meilleure opinion de votre entreprise grâce à l'existence du programme d'options pour les navetteurs. Ils permettent aussi aux nouveaux employés d'utiliser le programme pour prendre des décisions sur la manière dont ils voyagent.

Les avis et les affiches placés dans à des endroits à grande circulation sont de bons moyens d'attirer l'attention. Ils doivent être simples, gais et attirants pour inciter les passants à les lire. Si possible, évitez de placer les avis et les affiches sur des tableaux d'affichage généraux, où ils entrent en concurrence avec d'autres documents et risquent d'être submergés et recouverts. Efforcez-vous plutôt de créer un tableau d'affichage distinct ou au moins de consacrer une partie du tableau d'affichage général aux avis d'options pour les navetteurs. Une démarche qui assure de la visibilité et permet également la rotation simple et économique de l'information est de créer des «cadres d'affiches» permanents qui contiennent chacun un espace pour une feuille de papier normale, le cadre jouant le rôle d'une marge de grande taille pour la page plus petite. Les cadres d'affiches peuvent être utilisés pour rendre hommage aux navetteurs du mois, pour rappeler de remplir des enquêtes ou de s'inscrire à des activités spéciales, ou bien pour annoncer de nouvelles mesures d'options pour les navetteurs. En l'absence d'information particulière sur le programme, vous pouvez changer régulièrement des messages simples de motivation pour éviter que le cadre d'affiches perde son intérêt.



Guides de programmes d'options pour les navetteurs élaborés par l'Université de la Colombie-Britannique et le District régional de Vancouver

Ce matériel provient d'une organisation qui n'est pas assujettie à la Loi sur les langues officielles de sorte qu'il n'est disponible que dans la langue de rédaction.



Cadre d'affiche mural utilisé pour le programme Écotransport de la Ville d'Ottawa. Des rails en matière plastique permettent d'ajouter facilement une affiche de format lettre

4.2.3 La communication interactive

Les communications de vive voix sont un complément vital à l'information électronique et imprimée. En permettant au coordinateur de votre programme d'options pour les navetteurs, ou à d'autres personnes au courant du programme offert aux employés, de discuter du programme avec eux et de répondre à leurs questions, vous pouvez capter leur attention et leur transmettre l'énergie et l'enthousiasme qui sont difficiles à communiquer par d'autres moyens moins personnels.

Les discussions face à face peuvent être des moyens efficaces de gagner le soutien des navetteurs. Les coordinateurs des options pour les navetteurs trouveront qu'ils passent un temps considérable au téléphone, à écrire des courriels ou dans des conversations aux poses café, pour promouvoir le programme et répondre à des questions à son sujet. Un moyen utile de donner aux employés une possibilité de contact personnel avec le coordinateur des options pour les navetteurs est d'organiser des sessions de bavardage régulières, dans un endroit central comme une cafétéria, un salon réservé aux employés ou le stand principal d'information ou d'exposition de votre programme (si vous en avez un).

Des présentations peuvent être faites aux employés réunis spécialement pour connaître les détails du programme d'options pour les navetteurs ou à ceux qui sont réunis pour une autre raison (p. ex. réunions régulières du personnel, célébration après les heures de travail). Il est important de concevoir les présentations de manière à refléter la composition et les intérêts de votre auditoire, d'augmenter l'intérêt au moyen de diapositives ou de documents distribués, et de laisser beaucoup de temps aux questions et réponses. Les réunions régulières du personnel donnent l'occasion de présenter des exposés rapides sur les changements importants de programme, car elles offrent un milieu agréable qui permet aux gens de poser des questions relatives à leur propre cas.

4.3 Les activités spéciales

Les activités spéciales peuvent être un élément important de votre programme d'options pour les navetteurs. Elles attirent l'attention, constituent un complément excitant et offrent la possibilité de célébrer vos succès.

Certaines activités spéciales sont organisées à l'échelle nationale, provinciale ou locale par des intérêts extérieurs. Ces activités peuvent être consacrées aux employeurs comme participants majeurs ou peuvent donner une chance aux employés d'adhérer. Les activités extérieures sont généralement bonnes pour le moral de l'entreprise et les relations publiques en encourageant la concurrence entre les organismes. Une grande part du travail est effectuée par des organisateurs extérieurs qui ont pour fonctions de faciliter la participation des employeurs.

D'autres activités spéciales sont internes, comme les lancements de campagne ou les fêtes pour célébrer les réalisations. Ces activités sensibilisent les employés et fournissent des possibilités de séances de photo pour les bulletins ou le matériel de promotion.

Voici quelques activités spéciales qui peuvent faire partie de votre programme d'options pour les navetteurs :

La Semaine de l'environnement et le Défi transport. La Semaine de l'environnement et le Défi transport ont lieu pendant la première semaine de juin. La Semaine de l'environnement (www.ec.gc.ca/eco/eweek_f.htm) est une activité nationale visant la sensibilisation aux questions environnementales fondamentales. Le Défi transport est une série d'activités locales organisées par un réseau d'organismes sans but lucratif, de groupes gouvernementaux et d'agences de transports en commun dans les villes et les villages canadiens. Dans les villes participantes (dont certaines se lancent des défis publics), les employeurs reçoivent du matériel de promotion et des renseignements sur la manière d'inscrire leurs employés et de suivre leur participation. Un site Web a été créé à l'adresse www.defitransport.net pour servir de lien avec les activités locales, dont plusieurs ont leur propre site Web.



La Journée de l'air pur. Depuis 1999, Le Gouvernement du Canada proclame cette journée le mercredi de la semaine de l'environnement, au milieu du Défi transport. Chaque année, du matériel de promotion utilisant un thème spécial sont élaborés par Transports Canada, Environnement Canada, Santé Canada, l'Association canadienne du transport urbain et des commanditaires du secteur privé. Consultez le site Web d'Environnement Canada à l'adresse www.ec.gc.ca/airpur pour de plus amples informations.

Le Clean Air Commute. Cette activité annuelle est organisée dans la région métropolitaine de Toronto depuis 1993 par Pollution Probe, organisme sans but lucratif basé à Toronto. Elle a lieu à la fin du mois de juin, dure une semaine et comprend plusieurs événements spéciaux. Les employeurs participants reçoivent des troussees d'inscription et de promotion. Consultez l'adresse www.pollutionprobe.org pour de plus amples informations.



Déjeuner de la semaine de la bicyclette organisé à l'Université de York par la Black Creek Regional Transportation Management Association à Toronto, Ont.



Les participants causent pendant une foire des transports ayant lieu au Vancouver Community College de Vancouver, C.-B.

Les activités de cyclisme. Beaucoup de villes célèbrent chaque année les joies de la bicyclette pour se rendre au travail. Par exemple :

- La semaine de la bicyclette de Toronto est organisée par la ville de Toronto à la fin mai ou au début juin.
- À Vancouver, le groupe sans but lucratif BEST (Better Environmentally Sound Transportation) organise le mois de la bicyclette en juin.
- À Montréal, la feria du vélo a lieu à la fin mai ou au début juin.

La Journée de la Terre. Chaque année, le 22 avril est célébré dans le monde entier comme la Journée de la Terre. Consultez www.earthday.ca pour de plus amples informations, en particulier un guide d'action dans les secteurs tels que le navettage pour les employés.

La Journée internationale « En ville, sans ma voiture! ». Un nombre croissant de villes autour du monde et, en particulier en Europe de l'Ouest, célèbrent cet événement depuis quelques années. La première journée dans une ville canadienne a été parrainée en 2001 par la ville de Toronto et le Sierra Club of Canada (allez à l'adresse : www.carfreeday.ca pour de plus amples informations).

Les foires des transports. Ces activités peuvent être organisées par des employeurs, des municipalités ou d'autres groupes et servent à sensibiliser les employés aux différentes formes de transports. Une petite foire des transports peut avoir lieu à l'heure du déjeuner, et une grande foire peut prendre toute la journée. Une foire des transports

peut comprendre des expositions statiques, des stands animés, des sessions de démonstration, des ateliers ou des conférences. Des expositions peuvent être consacrées à des vendeurs de matériel cycliste, à des démonstrations de réparations de bicyclettes, à des vendeurs de matériel de marche et de course, à des organismes d'éducation physique, à des démonstrations de véhicules électriques, à des stands d'appariement de covoitures et de cofourgonnettes et à des kiosques de renseignements sur les transports en commun. Si l'employeur utilise une salle de réception, une cafétéria ou un autre local de l'entreprise, son seul coût important est la nourriture ou les distractions fournies comme attractions aux employés.

Les défis internes. Une manière amusante de sensibiliser aux options pour les navetteurs et d'encourager les employés à essayer quelque chose de nouveau, peut être un concours entre les différents groupes d'employés (p. ex. les services, les unités de travail, les étages) pour voir qui peut obtenir le taux de participation le plus élevé, le plus grand nombre de kilomètres « verts » voyagés ou le moins de voyages en voiture une semaine ou une journée donnée. Pour cette sorte d'activité, il est généralement très important que la gestion fournisse un soutien actif et donne l'exemple.

Les déjeuners des navetteurs. Un moyen amusant de récompenser les participants du programme d'options pour les navetteurs et d'envoyer un message aux non-participants est d'offrir un déjeuner spécial dans les lieux de travail (ou bien même offrir simplement du café et des muffins) aux navetteurs actifs, aux covoitureurs et aux usagers des transports en commun. Encouragez les piétons et les cyclistes à venir en tenue sport et les conavetteurs à inscrire sur leur porte-nom un nom original pour leur covoiture ou leur cofourgonnette.

Pauses-café du voisinage. Une méthode d'identifier des participants possibles du conavettage est d'organiser une série de pauses-café pour les employés qui vivent dans des voisinages particuliers (« Ce mercredi c'est Ville Mont-Royal ».) Il est surprenant de constater combien d'employés sont voisins les uns des autres sans le savoir – surtout dans les grandes entreprises. Cela peut être un moyen amusant de constituer des groupes de covoiture.

4.4 Le retour garanti à domicile

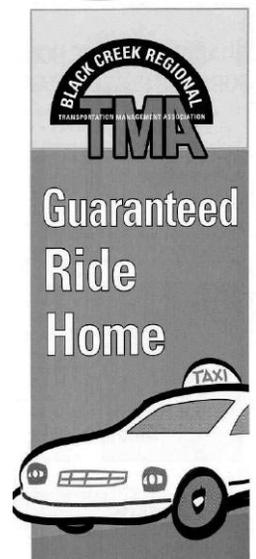
Un élément important et efficace de votre programme d'options pour les navetteurs est le retour garanti à domicile (RGD), offert aux employés qui ne conduisent pas une voiture pour se rendre au travail. Le RGD est une « assurance de navette » pour les employés qui ont recours aux options pour les navetteurs, afin qu'ils puissent rentrer à la maison facilement, sans qu'il ne leur en coûte un sou où à très peu de frais, s'il se produit une urgence ou une autre situation imprévue, par exemple :

- S'ils tombent malade ou un membre de leur famille tombe malade
- S'ils doivent faire des heures supplémentaires sans préavis
- Si le conducteur de leur covoiture (dans le cas des gens qui utilisent une covoiture) n'est pas disponible pour une raison quelconque

Le RGD est important parce que ceux qui utilisent la covoiture ou les transports en commun peuvent avoir besoin d'un autre moyen fiable de rentrer à la maison en dehors des heures de pointe et les navetteurs actifs peuvent vouloir rentrer rapidement à la maison en cas d'urgence. Quand le retour à domicile est garanti, les employés le citent souvent comme raison majeure de se sentir à l'aise à se servir des options pour les navetteurs. Malgré tout, le RGD ne coûte généralement pas beaucoup d'argent parce que les employés le considèrent uniquement comme une police d'assurance et l'utilisent rarement.

Le RGD peut être peu structuré, et consister seulement en politiques simples qui permettent à un employé de se faire rembourser un voyage en taxi à la maison, sous réserve d'une approbation de son supérieur. Une telle démarche nécessite une liste bien définie de situations dans lesquelles les employés peuvent profiter du RGD, et la création d'une procédure « sans tracas » pour organiser un voyage en taxi ou rembourser son coût.

Le RGD peut aussi être très structuré, impliquant des ententes contractuelles avec les sociétés de taxis et les agences de location de voitures. Des groupes d'employeurs, comme les centres de gestion des déplacements (CGD) examinés au chapitre 3, peuvent jouer le rôle d'intermédiaires qui paient les sociétés de taxis ou les agences de location de



Couverture du dépliant de RGD élaboré par la Black Creek Regional Transportation Management Association à Toronto, Ont.

Ce matériel provient d'une organisation qui n'est pas assujettie à la Loi sur les langues officielles de sorte qu'il n'est disponible que dans la langue de rédaction.

voiture sur une base d'honoraires pour services rendus tout en percevant des droits d'adhésion ou des primes des membres employés.

Pour le bénéfice des employés, les politiques de RGD doivent être clairement énoncées afin d'éviter tout mystère ou malentendu. Les politiques doivent identifier les personnes qui sont admissibles, quelles circonstances donnent droit au recours à ce service, la manière dont un employé obtient un retour à domicile si nécessaire, la manière dont un employé est remboursé pour ses frais (le cas échéant) et combien de fois par an un employé peut se prévaloir de ce service. Beaucoup de programmes d'options pour les navetteurs qui prévoient le RGD n'imposent aucune limite à son usage annuel, car une telle condition limiterait l'attrait de ce service sans vraiment réduire les abus, parce que ce service est généralement peu utilisé.

L'**annexe 4.D** contient un exemple de brochure et de bon de remboursement pour un programme de RGD.

4.5 Les autres mécanismes de soutien et incitatifs

Dans cette section, nous examinons d'autres manières de promouvoir et de soutenir un programme d'options pour les navetteurs :

- **Les mécanismes de soutien** permettent de promouvoir les options pour les navetteurs en changeant les comportements des employés plutôt qu'en améliorant les navettes existantes ou en encourageant l'utilisation de navettes particulières.
- **Les incitatifs** encouragent les employés à employer différentes sortes de navettes ou à utiliser des modes hors conduite de façon plus régulière. En somme, elles agissent comme récompenses aux bonnes actions. Notez que cette section examine les incitatifs qui récompensent l'utilisation des options pour les navetteurs en général. D'autres chapitres de ce guide se pencheront sur les incitatifs visant le recours à des options particulières.

4.5.1 Les récompenses

Chacun aime se faire récompenser après avoir bien fait quelque chose. L'institution de la remise de récompenses dans votre programme d'options pour les navetteurs est une bonne idée car elle favorise l'adoption de comportements positifs. De plus, les récompenses visibles identifient les modèles et font la promotion du programme lui-même. Nous décrivons dans les paragraphes suivants plusieurs manières de récompenser les navetteurs.



Les programmes d'étapes ou de loyauté. Tout comme les compagnies de cartes de crédit et les lignes aériennes ont augmenté leur part de marché et amélioré leurs profits en créant des programmes de loyauté pour leurs consommateurs, vous pouvez récompenser les participants de votre programme d'options pour les navetteurs pour leur dévouement et leur persévérance. Il y a un certain nombre de manières de le faire, selon la taille de l'organisme et la culture organisationnelle, le nombre de participants et les ressources budgétaires. On récompense souvent les participants pour la durée ou la cohérence de leur participation, ou pour l'atteinte d'étapes comme un certain nombre de kilomètres voyagés en ayant recours au mode de leur choix. Pour créer un programme de récompenses, il faut généralement suivre la participation au programme. La méthode la plus simple de suivi consiste à demander aux participants de s'inscrire, puis d'indiquer la manière dont ils voyagent sur une base régulière. Il faut se souvenir que le suivi de cette information peut exiger un lourd tribut horaire (selon le nombre de participants) du coordinateur des options pour les navetteurs et peut s'avérer gênant pour le participant.

Les incitatifs à la participation. On peut encourager les employés à remplir une enquête sur les navetteurs ou à participer à une activité spéciale en leur permettant de gagner un prix important. (Notez que la promesse d'une récompense plus petite à tous les participants peut être tout aussi efficace.) On peut souvent trouver des commanditaires qui sont disposés à offrir des prix si l'on mentionne leur nom.

La reconnaissance personnelle. En rendant hommage à des participants valables pour leurs réalisations (qu'il s'agisse de son premier voyage à bicyclette ou de son millième voyage), vous pouvez personnaliser votre programme d'options pour les navetteurs pour vos employés, offrir un modèle positif et donner à ces employés leur jour de gloire. Il faut noter que tout le monde n'aime pas forcément ce genre de publicité. Aussi, il vaut mieux vérifier à l'avance.

Ça marche!

Le programme TREK de l'Université de la Colombie-Britannique rend régulièrement hommage aux «Star Trekkers» qui servent de bonnes études de cas quant aux avantages des options pour les navetteurs. Le profil de ces navetteurs du mois est affiché sur le site Web www.trek.ubc.ca/com.

Plusieurs sortes de récompenses peuvent être offertes par votre programme aux employés. Votre culture d'entreprise et vos ressources financières vous aideront à déterminer la bonne récompense. Voici quelques récompenses possibles :

Les primes. Les petits cadeaux donnés comme récompenses de réalisations, ou par tirage au sort, peuvent être personnalisés par des logos (p. ex. de l'employeur, du programme d'options pour les navetteurs ou du commanditaire) et sont fréquemment liés à la raison qui suscite leur remise (comme des parapluies pour les marcheurs, des ponchos imperméables ou des certificats de réparation de bicyclette pour les cyclistes et des porte-clés ou des tasses de voyage pour ceux qui utilisent des convoitures). La remise de t-shirts et de chapeaux est

également chose courante. Vous trouverez à l'**annexe 4.E** plusieurs types de cadeaux utilisés par les programmes d'options pour les navetteurs.

Les escomptes. Les marchands offrent parfois des escomptes (p. ex. des coupons) pour pouvoir, en échange, promouvoir leurs produits ou services. Ceux qui sont dans des secteurs à forte concurrence peuvent le faire juste dans l'espoir de gagner de nouveaux clients.

Les congés. Vous pouvez accorder aux participants réguliers du programme d'options pour les navetteurs la chance de quitter une heure plus tôt un jour par mois ou de prendre un après-midi de congé par trimestre (ou même une fois par an). C'est une récompense qui ne nécessite pas une sortie de fonds de l'employeur, mais qui est très visible et enviée par les non-participants.

Les incitatifs monétaires. L'argent est roi, et bien que le stationnement gratuit soit un incitatif courant et intéressant qui encourage la conduite automobile pour se rendre au travail, les incitatifs monétaires pour les autres options de navettage sont rares. Le défi réside dans le fait que le stationnement gratuit pour les employés, qui est théoriquement un avantage imposable, n'est généralement pas imposé à cause de la difficulté liée à l'évaluation de sa valeur monétaire. Les laissez-passer gratuits ou subventionnés, les tarifs de cofourgonnetage ou l'équipement de cyclisme peuvent facilement être évalués et, par conséquent, sont plus faciles à imposer à titre d'avantages. L'idée d'une allocation de

transports annule ce déséquilibre; l'employeur donne à tous ses employés un montant mensuel en espèces (avantage imposable) aux fins de navettage, puis récupère une partie du coût en faisant payer le stationnement à ceux qui se déplacent en voiture. L'effet financier sur les conducteurs est minimisé, tandis que les non-conducteurs touchent de l'argent qu'ils peuvent utiliser pour payer leurs transports en commun, l'entretien de leur bicyclette, des chaussures de marche ou leur part d'essence et de stationnement de covoiture. Certaines des dépenses en espèces de l'employeur sont imposées par l'État, comme si tous les employés bénéficiaient d'une augmentation équivalente de salaire. Les allocations de transports se sont avérées très efficaces aux États-Unis, où les lois fédérales les exonèrent d'impôt (dans certaines limites).

Ça marche!

BC Housing à Burnaby, C.-B., offre aux covoitureurs inscrits 15 pour cent d'escompte sur le prix d'un laissez-passer mensuel de stationnement. C'est un moyen de récompenser les employés qui ont recours à une option pour les navetteurs.

4.5.2 Les services consultatifs

L'absence d'information est l'obstacle principal pour un employé qui aimerait essayer une option de navettage. L'un des rôles du coordinateur des options pour les navetteurs est de surmonter cet obstacle en fournissant de l'information sur mesure à quiconque en a besoin. Ce service est particulièrement utile aux utilisateurs potentiels de transports en commun, qui affrontent un monde nouveau d'itinéraires, de tarifs et de transferts. Les nouveaux cyclistes ont souvent également besoin de renseignements sur le code de la route et les exigences de sécurité pour se sentir rassurés.

Il faut informer les employés que le coordinateur des options pour les navetteurs est prêt à répondre aux questions et à être consulté sur des questions de navettage particulières. Cependant, il faut noter que beaucoup de gens préfèrent obtenir les renseignements de façon

anonyme. Aussi, il est prudent de mentionner d'autres sources d'informations (p. ex. votre agence locale de transports en commun ou vos groupes de défense du cyclisme) dans vos matériaux de promotion, pour éviter de forcer vos employés à s'adresser directement au coordinateur des options pour les navetteurs

Il peut être utile d'établir un stand ou un kiosque permanent d'information dans un endroit central (p. ex. la réception, la cafétéria, le salon des employés), comme centre d'information du programme d'options pour les navetteurs, avec des horaires de transports en commun et des bulletins de service, des annonces de cours en cyclisme, des avis de conavettage, etc. Le coordinateur des options pour les navetteurs peut offrir une séance régulière de consultation, par exemple à l'heure du déjeuner, chaque semaine. Un site Web interne peut remplir une fonction semblable et est peut-être plus efficace dans un organisme dispersé dans plusieurs locaux.

4.5.3 Les installations pour les employés

Des installations sur les lieux de travail peuvent aider à éliminer le besoin d'aller magasiner avant ou après le travail ou à l'heure du dîner, motifs souvent cités pour justifier l'utilisation de la voiture pour se rendre au travail. Certains employeurs offrent des installations comme des guichets bancaires, des cafétérias, des centres de gymnastique, des distributeurs de timbres postaux, des services de nettoyage à sec et même des services de garde d'enfants. Ce faisant, ils éliminent un obstacle réel à l'utilisation des options pour les navetteurs. D'autres employeurs offrent (à l'aide de ressources internes ou sous forme de services impartis, parfois en partenariat avec un autre employeur des environs) une navette qui relie à l'heure du dîner les lieux de travail à des marchés ou des centres d'achat voisins où les employés peuvent manger, magasiner et faire des emplettes.



4.5.4 Les horaires libres

Les politiques de travail qui autorisent les horaires libres peuvent aider à éliminer certains obstacles à l'utilisation des options pour les navetteurs.

Les horaires libres. Cette formule permet aux employés de choisir leurs propres heures d'arrivée et de départ, tout en continuant à travailler le nombre requis d'heures chaque jour. Il en résulte que :

- Les employés peuvent mieux remplir leurs obligations familiales au début ou à la fin de la journée.
- Les employés peuvent voyager en dehors des heures de pointe et d'embouteillages.
- Les utilisateurs de transports en commun peuvent prendre le trajet d'autobus le plus pratique (qui peut les amener au travail à 8 h 10 au lieu de 8 h).
- Les covoitureurs de différents lieux de travail ou services peuvent se rendre au travail ensemble.



- Les navetteurs actifs peuvent marcher ou aller à bicyclette pendant qu'il fait jour (au moins dans une direction).

Certaines entreprises exigent que leurs employés indiquent leurs heures de travail et conservent ces mêmes heures chaque jour, et d'autres autorisent des variations mineures quotidiennes. Le gestionnaire conserve un certain degré de contrôle sur la surveillance, l'utilisation et la souplesse de l'horaire libre. Depuis 20 ans, de nombreux employeurs adoptent l'horaire libre, alors que beaucoup d'autres, y compris ceux qui fonctionnent par équipes de travail, sont davantage limités dans leur capacité d'offrir cette souplesse à leurs employés.

Ça marche!

JDS Uniphase a adopté les horaires décalés à son siège social d'Ottawa, Ont., en consultation avec OC Transpo, l'agence locale de transports en commun. Cette mesure a aidé à étaler la demande de transports en commun importante des travailleurs par équipes sur une période plus longue, ce qui a permis à OC Transpo de fournir le nombre requis d'autobus. Cela a aussi aidé à minimiser la demande de stationnement pendant les changements d'équipes.

Les horaires décalés. Cette formule prévoit différents horaires de travail (p. ex. de 8 h à 16 h 30, de 8 h 30 à 17 h, de 9 h à 17 h 30) pour différents groupes d'employés. On y a généralement recours dans des situations où le respect de certains horaires de travail est critique, comme dans les entreprises de fabrication par équipes de travail. Selon le cas, les horaires décalés peuvent aider ou gêner l'utilisation des options pour les navetteurs. D'une part, ils peuvent aider à réduire la circulation de pointe et la demande de stationnement et ils peuvent étaler la demande de transports en commun afin qu'elle corresponde au service disponible. Par contre, ils peuvent rendre plus difficile le covoiturage en étalant les horaires de voyage de partenaires potentiels de covoitures et réduire la possibilité pour les employés de remplir leurs engagements personnels.

4.5.5 Les options pour les moments difficiles

Même l'utilisateur le plus fidèle des transports en commun, de la covoiture ou de la bicyclette fait parfois face à une situation où il ne peut pas voyager par son mode de prédilection. Une réunion tôt le matin, des rendez-vous personnels l'après-midi, le mauvais temps ou la maladie peuvent interrompre une routine régulière. Un programme peut offrir les options suivantes pour les moments difficiles à titre d'avantage spécial :

- Des billets gratuits de transports en commun ou des laissez-passer de stationnement sur place pour les télétravailleurs qui doivent se rendre au bureau.
- Des laissez-passer spéciaux permettant aux cyclistes ou aux utilisateurs de transports en commun de garer leur voiture gratuitement ou à prix réduit, ou dans un espace de stationnement privilégié, quelques fois par année.

Ça marche!

Les employés de la Société canadienne des postes à Ottawa, Ont. peuvent acheter un carnet de laissez-passer de stationnement pour les moments difficiles, qui leur offrent un escompte de 25 pour cent sur le prix régulier du stationnement quotidien. Cela donne un avantage aux navetteurs qui ne conduisent pas en général pour se rendre au travail, mais qui doivent le faire de temps en temps pour des raisons personnelles.

4.5.6 Les options pour les déplacements professionnels locaux

« J'ai besoin de ma voiture pour mon travail », disent toujours les navetteurs voyageant seuls en voiture. C'est peut-être vrai, mais en réalité cela signifie souvent qu'il y a une faible chance que je doive un jour me déplacer pour mon travail, et le fait d'avoir mon auto si près est pratique ».

En rendant disponible d'autres moyens de se déplacer occasionnellement pour le travail, les employeurs peuvent minimiser le besoin que ressentent leurs employés de se rendre au travail en voiture tous les jours. Nous examinons au chapitre 11 un certain nombre de façons de rendre faciles et attrayants pour le personnel les déplacements professionnels locaux à pied, à bicyclette, en autobus, par voiture d'entreprise ou en taxi.

Annexe 4.A Identités visuelles



Ville d'Ottawa (Ottawa, Ont.)



Cité Multimédia (Montréal, Qué.)



Go Green (Vancouver, C.-B.)



Nortel Networks (Ottawa, Ont.)



Transports Canada (Ottawa, Ont.)



Agence métropolitaine de transport (Montréal, Qué.)

CPC Commuting Challenge



Le Défi déplacement de la SCP

Clarica *in Motion*

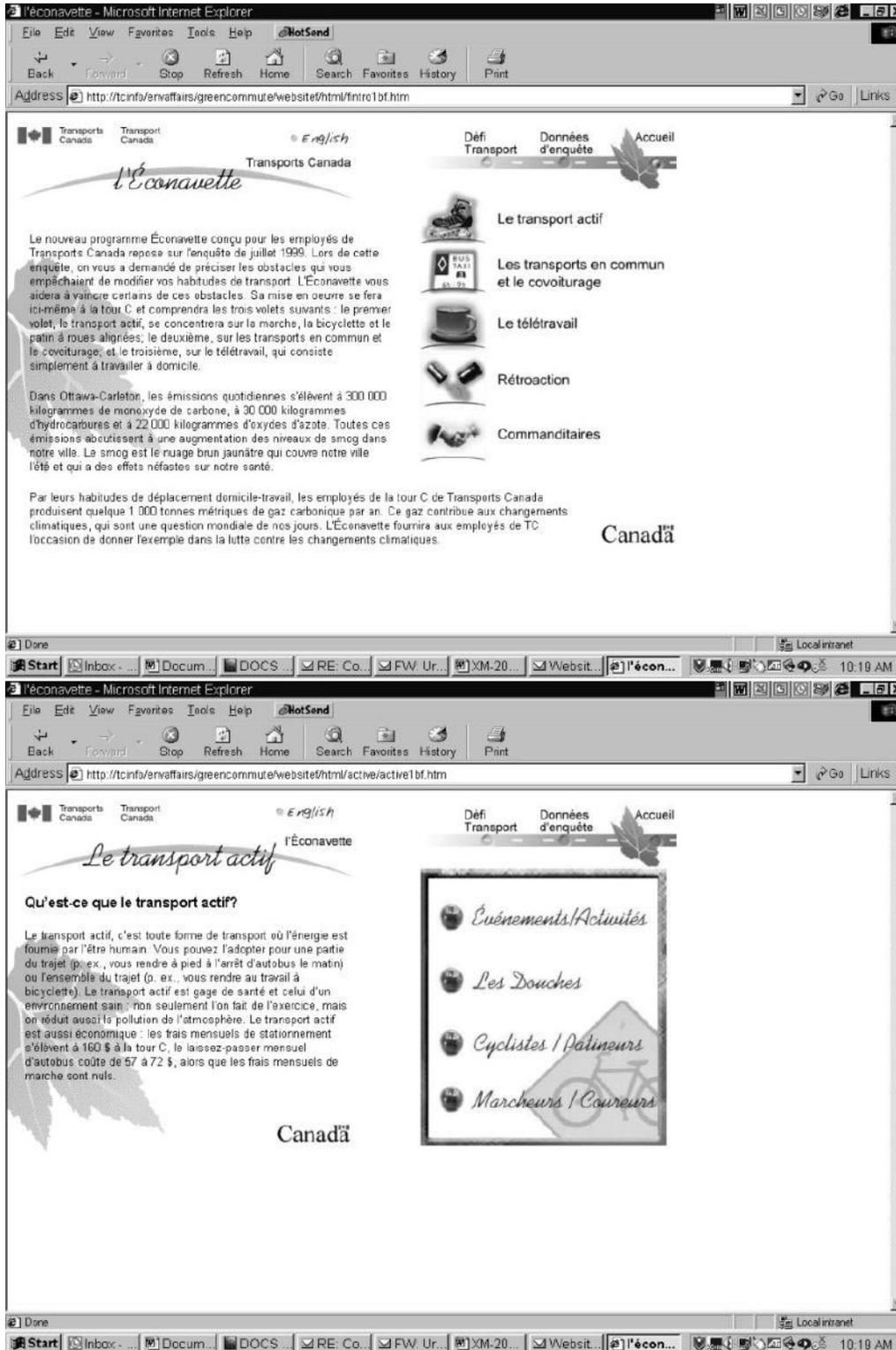
Clarica, compagnie d'assurance sur la vie
(Waterloo, Ont.)

Société canadienne des postes (Ottawa, Ont.)



Université de la Colombie-Britannique (Vancouver, C.-B.)

Annexe 4.B Sites Web



Images du site Web interne de Transports Canada (Ottawa, Ont.) sur les options pour les navetteurs

Welcome to the Nortel Networks GreenCommute Website!

We hope that this innovative GreenCommute Program developed specifically for Nortel Networks sites will encourage you to find a greener way to get to work . . .

Environmental Impact

Contact Us

Telecommuting
RideMatching
Transit

Images du site Web interne de Nortel Networks (Ottawa et Brampton, Ont.) sur les options pour les navetteurs

Ce matériel provient d'une organisation qui n'est pas assujettie à la Loi sur les langues officielles de sorte qu'il n'est disponible que dans la langue de rédaction.

Commuting to work via transit can be a convenient, flexible and viable alternative to the single-occupant vehicle for a great number of people.

For those who have never tried taking the bus to work, the list below highlights the web addresses of the key transit providers in the GTA. Your best source of transit information is to directly contact these agencies for assistance in planning your commute to work.

Toronto Transit Commission (TTC):
<http://www.city.toronto.on.ca/ttc/>
416-393-4636 (393-INFO)

Go Transit:
<http://www.go transit.com>
(416) 869-3200

Brampton Transit:
http://www.city.brampton.on.ca/2_8_2.htm
(905) 874-2999

Richmond Hill Transit:
http://www.town.richmond-hill.on.ca/townhall/epw_transit.html
(905) 884-4636

Annexe 4.C Communication sur papier

Clarica in Motion partners

Clarica in Motion is brought to you by our partner, Central Waterloo Transportation Management Association, including Region of Waterloo, Paradigm Transportation Solutions, Grand River Hospital and University of Waterloo.

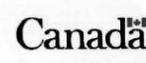


Clarica in Motion
...helping members get to and from work using alternative modes of transportation

Every day we face road congestion, battle traffic and search for parking. Declining air quality is also becoming part of life in the Waterloo Region and car emissions continue to be one of the greatest culprits. Clarica, with nearly 4,000 people working in Waterloo, can play a major role in changing attitudes toward our transportation choices in the next millennium.

It's time for action...Let's put **Clarica in Motion!**

This project gratefully acknowledges the funding support of Transport Canada's Intelligent Transportation Systems program.



*Trademark of Clarica Life Insurance Company

Learn about Clarica in Motion

Designed with you in mind
Clarica in Motion is a new program designed to help you get to and from work using alternative modes of transportation such as transit, cycling, walking or carpooling. Clarica in Motion features a number of initiatives that can help you carpool to work more easily, obtain transit passes at a reduced rate, become a better cyclist, and find your way through the city's network of walking and cycling paths. Through Clarica in Motion, you can also take advantage of initiatives such as "Ride the bus on us" to try out the Grand River Transit system, and a "Guaranteed ride home" when you need a ride home in unexpected situations. Clarica in Motion is sponsored by the FBI (Facilities Business Information) team.

We've listened to you
Through surveys and focus groups, Waterloo members were asked about the modes of transportation they use to get to and from work. Based on their responses and feedback, the FBI team created Clarica in Motion as part of their continuous planning for the transportation and parking needs of Waterloo members. We hope Clarica in Motion will encourage members who drive to work alone to consider and choose other transportation options.

Consider the benefits of Clarica in Motion
The benefits to you and your community are clear. The choice is up to you. Have fun, save money, get fit and do your part for the environment. What a deal!

Spare the air we breathe, cut down on smog
The average car emits over 4,000 kg of toxins in the air every year, contributing to Waterloo Region's poor air quality. Your choices for alternative transportation, however small they may seem, can make a difference.

Reduce traffic congestion and stress
Using transportation modes other than driving can help reduce traffic congestion and the stress of dealing with that traffic congestion on a daily basis.

Limit car use and save money
It is estimated that it costs over \$8,100 per year to keep a car on the road. If you drive more than 12,000 km a year, or drive a sports utility vehicle or van, your annual costs may even be higher.

Take it easy, let someone else do the driving
Carpooling is one alternative that offers you the comfort and flexibility of a private vehicle with fewer costs and less fumes and frustrations. Many commuters take the transit to work every day as a convenient, affordable and less stressful alternative to driving.

Get fit, develop healthy habits
Walking and cycling to work can burn up to 100 and 500 calories an hour. You can even save some time going to the gym each week by taking active modes to transportation to work.

Become a member of Clarica in Motion
You are eligible to participate in Clarica in Motion if you:

- are a full-time employee,
- work at the King St. or Westmount Rd. locations,
- use an alternative mode of transportation (i.e., transit, cycle, walk or carpool), other than driving alone, to get to and from work for your entire work week, and
- you do not hold a Clarica parking hanger.

Visit the FBI team on the first floor behind the coffee kiosk and let them know that you use an alternative mode of transportation to get to work. You'll then register for Clarica in Motion by completing the appropriate forms.

Put Clarica in Motion
Clarica in Motion offers many features to make alternative commuting easier and convenient. You can put Clarica in Motion by choosing the transportation option that best suits your needs and lifestyle.

Carpool
Need help locating a carpool partner(s)? We've made it easy by offering a Web-based ride-matching service to help you find Clarica members who have similar needs, preferences and schedules. Visit the ride-matching service's Web site at www.carpool.ca and register your name to start the search process. Once you form a carpool, you save money. Two people in a carpool save 75% annually on parking fees. With three or more people in a carpool, parking is free. We've also designated more numbered-parking spots for carpools located at the outer walls of the Caroline St. parking garage.



Take the bus
Interested in saving money using the bus? Now you can purchase a Grand River Transit (GRT) Corporate Pass at a reduced rate, saving you \$91.80 or 15% annually over the regular rate. The Corporate Pass is valid for as long as you need it and you can use it 365 days a year. If you need GRT bus tickets for the occasional trip, you can buy five individual tickets for \$7.00 from the FBI team, saving you \$3.00 over the regular cash fare. They'll come in handy if you need to travel between our King St. and Westmount Rd.



Locations - a 10-minute (5 min. walk + 5 min. bus ride), one-way trip.
If you'd like a free trial run of GRT transit, please ask the FBI team about "Ride the bus on us".

Ride your bike
Are you concerned about cycling on busy city streets? We offer a Cyclework seminar where you'll learn new cycling skills and gain confidence to ride in traffic. To find the best cycling route to work, you can obtain a Grand River Transit route map (only \$2.00) from the FBI team, showing both off-road and on-road cycling facilities within a 5km-bike ride of Clarica. Looking for a place to change your clothes and store your bike? Use the bike racks adjacent to the Caroline St. entrance; they're closer to the building than most parking spots. Lockers and change rooms are also available for Clarica in Motion members.



Let your feet do the walking
Walking to Clarica can also be a great way to get in shape and leave your car at home. There's an extensive network of sidewalks and walking paths throughout Waterloo and Kitchener. Put on your walking shoes and give it a try. To help you navigate your way, you can purchase a city trail map (only \$2.00) from the FBI team showing walking paths that take you right to Clarica.



When the unexpected happens
The idea of using the transit, carpooling or cycling may sound great, but what if the unexpected happens and suddenly you find yourself stranded, or you need

your car at work due to an emergency or appointment? Don't worry. Clarica in Motion has you covered. Here are a few examples of how we can help you.

For instance, what if...

- ...my child is ill and I have to pick him/her up at the school immediately? ...I have to work late tonight! As a Clarica in Motion member, you can use the "Guaranteed ride home" feature. If you have a family emergency, an unscheduled late meeting, or you become ill suddenly, Clarica in Motion will pay for your ride home up to a \$12.00 maximum. If you take a cab home, pay for your fare as usual then contact the FBI team for a reimbursement form. Submit your completed form along with your receipt and you'll be reimbursed up to the \$12.00 maximum. Or, if you live out of town, you can use your \$12.00 maximum towards the fare of an intercity bus.
- ...I regularly walk or bike to work, but I need my car for a day? Casual parking spots are available for Clarica in Motion members who need to bring their car to work. At the Westmount Rd. location, there are four casual parking spots available, and 14 spots available at the King St. location.
- ...I lose my carpooling partner(s)? You can find other possible carpoolers by using the ride-matching service at www.carpool.ca, which helps you find other Clarica members with similar work schedules and home locations.

Need more information about Clarica in Motion?

Clarica resources
Find out how you can carpool more easily, obtain transit passes at a reduced rate and take advantage of other new features Clarica in Motion offers.

- Visit our permanent Clarica in Motion display bulletin board outside the cafeteria.
- Check out Clarica in Motion on Clarica Connects. From the homepage, click on People Services, then look under "Other Member Services" and click on Clarica in Motion.
- Contact the FBI team (e-mail FBITEAM; ext. 7711; location code 01K15) to determine your best alternative to driving to work alone.

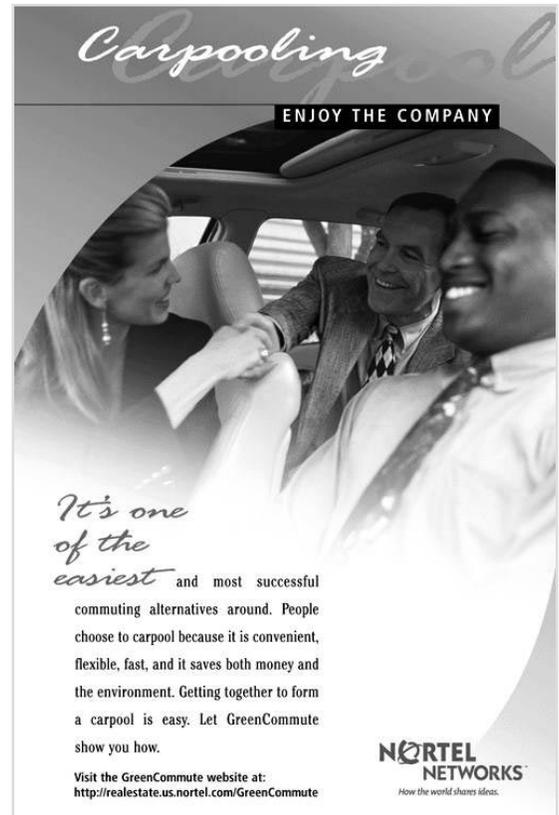
Other resources

- Locate carpool partners at www.carpool.ca.
- Calculate your car expenses on CAA's Web site at www.caa.ca/CAAIInternet.
- Find your closest transit service by calling (519) 585-7555 or visiting Waterloo Region's Grand River Transit Web site at www.region.waterloo.on.ca/grtransit/.
- Know our region's air-quality index and smog alerts by calling toll-free 1-800-387-7768, or visiting www.airqualityontario.com.
- Learn about sustainable transportation by visiting Transport Canada's Moving on Sustainable Transportation's (MOST) Web site at www.tc.gc.ca.

Ce matériel provient d'une organisation qui n'est pas assujettie à la Loi sur les langues officielles de sorte qu'il n'est disponible que dans la langue de rédaction.

Dépliant sur les options pour les navetteurs employés de Clarica, compagnie d'assurance sur la vie (Waterloo, Ont.)

Ce matériel provient d'une organisation qui n'est pas assujettie à la Loi sur les langues officielles de sorte qu'il n'est disponible que dans la langue de rédaction.



Carpooling

ENJOY THE COMPANY

It's one of the easiest and most successful commuting alternatives around. People choose to carpool because it is convenient, flexible, fast, and it saves both money and the environment. Getting together to form a carpool is easy. Let GreenCommute show you how.

Visit the GreenCommute website at:
<http://realestate.us.nortel.com/GreenCommute>

NORTEL NETWORKS
 How the world shares ideas.



Voyagez ;-) FUTÉ!

Se rendre au travail en transports alternatifs, c'est simple, économique et futé!

Au lieu de prendre votre auto tous les matins, et d'avoir à affronter les embouteillages, les coûts élevés de l'essence et du stationnement, laissez-vous donc mener par le transport en commun, le covoiturage, votre vélo, vos patins à roues alignées, votre trottinette...

La Cité Multimédia et l'Agence métropolitaine de transport (AMT) ont conclu une entente pour développer un programme conçu sur mesure pour les employés et les employeurs de la Cité Multimédia. Profitez-en!

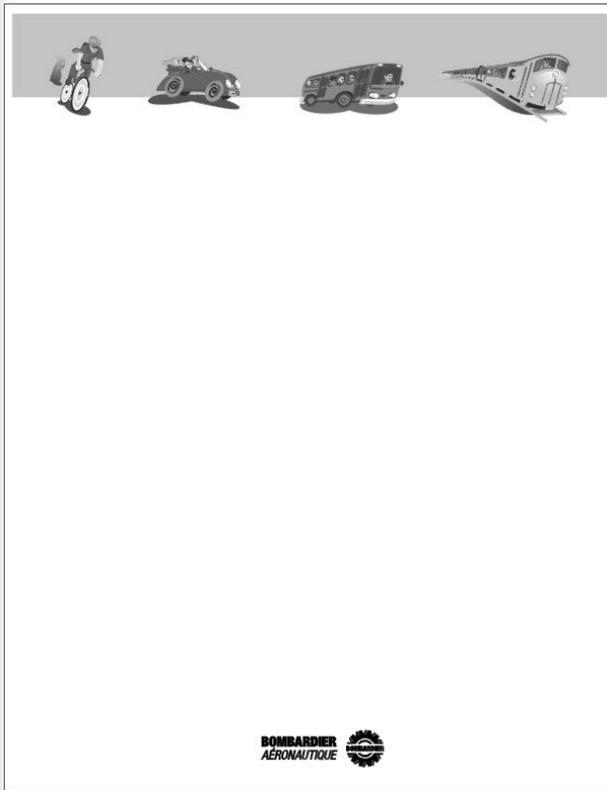
Voyagez ;-) FUTÉ!

Renseignez-vous dès maintenant en ligne:

www.CiteMultimedia.com

Ensuite, rendez-vous à la rubrique Services aux employés pour tous les détails.





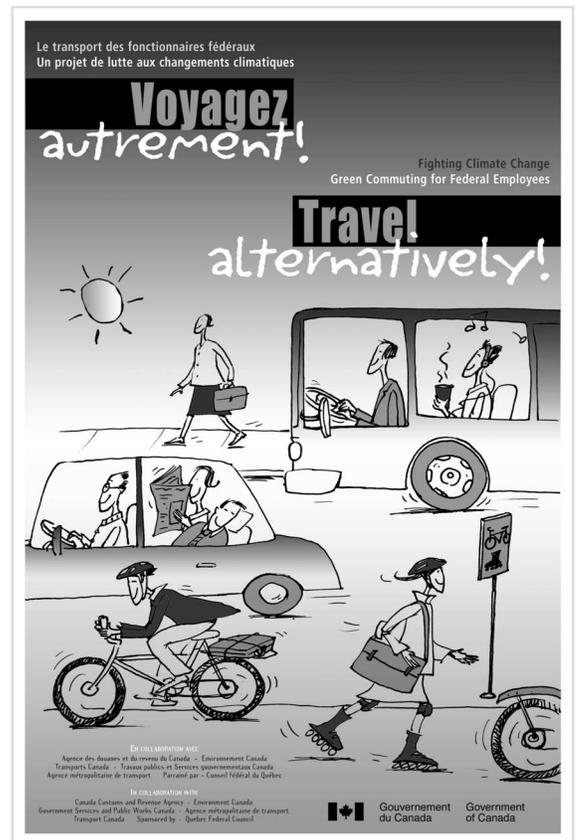
Gabarit d'affiche de style papier-en-tête créé par Bombardier Aéronautique (Dorval, Qué.)



Cadre d'affiche de style papier-en-tête créé par Transports Canada (Ottawa, Ont.)



Affiche de promotion du covoiturage chez Bombardier Aéronautique (Dorval, Qué.)



Affiche de promotion des options pour les navetteurs chez Environnement Canada (Montréal, Qué.)



Save Money and Reduce Stress by Carpooling to Work!!

Carpooling is a smart and fun way to travel to work! With a group of two or more people, you can:

- Share the costs of gas
- Pay lower parking charges
- Reduce the hassles of driving
- Lower your stress
- Improve air quality in the HRM

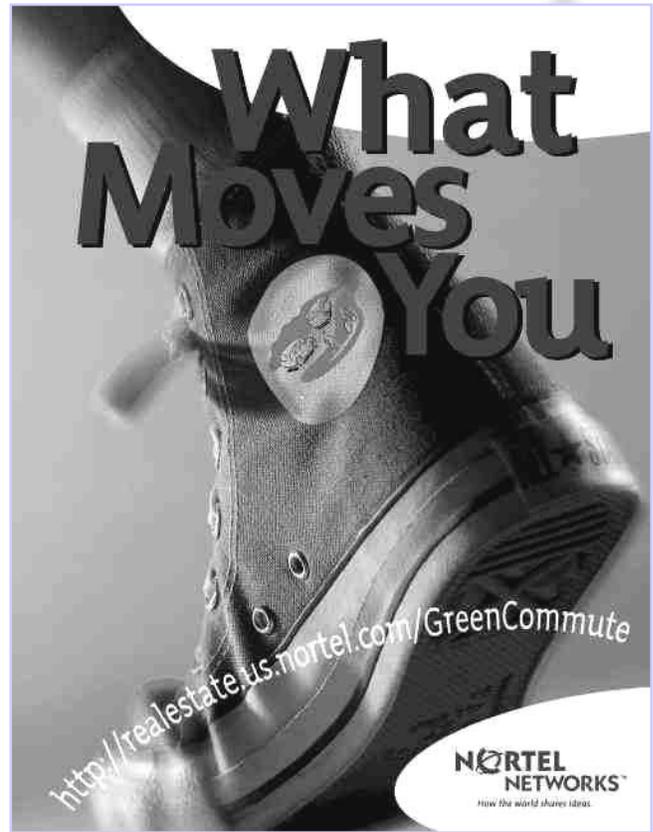
Keep in mind- the more participants, the more possibilities for a carpooling match. So spread the word around your area!

Register at www.trax.ns.ca

TRAX will match you up with other employees living in the same area and sharing similar work schedules. This service is entirely free and confidential.



The carpooling service is run by the TRAX (TRansportation HalIFAX) Project of the Ecology Action Centre. TRAX is working to promote sustainable transportation in the HRM. For more information, contact us at (902) 429-0924 or e-mail us at trax@istar.ca

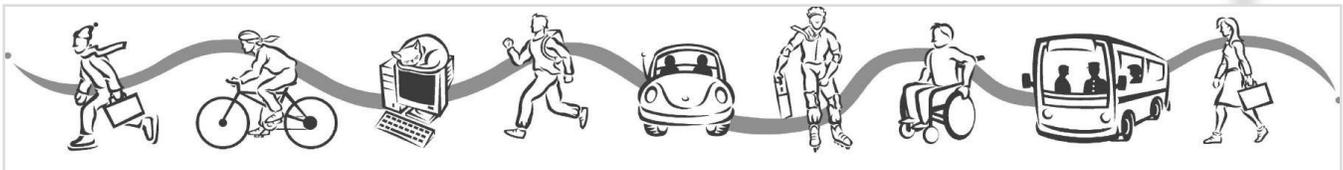


Affiche de promotion du covoiturage élaborée par TRAX pour les employeurs locaux (Halifax, N.-É.)

Affiche de promotion de la marche élaborée par Nortel Networks (Ottawa, Ont.)

Ce matériel provient d'une organisation qui n'est pas assujettie à la Loi sur les langues officielles de sorte qu'il n'est disponible que dans la langue de rédaction.

Ce matériel provient d'une organisation qui n'est pas assujettie à la Loi sur les langues officielles de sorte qu'il n'est disponible que dans la langue de rédaction.



Icônes graphiques représentant les options pour les navetteurs, élaborées par la Ville d'Ottawa (Ottawa, Ont.)

BCRTMA GUARANTEED RIDE HOME PROGRAM ENROLLMENT FORM

Please complete this form and review the procedures and rules of the program. Please return this completed form.

Name:
 Home address:
 Home phone:
 Company:
 Employee number:
 Department/Division:
 Work phone or work email:
 Supervisor's Name:
 Supervisor's phone number:

COMMUTE INFORMATION

I get to work by carpool vanpool transit bicycle walk
 Distance (one way) from home to work _____ (km)

If you carpool, please identify fellow carpoolers by name and telephone number:

Names of carpoolers:

Rider1

Tel:

Rider 2

Tel:

If you vanpool, please identify the driver by name and phone no.

Driver

Tel:

Do you have a valid driver's license? no yes

Are you over the age of 23? no yes

I, the undersigned, request to participate in the BCRTMA GUARANTEED RIDE HOME (GRH) PROGRAM. I agree to read and abide by the procedures and rules of the program. I recognize that participation in the GRH Program is strictly voluntary and that such participation does not imply that I am acting in the course and scope of official company business.

Signature _____

Date _____

When you cannot use the Guaranteed Ride Home

- Weather emergencies, natural disasters (floods) or building closings or evacuations
- Pre-planned medical or dental appointments, personal errands and non-emergency side trips
- Business-related travel or job related injuries
- Unapproved overtime or missed ride home
- Disabled car that can be easily repaired on site (e.g. dead battery, flat tire, empty fuel tank)
- Other reasons deemed invalid by program administrator

What you get

All employees are eligible for a free taxi ride to a maximum of \$40. Employees living greater than 40 km away, who are over the age of 23 and who possess a valid drivers license and credit card are eligible for the free use of a rental car to get home. Each employee is eligible for a maximum of four free rides home per year.

It's that simple! So sign up for the GRH – it won't leave you stranded



Guaranteed Ride Home



GUARANTEED RIDE HOME – FOR YOUR PEACE OF MIND



The BCRTMA's Guaranteed Ride Home (GRH) is an effort to make carpooling, transit and other options more attractive by taking away one of the concerns a commuter has – what to do if a family emergency or unscheduled overtime crops up! GRH takes that worry away by offering you a "safety net" that guarantees you a ride home in cases of family illness, unscheduled overtime or unusual emergency.

Eligibility

You are eligible to register if you carpool, vanpool, take transit, bicycle or walk to work three days a week or more. In the case of transit riders, you can only use the GRH if there is not a transit trip scheduled within twenty minutes of your necessary departure time. Cyclists and pedestrians are eligible for the ride home in the case of unscheduled overtime resulting in a night-time departure from work. You must fill out this registration form before you can be enrolled in the program. You will receive the policies and procedures on using the program from your employer.



When you can use the Guaranteed Ride Home

- If you or an immediate family member suffers an illness, injury or severe crisis
- If, after arriving at work, you are required to work unscheduled overtime, which will cause you to miss your carpool or connecting transit
- If your carpooling vehicle breaks down or the driver has to leave early
- The GRH may be used for trips from your work site to your place of residence or the doctor's office. One intermediate stop may be allowed to pick up a child from daycare or school



Black Creek Regional TMA

Room 280, York Lanes
 4700 Keele Street
 Toronto, ON
 M3J 1P3
 tel: 416-650-8059
 sclimenhaga@bcrtma.org
 www.bcrtma.org



TORONTO Atmospheric Fund

Transport Canada / Transports Canada

Ce matériel provient d'une organisation qui n'est pas assujettie à la Loi sur les langues officielles de sorte qu'il n'est disponible que dans la langue de rédaction.

Brochure d'information sur le programme de retour garanti à domicile de la Black Creek Transportation Management Association (Toronto, Ont.)

Annexe 4.E Récompenses



Bouteille d'eau produite par Transports Canada et tasse de voyage produite par Nortel Networks (les deux à Ottawa, Ont.)



Bonbons personnalisés pour les participants au Défi Transport et surligneur pour les employés inscrits au programme d'obtention de laissez-passer de transports en commun par retenues sur le salaire, tous deux produits par la Ville d'Ottawa (Ottawa, Ont.)



T-shirt imprimés produits par Nortel Networks (Ottawa, Ont.) et l'Université de la Colombie-Britannique (Vancouver, C.-B.)



Signet, collants, aimants de réfrigérateur et rubans produits par l'Université de la Colombie-Britannique (Vancouver, C.-B.)