

Plan stratégique de PIARC (Association mondiale de la Route) - 2024-2027

COMITÉ TECHNIQUE 1.1 - PERFORMANCE DES ADMINISTRATIONS DE TRANSPORT

Vue d'ensemble

L'arrivée de la quatrième révolution industrielle et le développement rapide et la fusion de multiples technologies perturbatrices et innovantes modifient le comportement et les attentes des clients et des parties prenantes dans le monde entier. Dans le même temps, les tendances démographiques, économiques, environnementales, technologiques et autres, modifient la demande de transport de personnes et de marchandises, les options de mobilité disponibles pour servir nos clients et la capacité des administrations des transports à mener à bien leur mission.

Au cours du cycle 2020-2023, le Comité technique (CT) 1.1 "Performance des administrations des transports" de PIARC a exploré les thèmes de l'expérience client, de la création de valeur publique, des technologies émergentes et perturbatrices, de la main-d'œuvre et des questions relatives à la diversité, à l'équité et à l'inclusion. L'un des points communs identifiés parmi ces sujets est la manière dont les administrations des routes et des transports devront évoluer à l'avenir pour relever les défis posés par les nombreuses externalités.

Au cours du cycle 2024-2027, le CT 1.1 poursuivra ses travaux sur le thème général de l'"Agence de transport du futur" en approfondissant l'analyse des trois (3) thèmes suivants :

1.1.1 L'agence de transport du futur

1.1.2 La création de valeur publique par les agences de transport

1.1.3 Le renforcement du personnel en modernisant les compétences, en améliorant la diversité, l'équité et l'inclusion

A travers les trois domaines de travail identifiés ci-dessus, le CT 1.1, avec le soutien de la Commission de la communication de PIARC, étudiera également la question transversale de savoir comment les agences routières peuvent améliorer leur image et leur position auprès du public et des parties prenantes.

1.1.1 L'agence de transport du futur

Objectif : L'objectif de ce travail est d'étudier comment l'agence de transport du futur doit évoluer pour répondre aux besoins changeants des clients, comment tirer parti de la technologie et de l'innovation, en mettant l'accent sur différents aspects importants tels que le rôle et la fonction, les agences de transport changeantes et évolutives, les modèles d'entreprise et d'exploitation, les questions d'équité, de diversité et d'inclusivité, l'incertitude, l'impact de la numérisation, y compris l'impact de l'intelligence artificielle (IA), et l'incorporation de l'innovation au niveau organisationnel, l'agence efficace et performante. Comment les agences de transport permettent-elles un engagement et un dialogue efficaces avec l'écosystème évolutif des parties prenantes et comment travaillent-elles avec d'autres entités publiques et privées pour mener à bien cette mission.

Questions préliminaires de recherche :

- Identification des principales mégatendances et processus pour y répondre
- Une attention particulière portée sur l'équité et l'inclusion
- Nouveaux modes et tendances en matière de mobilité, y compris la multimodalité
- Modèles économiques et opérationnels de l'AT du futur

- L'agence innovante (Promouvoir l'innovation / La contribution des agences de transport aux technologies et aux modèles de service perturbateurs) [Innovation - Comment favoriser l'innovation, créer une culture de l'innovation dans les administrations des transports].
- Intelligence artificielle (IA) et numérisation (Dx) pour une meilleure efficacité des organisations routières.

Importance pour les agences routières : Ce travail est important pour les agences routières et de transport car elles sont confrontées à des questions clés et à des incertitudes qui reflètent leur développement organisationnel, leur fonction et leur forme futurs. En outre, l'importance de ce travail est directement liée à l'évolution de la mission des agences routières et de transport et à l'importance croissante accordée à l'expérience de l'utilisateur et à la création de valeur publique sociale plutôt qu'aux infrastructures traditionnelles.

Public : Agences routières et de transport, clients et parties prenantes, gouvernements et autres administrations publiques, chercheurs.

Produits livrables : Rapport technique, tables rondes, séminaires, ateliers ou conférences, promotion lors d'événements organisés par les partenaires de PIARC.

Historique des travaux du TC sur ce sujet : Voir les publications précédentes du TC 1.1 et du TC A.1, y compris l'atelier organisé par le TC 1.1 sur l'administration des transports du futur dans le cadre du 27e CMR à Prague.

Les pays à revenu faible et moyen inférieur : Les pays à faible revenu et à revenu intermédiaire pourraient directement contribuer à ce travail et en bénéficier, car ils sont également confrontés à des questions clés d'incertitude qui reflètent leur développement, leur fonction et leur forme organisationnels futurs.

Inclusion et diversité des genres : L'inclusion et la diversité des genres font partie intégrante des travaux entrepris dans le cadre de ce thème.

Durée potentielle : 4 ans.

1.1.2 Création de valeur publique par les agences de transport

Objectif : L'objectif de ce travail est d'étudier comment les principes de la valeur publique peuvent être pris en compte par les administrations des transports lorsqu'elles redéfinissent les cadres stratégiques afin de mieux répondre aux attentes plus globales de la société.

Questions préliminaires de recherche :

- Quels sont les moteurs que les agences de transport devraient prendre en compte dans leur examen du cadre stratégique et qui sont liés à la création de valeur publique ? Outre la résilience, la durabilité, la numérisation, la décarbonation, l'équité, l'accessibilité, la santé et la sécurité, existe-t-il d'autres facteurs liés à la création de valeur publique que les agences devraient prendre en compte dans l'examen de leur cadre stratégique ?
- Comment les agences de transport peuvent-elles communiquer sur la valeur publique créée et améliorer leur image globale auprès du public ?
- L'utilisation de l'expérience des clients dans l'évaluation de la mise en œuvre des nouvelles technologies peut-elle contribuer à accroître l'acceptation des nouvelles technologies et à augmenter la valeur publique ?
- Existe-t-il des preuves de l'existence d'un lien entre l'amélioration des approches en matière de conception et de planification, qui incluent un engagement plus complet, et l'amélioration de la création de valeur publique ?

- Quels changements les agences devraient-elles apporter à leurs cadres stratégiques existants afin de prendre en compte les attentes plus globales de la société ?
- Comment les agences peuvent-elles mesurer leurs progrès dans ces domaines émergents ?

Importance pour les agences routières : Ce travail est important pour les agences de transport car celles-ci devraient produire de la valeur et un résultat net positif pour la société. L'approche adoptée devrait viser à améliorer les résultats dans des domaines qui ne sont pas traditionnellement mesurés par les transports. De nombreuses mesures émergentes sont étroitement liées à divers objectifs sociétaux par le biais d'un cadre stratégique plus complet.

Public : Ce travail s'adresse aux gouvernements qui étudient la création de valeur publique. Il s'agit notamment des agences de transport qui envisagent de revoir et d'actualiser leur cadre stratégique afin de mieux refléter les valeurs sociétales globales.

Produits livrables : Rapport technique, tables rondes, séminaires, ateliers ou conférences, promotion lors d'événements organisés par les partenaires de PIARC.

Contexte des travaux du CT sur ce sujet : Voir Mesurer l'expérience client et la création de valeur publique pour les administrations de transport ; Rapport technique 2023 du CT 1.1 de PIARC.

Pays à revenus faibles et moyens inférieurs : L'étendue des questions et des facteurs de motivation pour les pays à revenu faible et moyen inférieur sera similaire à celle des pays à revenu plus élevé. Il est possible d'apprendre des pays à faible revenu et à revenu intermédiaire de la tranche inférieure, qui s'occupent depuis plusieurs décennies de la question plus générale de la création de valeur publique des infrastructures de transport.

Inclusion et diversité des genres : La nature même de la création de valeur publique est inclusive. L'inclusion et la diversité des genres font partie de l'équité, qui est un moteur inclus dans les transports non traditionnels et les valeurs sociétales holistiques.

Durée potentielle : 4 ans.

1.1.3 Renforcer la main-d'œuvre en modernisant les compétences, en améliorant la diversité, l'équité et l'inclusion

Objectif : L'un des problèmes les plus critiques et les plus universels auxquels sont confrontées non seulement les agences de transport du secteur public, mais aussi l'ensemble de l'industrie des transports, est celui de la pénurie de main-d'œuvre, de la diversité, de l'équité et de l'intégration. Ce sujet comprend les questions interdépendantes de la gestion des talents, des nouvelles compétences requises en raison des nouvelles perturbations technologiques qui se produisent dans le secteur des transports, et de l'identification de ce qui fait un employeur attrayant. En s'appuyant sur les travaux du CT 1.1 dans le cycle 2020-2023, la question du renforcement de la main-d'œuvre par la modernisation des compétences, l'amélioration de la diversité, de l'équité et de l'inclusion sera développée plus avant dans le cadre du thème général de l'Agence des transports de l'avenir.

Questions préliminaires de recherche :

- Comment réunir les aspects de l'expérience client et de l'équité, de l'inclusion et de la diversité pour garantir un engagement inclusif ?
- Que peut-on faire pour promouvoir l'acceptation de la diversité sur le lieu de travail et approfondir l'analyse de l'équité et de la diversité au-delà de ce qui a été couvert par le CT 1.1 dans le cycle 2020-2023 ?

- Comment les agences de transport abordent-elles les défis et les obstacles liés aux différentes dimensions de la diversité (ethnicité/indigène/genre/âge/handicap/orientation sexuelle/langue) sur le lieu de travail (pour poursuivre le travail initial couvert par les cycles précédents) ?
- Quels sont les principaux problèmes d'équité auxquels les PRFM doivent faire face (pour approfondir le travail initial couvert dans les cycles précédents).
- Comment les agences de transport peuvent-elles devenir un "employeur attrayant" - comment attirer des ressources humaines compétentes dans le secteur des transports. Quels sont les tâches et les objectifs futurs que les administrations des transports doivent entreprendre pour construire une image professionnelle attrayante qui attire les esprits curieux et créatifs ?
- Y a-t-il des compétences, nouvelles ou anciennes, plus importantes que d'autres lorsque la technologie évolue rapidement ? Des compétences en matière de big data ? Quelles sont les compétences affectées par l'IA ? Certaines compétences sont-elles particulièrement importantes pour la capacité de la main-d'œuvre à s'adapter au changement ?
- L'Agence avec des compétences et des capacités adaptées à l'avenir - compétences et capacités nécessaires à l'avenir. Comment les administrations des transports peuvent-elles y faire face ?

Importance pour les agences routières : Ce travail est important pour les agences routières car les questions de développement de la main-d'œuvre, de diversité, d'équité et d'inclusion sont universelles. La capacité des agences de transport à relever les défis auxquels elles sont confrontées dans leurs environnements respectifs dépend fortement de la capacité et de l'aptitude de leur main-d'œuvre à relever ces défis. Les bouleversements transformationnels et technologiques auxquels est confronté le secteur des transports exigent un développement continu de la main-d'œuvre. Attirer, former et retenir des talents possédant les diverses compétences requises est un défi auquel les agences routières et de transport sont universellement confrontées, souvent en concurrence avec le secteur privé pour les mêmes talents. En outre, les agences publiques ont la responsabilité de s'assurer qu'elles créent un environnement qui valorise la diversité, l'équité et l'intégration.

Public : Les agences routières et de transport, les autres administrations publiques, mais aussi les acteurs privés du secteur des transports. Les universitaires et les chercheurs peuvent également être intéressés par le travail et les résultats.

Produits livrables : Rapport technique, tables rondes, séminaires, ateliers ou conférences, promotion lors d'événements organisés par les partenaires de PIARC.

Contexte des travaux du CT sur ce sujet : Voir les publications précédentes du CT 1.1, y compris les sessions de prospective et le projet spécial sur le genre et l'inclusion.

Pays à revenu faible et moyen inférieur : La portée des questions et des moteurs pour les pays à revenu faible et moyen sera similaire à celle des pays à revenu plus élevé. Il est possible d'apprendre des PRFM qui ont traité la question plus large du développement de la main-d'œuvre, de la diversité, de l'équité et de l'inclusion, ainsi que de la gestion des talents.

Inclusion et diversité des genres : Ce thème traite de l'inclusion et de la diversité des genres au sein de la main-d'œuvre.

Durée potentielle : 4 ans.