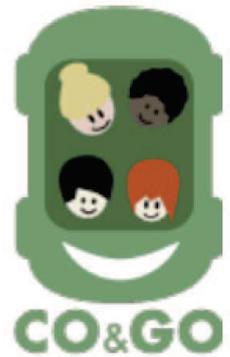




Interreg ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



SCHEDA DELLE BUONE PRATICHE IN MATERIA DI CAR POOLING

Titolo dell'azione

Covoiturage Léman

Area di diffusione (carta)

Bacino del Lago di Ginevra: Ain, Haute-Savoie (in Francia) e i cantoni di Ginevra, Vaud e Vallese (in Svizzera).

Budget, risorse umane:

€ 950.000 per la prima fase del progetto (2013-2015) di cui € 505.000 da parte francese (con fondi europei) e € 445.000 da parte svizzera

Soggetto responsabile, gestore/operatore:

Département de Haute-Savoie (capofila francese), Groupement Local de Coopération Transfrontalière Transports Publics (capofila svizzero)

Partenaires:

Département de l'Ain et Région du Chablais (in Francia) e Canton de Vaud, République e Canton de Genève e Canton du Valais (in Svizzera)

Data di avvio:

2013

Contesto e descrizione dell'azione:

Il progetto "Covoiturage et mobilité autour du bassin lémanique" deriva da un programma europeo INTERREG transfrontaliero tra la Francia e la Svizzera, che mira a promuovere il carpooling tra i residenti e i lavoratori nella zona del Lago di Ginevra. Si rivolge principalmente ai pendolari transfrontalieri in un territorio congestionato con un'elevata crescita demografica. Un motore di ricerca centralizza tutte le offerte di carpooling esistenti nell'area transfrontaliera del bacino del Lago di Ginevra, sul confine franco-svizzero. Il progetto è stato avviato inizialmente nel 2013 per un periodo di 2 anni, poi è stato prorogato nel 2015.

Forma di car pooling:

- sistematico programmato
- occasionale programmato
- occasionale istantaneo

Motivo dello spostamento:

- casa - lavoro
- studio
- turismo
-

- : su breve distanza
- : su lunga distanza

Distanza media percorsa per singola tratta



SCHEDA DELLE BUONE PRATICHE IN MATERIA DI CAR POOLING

Integrazioni e collegamenti con altre modalità di trasporto:

Il progetto Covoiturage Léman non prevede relazioni con altri modi di trasporto come i trasporti pubblici.

Presentazione dei servizi e degli strumenti tecnologici, e del sito web:

Il sito internet elenca le offerte di carpooling nel bacino del Lago di Ginevra (desunte dalle diverse banche dati francesi e svizzere). Fornisce informazioni pratiche (vantaggi, assicurazione, ritardi, tariffe, ecc.) e include una mappa interattiva con le aree carpooling e i parcheggi di interscambio. Il sito contiene, inoltre, uno spazio dedicato alla sensibilizzazione e all'uso del carpooling con a disposizione diversi strumenti di comunicazione (immagini, spot radiofonici e video) e, per le aziende che desiderano promuoverlo al loro interno, una guida con utili consigli.

Nessuna offerta viene proposta direttamente dal sito internet ma vengono solo elencate le attività dei diversi siti di carpooling operanti nella zona: Mov'ici (regione Auvergne-Rhône-Alpes), Covoiturage de l'Arc jurassien, Ain (Haute-Savoie) e alcuni siti di carpooling svizzeri.

Strategia di comunicazione e di incentivazione messa in atto:

- All'avvio del progetto è stata lanciata una importante campagna di comunicazione: spot radiofonici, video, volantini digitali e cartacei, social network, sito internet, etc. (una campagna "positiva", non destinata a colpevolizzare chi viaggia da solo).
- Attività e Azioni in aziende svizzere (distribuzione di volantini, stand di animazione, attività nei parcheggi ...).
- Varie e ricorrenti campagne di comunicazione.
- Utili strumenti di comunicazione disponibili sul sito internet (immagini, spot radio e video).
- Le aziende che aderiscono al progetto devono impegnarsi a nominare un referente interno, per diffondere informazioni sul programma, per promuovere eventi e per valutare gli effetti dell'azione.

Risultati ottenuti:

- 15000 ricerche di spostamenti nei primi 4 mesi di apertura del sito.
- Circa 50 comunicati stampa successivamente alla conferenza di lancio della campagna.
- Circa 3500 visite al mese sulla piattaforma dal suo lancio.

SCHEDA DELLE BUONE PRATICHE IN MATERIA DI CAR POOLING

Punti di forza, fattori chiave di successo:

- Comunicazione diversificata e differita.
- Territorio di pertinenza: zona transfrontaliera molto congestionata che non aveva una piattaforma comune per entrambi i paesi.
- Sito internet di facile utilizzo.
- Kit di comunicazione-azione offerto alle imprese.

Aspetti critici, precauzioni da prendere, adattamenti necessari:

- Nessuna presenza sui social network.
- Le offerte di carpooling agli utenti dipendono dalle attività di altri siti.
- Non è stata sviluppata alcuna infrastruttura del tipo area carpooling.

Valutazione – modalità di verifica e di monitoraggio, indicatori di risultato e di impatto:

Destinatari (pubblico bersaglio):

Pendolarismo casa-lavoro

Contatti

www.covoiturage-leman.org/contact/

Sito web

www.covoiturage-leman.org