

Mai 2010

Agence EcoCar Rapport annuel 2009

Version définitive

Auteurs:

Anna Rota-Biadici und Jenny Zicca, Fondazione VEL (rédaction générale)

Raffaele Domeniconi, Fondazione VEL

Dr. Susanne Wegmann, e'mobile

Heidi Hofmann, NewRide

Serge Savary, gazmobile SA

Hans Wach, gazmobile SA

Agence EcoCar

via Angelo Maspoli 15, CH-6850 Mendrisio

Tel. 091 646 40 08, Fax 091 646 05 35 · info@ecocar.ch · www.ecocar.ch ·

Indice

1	Résumé.....	4
2	Evaluation des objectifs de prestation et de marketing.....	5
2.2.	NewRide	8
2.3.	gazmobile SA	10
2.4.	Fondazione VEL	12
2.5.	Projets communs	15
2.6.	Les projets de tiers	17
5	Coûts et financement des activités.....	17
6	Perspective	19
7	Divers.....	19
8	Adresses de contact	21
9	Annexes	22

1 Résumé

Les quatre organisations gazmobile SA, e'mobile, Fondazione VEL et NewRide ont constitué l'Agence EcoCar, qui vise à l'introduction dans le marché des véhicules routiers efficaces pour contribuer à rejoindre les objectifs de Kyoto. L'Agence EcoCar a agréé avec SuisseEnergie un contrat cadre qui soutient les projets réalisés par l'Agence et ses partenaires dans ce domaine.

L'année 2009 a été, en général, satisfaisante pour les activités de promotion des véhicules efficaces réalisées par l'agence EcoCar avec le soutien de SuisseEnergie. Les différentes mesures de communication et marketing et surtout les nombreuses manifestations, souvent accompagnées par des possibilités d'essai des véhicules, ont permis de rejoindre une grande partie de la population (en total on peut parler potentiellement d'environnement un million de personnes). On a constaté une sensibilité croissante de la population envers les problèmes énergétiques et environnementaux causés par la mobilité, ce qui augmente constamment l'intérêt pour les véhicules efficaces. A signaler l'intérêt toujours croissant de la part de la Suisse Romande et en général de la part de nouveaux partenaires, qui ont permis de réaliser efficacement différentes activités.

Cette sensibilité, encouragée et soutenue par les actions proposées ou diffusées par l'Agence EcoCar, a contribué en 2009 à l'immatriculation de presque 32'700 véhicules efficaces (sans les voitures à essence et diesel cat. A et B), ce qui dépasse largement l'objectif numérique du plan annuel pour tous les véhicules efficaces, voitures à essence ou diesel de catégorie A ou B incluses, même si dans le cas des voitures à gaz naturel l'objectif n'as pas été atteint.

A part quelque exception, tous les projets se sont déroulés selon les prévisions et sans problèmes, en rencontrant une bonne réussite qui a permis de rejoindre et souvent même dépasser les objectifs quantitatifs et qualitatifs établis au début de l'année. Parmi les différents projets et mesures proposées, il faut souligner les stands de gazmobile et e'mobile au Salon de l'auto de Genève, les Ecocar Expos, les NewRide RoadShows et VEL EXPO TICINO, les expositions Auto Zürich et Auto Bale, ainsi que de pour e'mobile le soutien de nombreux projets des partenaires tiers par des conférences, de la documentation et des conseils, et pour infovel la collaboration avec les revendeurs.

L'agence EcoCar a eu en tout des dépenses d'environ CHF 5,5 millions, dont CHF 1,36 millions au maximum étaient financés par SuisseEnergie, ce qui correspond à beaucoup moins du 30% maximal défini par le contrat. Le reste est financé à travers des prestations propres, des prestations de tiers (surtout revendeurs et importateurs ainsi que l'industrie gazière et d'électricité) et par le financement d'autres entités, surtout les Communes et Cantons, mais aussi des sponsors privés.

2 Evaluation des objectifs de prestation et de marketing

Comme toujours, l'Agence EcoCar est active sur tout le territoire national, par la Fondazione VEL qui s'occupe du Tessin et les autres membres qui sont actifs dans le reste de la Suisse. En général on peut dire que les différentes activités se sont déroulées selon les prévisions et sans rencontrer des difficultés particulières. Au contraire, on a constaté un intérêt et une sensibilité croissante envers les véhicules efficients, ce qui a emmené souvent à même dépasser les objectifs.

L'expérience pluriannuelle des membres de l'Agence EcoCar nous permet désormais de concentrer nos efforts sur les projets les plus efficaces. Pour cette raison il est difficile de trouver un projet qui n'a pas satisfait les attentes, parce que même dans les cas où par exemple le nombre de visiteur n'était pas intéressant, cela était compensé par la qualité des visiteurs.

En ce qui concerne les quantités des véhicules efficients immatriculés en 2009, il nous faut attendre moitié avril pour recevoir les données relatives aux véhicules essence/diesel de catégorie A et B qui n'étaient pas encore disponible au mois de mars. Une première estimation par auto-suisse indique que le nombre de ces véhicules devrait à nouveau dépasser le nombre de véhicules immatriculés l'année précédente, qui correspondait à 117'007. Les autres données, récoltées auprès des différents importateurs devraient correspondre au résultat définitif. Le tableau annexe montre les détails par catégorie, mais en général on calcule l'immatriculation de plus de 32'700 véhicules à propulsion alternative, comme résumé dans le tableau suivant:

Type de véhicule	Immatriculations 2009 - prévision	Immatriculations 2009 - effectif
Voitures à gaz naturel	3'000	1'739
Voitures hybrides	4'000	3'903
Voitures électriques	100	72
Voitures efficientes à essence / diesel	2'500	Pas encore connu
Deux-roues électriques	12'000	27'000
TOTAL	21'600	32'714

En annexe on trouve les détails des immatriculations, avec la progression par rapport aux années précédentes.

Etant donné que l'objectif total pour 2009 fixé dans le plan multiannuel 2006-2010 était de 23'400, ensuite modifiée avec le plan annuel en 21'600 véhicules, on peut sûrement affirmer que l'objectif numérique va être amplement surpassé, même si dans certains cas comme par exemple les voitures à gaz naturel, l'objectif n'as pas été atteint. Ces véhicules, selon le modèle de calcul de l'efficacité énergétique annexe au plan multi annuel, permettent

d'avoir une réduction pour le moment (sans calculer les véhicules à essence et diesel, dont les valeurs seront disponible vers la fin d'avril) de plus de 15'000 tonnes de CO₂ et de 52 GWh d'énergie. Malgré une baisse du marché de l'automobile de 7.8%, on estime que la quantité de véhicules essence et diesel à basses émissions soit la même que l'année 2008. Dans ce cas, on arrive à une réduction de plus de 17'000 tonnes de CO₂ et de 60 GWh d'énergie (ce qui correspond à 216 TJ).

2.1. e'mobile

Ecocar-Expo: An den 19 Ecocar-Expos mit insgesamt 34 Ausstellungstagen wurden 794 Probefahrten durchgeführt und zusätzlich rund 1'900 Beratungsgespräche ohne Probefahrt geführt. Dies entspricht etwa den Werten pro Ausstellungstag der Vorjahre. Zusätzlich zu den Ecocar-Expos organisierte e'mobile drei Sonderschauen ausschliesslich zum Thema Elektromobilität, die hier nicht erfasst sind. Weitere Probefahrten sind von den anwesenden Händlern direkt (ohne Registrierung) durchgeführt worden. Oftmals haben mehrere Personen an der Probefahrt teilgenommen. Verschiedentlich haben die gleichen Personen mehrere Fahrzeuge getestet und so verschiedene Modelle oder unterschiedliche Antriebsarten direkt miteinander verglichen. Elektro- und Hybridfahrzeuge wurden am häufigsten Probefahren. Bezüglich Erdgas-/Biogas- und Bioethanolfahrzeugen richtete sich das Informationsbedürfnis vor allem auf technische Fragen wie Tankstellendichte, Sicherheit, Kosten oder Fahrzeugangebot, während sich das Wissen, dass beim Fahren kein Unterschied zu einem Benzinfahrzeug spürbar ist, verstärkt durchgesetzt hat. Trotzdem ist es beruhigend, ein Testfahrzeug verfügbar zu haben.



Tagungen: Die Jahrestagung, die im Anschluss der Generalversammlung von e'mobile im Verkehrshaus Luzern durchgeführt wurde, entwickelt sich zu einem bedeutenden Schwerpunkt im Jahresprogramm des Verbands. Mit über 120 Personen war die Teilnehmerzahl fast doppelt so hoch wie im Vorjahr und deutlich höher als erwartet. Die von namhaften Referenten präsentierten Themen deckten die verschiedenen Ecocar-Konzepte ab, wobei aus Gründen der Aktualität Elektrofahrzeuge einen besonderen Schwerpunkt bildeten. Aber auch Überlegungen von Fahrzeuganbietern, Städten und Gemeinden wurden präsentiert. Wie zahlreiche Rückmeldungen zeigen, wurden sowohl die Themen in ihrer breiten Mischung, als auch die vielfältigen Kontaktmöglichkeiten von den Teilnehmenden sehr geschätzt. Damit wurden die Ziele des Projektes vollumfänglich erfüllt.



Kommunikation: Mitte Jahr wurde auf der Webseite ein prominenter Link zur Bestellung des Ecocar-Newsletters gesetzt. Dieser hat regelmässige Bestellungen ausgelöst und ist wesentlich mitverantwortlich, dass die Abonmentenzahl auf 3264 gestiegen ist und damit die Erwartungen für 2009

übertrifft hat. Bei den Webseitenbesuchen waren wiederum zwei Peaks zu beobachten: einer im Frühling im Zusammenhang mit dem Autosalon und ein zweiter, noch bedeutenderer im Herbst nach der Jahrestagung (Sept./Okt.). Total ist die Zahl der Webseitenbesuche auf über 326'000 und die Zahl der besuchten Seiten auf 1,16 Mio gestiegen, womit das Jahresziel von 320'000 respektive 1,2 Mio erreicht wurde.

Website e'mobile	Soll 2009	Ist 2009	Ist 2008	Ist 2007
Anzahl Besucher	320'000	326'107	333'465	311'975
Anzahl besuchter Seiten	1'200'000	1'157'547	1'057'168	849'802
Newsletter: Abonnenten	Anzahl 3'200	3'264	2'879	2'547

Trotz Wirtschaftskrise, wenigen neuen Modellen und einer spürbaren Verunsicherung bei den Händlern im Bezug auf E85 ist die Zahl der Ecocar-Händler gegenüber dem Vorjahr auf 232 leicht angestiegen, wenn auch nicht ganz so stark wie erhofft (Ziel: 250). Von den Flyern zum Ecocar-Händlerverzeichnis sind zwar klar weniger Exemplare verteilt worden als geplant. Dies bedeutet jedoch nicht, dass das Interesse daran entsprechend kleiner war, da das Schwergewicht für dieses Projekt klar beim Internet liegt, wo diese Seiten auf unvermindertes Interesse stossen.

Die bereits gut eingeführten Publikationen Marktübersicht (mit Update Mitte Jahr), Jahresprogramm Ecocar-Expos, Stärken der Ecocars sowie Fact-Sheets wurden erneut publiziert und erfreuten sich bei Anlässen und auf dem Internet reger Nachfrage. Ausserdem wurden vermehrt Fach- bzw. Publikumsartikel verfasst. Speziell zum Autosalon in Genf, zur Jahrestagung und zu allen Ecocar-Expos wurden Ankündigungstexte versandt. Damit konnte das Interesse an Ecocars weiter gefördert und die sehr geschätzte neutrale Basisinformation vermittelt werden. Mit 175 Nennungen von e'mobile und / oder eines seiner Produkte in den Medien konnte eine etwas höhere Medienpräsenz erreicht werden als geplant (150 Nennungen). Die Zahl verschickter Medienmitteilung lag mit 36 ebenfalls über den geplanten 25.

24 Partner sind mehr oder weniger intensiv mit Beratung, Informationsmaterial oder Referaten für ihre eigenen Projekte und Veranstaltungen unterstützt worden. Dazu zählt auch die TCS-Akademie, die in der Vorbereitung des ersten Forums Elektromobilität unterstützt wurde, das im Januar 2010 stattfinden wird. Damit konnten der Verband und seine Dienstleistungen einem breiteren Publikum bekannt gemacht werden.

Im Berichtsjahr haben sich zahlreiche neue Synergien mit den bisherigen Partnern aber vor allem auch mit neuen Partnern ergeben. Zu nennen sind unter anderem Partner der Stromwirtschaft, die TCS Akademie, die Stadt St. Gallen, myclimate, Coop und die Osec.

Evaluation: Aus Sicht des Verbands e'mobile bewährt sich die konsequente Verwendung der neuen Namensgebung, nämlich von Agentur Agentur EcoCar und Verband e'mobile. Dies scheint die Differenzierung zwischen den beiden Organisationen zu erleichtern.

Vor allem bei den Händlern von E85-Fahrzeugen aber auch teilweise bei den Erdgas-Biogas-Fahrzeugen ist das Interesse an diesen neuen Antriebstechnologien geringer geworden, ein Trend, der sich in der zweiten Jahreshälfte eher noch verstärkt hat. Grund dafür ist einerseits die wirtschaftliche Situation, welche eine stärkere Konzentration auf leichter zu verkaufende Fahrzeuge erfordert. Andererseits scheint das Kundeninteresse an solchen Fahrzeugen ebenfalls eher abgenommen zu haben, was v.a. beim E85 auch auf die politischen Diskussionen rund um die potenzielle Konkurrenzierung der Lebens- und Futtermittelproduktion sowie die Bedrohung von Urwäldern zurückgehen dürfte.

2.2. NewRide

NewRide Messen und RoadShows:

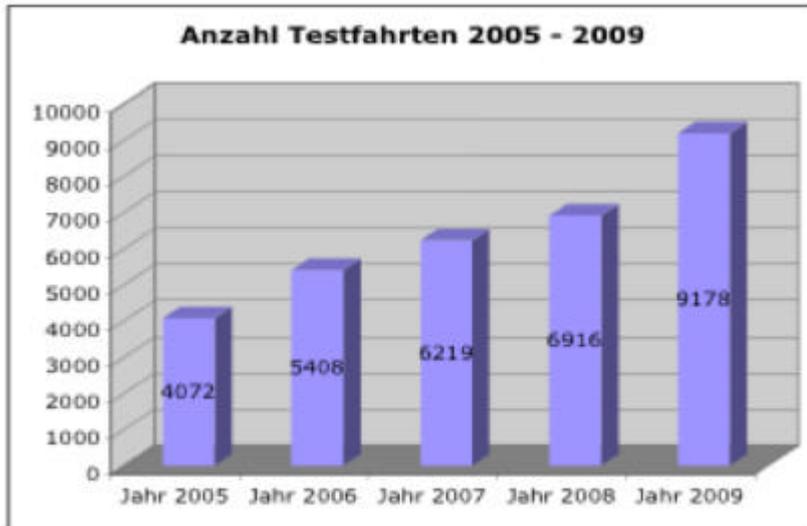
NewRide konnte 2009 die geplanten Messen und RoadShows weitgehend nach Plan durchführen. Die Zusammenarbeit mit den Gemeinden und den E-Bike Anbietern läuft gut. NewRide war 2009 an vier überregionalen Messen (OFFA St. Gallen, Two Basel, AMA Aarau, Energissima Fribourg) mit einem Ausstellungstand inkl. Probefahren anwesend. Gemeinsam mit den 30 NewRide Gemeinden, den 151 NewRide Händler und den 16 verschiedenen Herstellern/Importeure führten wir an 122



Tagen eine RoadShow durch. Im Vergleich zum 2008 nahm die Anzahl der lokalen Ausstellungen leicht ab, da vor allem in der Westschweiz weniger Events durchgeführt wurden. Insgesamt wurden 9'178 Testfahrten durchgeführt (siehe Abbildung 1); im Vergleich zum Vorjahr ist hier ein starker Anstieg (2008: 6'916) zu verzeichnen. Dies zeigt, dass die Anzahl Testfahrten pro Ausstellung stark zugenommen hat.

2009 Jahr konzentrierten wir uns vor allem auf die Durchführung vom Aktionsprogramm E-Scooter. Zusammen mit den E-Scooter Regionen Bern, Basel, Fribourg, Neuchâtel, St. Gallen und vier Importeuren führten wir im Rahmen des Aktionsprogramms E-Scooter acht grössere E-Scooter Ausstellungen durch. Diese Städte suchten auch öffentliche Lademöglichkeiten für E-Scooter und sie prüften den Einsatz von E-Scooter in ihren kommunalen Fahrzeugflotten.

Abbildung 1: Summe der Testfahrten in den Jahren 2005 - 2009



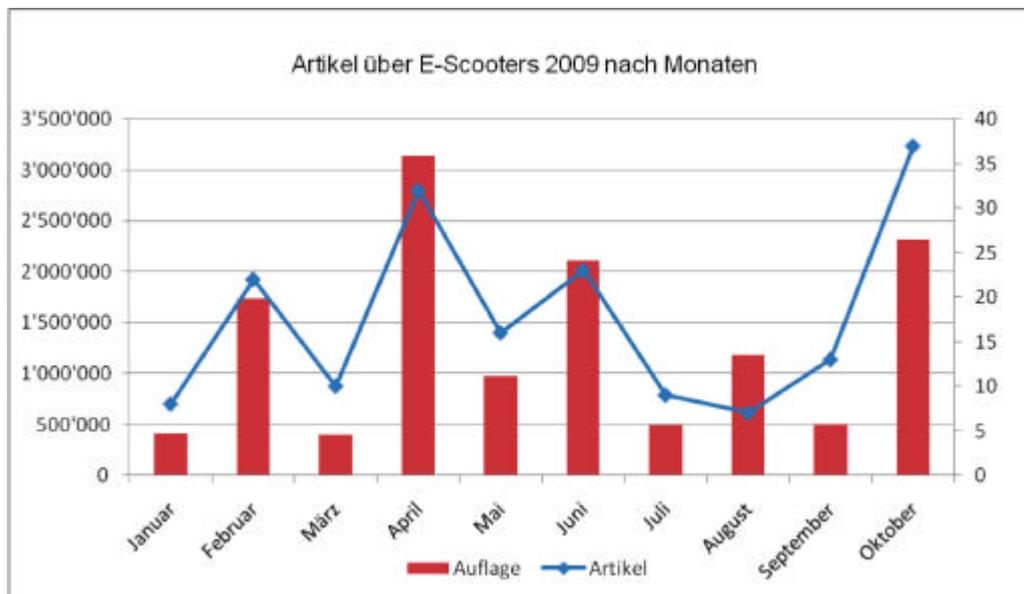
Kommunikation:

Die NewRide-Kommunikation befasste sich 2009 vorrangig mit dem Thema E-Scooters, das den Medienleuten zur Zeit noch wenig vertraut ist. Einen wichtigen Akzept setzte die Medienarbeit zur Swiss-Moto, auf dem während des ganzen Jahres aufgebaut werden konnte. Im Bereich E-Bikes reichte eine reaktive Kommunikation neben Medienmitteilungen aus, um die Zahl der Medienberichte weiter zu steigern. Neu konnten neben den Fachredaktionen insbesondere Wirtschaftsredaktionen für das Thema sensibilisiert werden.

Das Medienecho hat sich seit der Swiss-Moto wellenförmig verhalten - Nachzieher zum Thema erfolgten im April, Juni, beschränkt im August und wieder vermehrt im Oktober. Die Swiss-Moto hat sich sowohl für die Kontaktpflege als auch bezüglich des Aufsehens, das die Teststrecke unter den Journalisten erregt hat, als zentrales Ereignis erwiesen, auf dem sich für die E-Scooter-Aktionstage aufbauen lässt. Interessant ist, dass im April, Juni und Oktober höhere Werte als im Februar erzielt worden sind. Wie Wellen erklären sich mit der Eigendynamik der Medienlandschaft - wer ein Thema aufnimmt, das ein Konkurrenzmedium präsentiert hat, tut dies mit einem gewissen Abstand.

Per Ende Oktober erzielten Artikel über E-Scooters 41 Prozent der Auflage der Artikel über E-Bikes. Dies zeigt, dass E-Scooters bereits zu einem Zeitpunkt, da ihr ökonomischer Stellenwert noch bescheiden ist, hohe Aufmerksamkeit geniessen. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass dank NewRide E-Scooters als logische Fortsetzung der E-Bikes wahrgenommen werden und deshalb in einer viel früheren Phase ihrer Marktentwicklung in den Medien thematisiert werden. Mit 177 Artikeln über E-Scooters und einer Gesamtauflage von 13'300'000 von Januar bis Oktober 2009 geniessen die E-Scooters in den Medien viel Aufmerksamkeit. Dabei profitieren sie einerseits vom guten Image der E-Bikes, andererseits von der Infrastruktur, welche NewRide mit den E-Bikes aufgebaut hat.

Kein Erfolg war dem Versuch beschieden, Web-Communities aufzubauen. Die entsprechenden Aktivitäten haben wir daher sehr rasch reduziert, um die Mittel zielgerichtet dort einzusetzen, wo sie am meisten bewirken.



2.3. gazmobile SA

Ausstellungen und Events: Neben dem Autosalon Genf bildeten die Messeauftritte an der Auto Basel im Sept. 09 und Auto Zürich im Nov. 09 weitere wichtige Meilensteine. Wie in den Vorjahren war gazmobile gleichzeitig auch Hauptsponsor an beiden Messen, was die mediale Wirkung vor und während den Messen zusätzlich verstärkte.

An der Auto Basel wurden auf dem eigenen Messestand, der sich wie in den Vorjahren unmittelbar beim Haupteingang befand, die neuesten Turbo-Erdgas-Modelle von VW (alle Kategorie A) gezeigt. Als Hauptsponsor konnte die doppelte Ausstellfläche an bester Lage punkto Kundenfrequenz, nämlich direkt beim Haupteingang, belegt werden. Aufgetreten wurde mit dem letztjährigen Konzept. Leitlinie war die gezielte Information von fünf Schlüsselbotschaften:

Bivalenz, Preis, Feinstaub, Biogas, Fahrzeugpalette.

Für deren Vermittlung wurde das Objekt „head in“ eingesetzt, eine 8x5x3,5 Meter grosse grüne „Wolke“ aus grünem Spanndex. Durch fünf Öffnungen konnte der Besucher seinen Kopf reinhalten und im Innern der Wolke eine Botschaft zu fahren mit Erdgas erfahren. Dazu wurden fünf Monitore in einem Klötzchenhaufen, quasi ein Objekt im Objekt, eingebaut. Eingebildet waren Kinder, die wie in der Fernsehendung „Dingsda“ einen Begriff erklärten und damit den Messebesucher zur richtigen Antwort auf die Wettbewerbsfragen führten. Insgesamt wurden 2340 Wettbewerbstalons ausgefüllt.

Auf dem Vorplatz zur Messehalle waren als Hauptattraktion ein VW Passat 1.4 TSI EcoFuel (Erdgas) als Polizeifahrzeug des Kt BL und daneben unter einem

grossen Erdgasbogen die Nutzfahrzeuge VW Caddy und VW MaxiCaddy Ecofuel ausgestellt. In Abstimmung mit den regionalen Autohändlern wurden zudem auf den Händlermesseständen und bei der Nutzfahrzeugaustellung im Innenhof weitere Erdgasfahrzeuge ausgestellt und insgesamt 26 Probefahrten durchgeführt sowie 27 weitere Probefahrbons verteilt. Als Hauptsponsor war Erdgas + Biogas als Treibstoff auch medial gut präsent, was noch mit Plakatwerbung ergänzt wurde. Insgesamt wurden an der Auto Basel 33'000 Besucher gezählt.

Auch an der Auto Zürich vom 4.-8. Nov.09 war Erdgas + Biogas dank des Hauptsponsorpakets sowohl medial als auch vor Ort dank der bevorzugten Lage des Messestandes im Haupteingang besonders prominent vertreten. Insgesamt wurden in enger Zusammenarbeit mit den regionalen Händlern 7 Erdgasfahrzeuge der Kategorie A und B, darunter als Schweizer Premiere der Fiat Qubo Fiorino Natural Power ausgestellt. 6 Infosäulen, 1 Schnittmodell des VW 1.4 TSI EcoFuel-Motors, eine sehr anschauliche Biogas-Kugelbahn sowie weitere Attraktionen machten den Besuch des Messestandes zu einem besonderen Erlebnis und vermittelten gleichzeitig auf sehr anschauliche Weise wichtige Schlüsselinformationen über die Vorteile von Erdgas und Biogas als Treibstoff. Umrahmt wurde der Messeauftritt mit 4 TV-Beiträgen, 19 Printberichten, einer gut sichtbaren Präsenz auf allen Werbemittel der Auto Zürich sowie einem Wettbewerb, an dem über 10'000 Talons eingeworfen wurden und als Hauptpreis ein VW Passat 1.4 TSI EcoFuel im Wert von über CHF 50'000 verlost wurde. Insgesamt zählte die Messe über 60'000 Besucher.

Erstmals konnte im 2009 ein Messeauftritt mit Erdgasfahrzeugen an der SuissePublic, einer Spezialfahrzeugmesse für Kommunalfahrzeuge und Geräte, erfolgreich durchgeführt werden. Ausgestellt wurden ausschliesslich Nutzfahrzeuge mit Erdgasantrieb, vom Bus, Kehrlichfahrzeug bis zum Transporter, Lieferwagen und Wischmaschine. In enger Partnerschaft hauptsächlich mit Importeuren wurden die neusten Modelle ausgestellt und jeweils von einer Fachperson betreut. Kunden wurden zum Teil gemeinsam eingeladen. Von Seiten Erdgas wurde der Auftritt organisiert und gezielt kommuniziert sowie nachhaltig genutzt. Eine Veranstaltung intensivierte den Auftritt. Begleitend zum Messeauftritt wurde eine Fachtagung mit persönlich eingeladenen Gästen aus dem Zielpublikum und Medien organisiert, an welcher u.a. Gastreferent Prof. Dr. Lino Guzzella, ETH Zürich in einem Referat die Chancen von Erdgas und Biogas als Treibstoff im Vergleich zu anderen Alternativen darlegte. Rund 21 000 Besucherinnen und Besucher strömten während den vier Ausstellungstagen nach Bern an die Suisse Public, welche alle 2 Jahre stattfindet.

Marketing/Kommunikation:

Von besonderer strategischer Bedeutung für die Entwicklung des Erdgasfahrzeugbestandes in der Schweiz und in den Nachbarländern, war die ebenfalls im 2009 erfolgte Markteinführung des VW Passat / VW Touran, beide mit 1.4 TSI CNG Motor, des Opel Zafira 1.6 Turbo-Erdgasmotor und des neuen Fiat Ducato mit 3 L Turbo. Dank Aufladung vereinen diese Fahrzeuge gute Leistung und Drehmomentverlauf, verbunden mit dieselähnlicher Sparsamkeit und sehr geringen Emissionen. Entsprechend entwickelt sich auch der Erdgasfahrzeugbestand positiver als angesichts der gedämpften Konjunktur angenommen. Gasmobil unterstützte die Markteinführung dieser Fahrzeuge aktiv in Zusammenarbeit mit den Importeuren. Im Falle des Opel Zafira 1.6 Turbo wurde ein gemeinsames Verkaufsförderprogramm mit Opel Schweiz aufgestellt und umgesetzt, über welche im Zeitraum Mai bis Sept. 09 insgesamt 62 Zafira Turbo

zusätzlich verkauft wurden, dies trotz der Unsicherheit um die Zukunft des Autoherstellers Opel. Gasmobil unterstützte in Abstimmung mit Fiat Schweiz ein Flottenprojekt der Mobilty Solution, des Fahrzeug-Managers der Post, über welches insgesamt 110 Fiat Ducato Turbo CNG in Verkehr gesetzt wurden. Seit 2003 besteht die Internetplattform [www. erdgasfahren/vehiculeagaz.ch](http://www.erdgasfahren/vehiculeagaz.ch) und seit 2007 auch in Italienisch unter www.vehicolitagaz.ch . Insgesamt gab es ca. 133'000 Besuche mit durchschnittlich 3.6 Seitenzugriffen/Besucher. In Forum sind inzwischen 231 Mitglieder mit ca 2630 Threads registriert und täglich gibt es ca. 5 neue Beiträge/Threads. Die Internetplattform stellt die wichtigste aktuelle Informationsquelle zum Thema Erdgasfahren in der Schweiz dar und ist auch international verlinked.

Für die ganze Autoindustrie war 2009 ein sehr schwieriges Jahr. Der gesamte Absatz an Fahrzeugen ist im 2009 massiv zurück gegangen. Es ist ein bekanntest Phänomen, dass in unsicheren Zeiten weniger Interesse an alternativen Fahrzeugen besteht. Dazu kommt, dass Opel ein sehr schwieriges Jahr hatte. Etliche potentielle Kunden eines Opel Zafira `Erdgas/ Biogas` entschieden sich für eine andere Marke, mit konventionellem Antrieb, weil sie das Risiko eines Konkurses von Opel scheuten.

Auch die Modellpalette war unvorteilhaft. Es war bekannt, dass von VW, Opel und Fiat neue verbesserte Modelle auf den Markt kommen würden. Diese neuen Modelle konnten erst im Verlauf des Jahres bestellt werden. Der positive Effekt war also geringer als geplant.

Dazu kam ein technisches Problem bei Volvo. Als Konsequenz davon hat sich Volvo vorübergehend als dem Geschäft mit Erdgasbetriebenen Fahrzeugen zurückgezogen.

In den letzten Monaten hat Elektromobilität einen enormen Platz in den Medien eingenommen. Andere alternativen Treibstoffe wie Erdgas/Biogas wurden von dieser Welle etwas überrollt. In diesem Umfeld wäre es hilfreich, wenn das BfE/EnergieSchweiz in ihren Statements und Vorträgen nicht einseitig die Vorzüge der Elektromobiltät erwähnen würde, sondern auch das Erdgas/Biogas-Auto deutlicher als eine zu empfehlenden Alternative hervorheben würde.

Ausblick:

Die Wirtschaft erholt sich von der schwierigen Phase. Die Autoverkäufe legen wieder zu und die verbesserten Erdgasmodelle sind eingeführt. Im 2009 wurden 1'700 erdgasbetriebene Fahrzeuge neu immatrikuliert. 2010 kann, aus den erwähnten Gründen, mit einer substantiellen Steigerung gerechnet werden.

2.4. Fondazione VEL

infovel a réalisé en 2009 tous les projets prévus dans le plan multiannuel. Dès début 2009, les «ecoincentives» sur la taxe de circulation sont entrés en vigueur au Tessin, qui ont eu succès même grâce à la contribution du Bureau fédérale de l'énergie qui a financé les projets VEL1 et VEL2, et ce qui a permis de profiter de cette nouveauté pour promouvoir d'avantages les véhicules efficients. VEL EXPO TICINO s'est déroulé avec un très bon succès, avec un bon nombre d'exposants, de véhicules exposés et une augmentation du public. A remarquer également le bon nombre d'articles concernant ou nommant

inovel ou ses produits qui sont apparus dans la presse tessinoise en 2009. On a mis à jour et renouvelé le catalogue des véhicules efficients sur le site Internet, qui est de plus en plus visité. La crise économique de 2009 n'a pas aidé le projet avec les flottes, mais on a quand même réussi à commencer des contacts intéressants avec quelques entreprises.

VEL EXPO TICINO: La grande exposition a eu lieu du 11 au 14 novembre 2009 pour sa huitième édition, avec une ultérieure augmentation des chiffres et de l'impact par rapport au passé. On a rejoint 12'000 visiteurs (10'000 en 2008) et plus de 110 véhicules exposés par 59 exposants (70 véhicules et 45 exposants en 2008). 42 classes d'école de primaire, secondaire et écoles supérieures ont visités l'exposition (37 en 2008). Suite à ce bon succès, on a décidé de laisser la foire à novembre et donc de la transformer



en biennale, car le Centre Expositions de Lugano est occupé tous les deux ans dans la même période. En considérant le nombre croissant d'exposants, il faudra probablement également augmenter d'avantage la surface disponible, où trouver d'autres solutions. Un ultérieur indice du succès de cet événement, qui devient de plus en plus attendu et apprécié par le public et par les exposant, contrairement au passé un bon nombre d'exposants s'est inscrit sans aucun rappel et il y en a même quelques uns qui se sont inscrits à la toute dernière minute, en s'annonçant, sans même que nous les connaissons à l'avance.

Mesure	Prévu 2009	effectif 2009	effectif 2008	effectif 2007
Anzahl Marktpartner	50	59	45	41
Anzahl Besucher	12'000	12'000	10'000 ca.	8'000 ca.
Anzahl Probefahrten	1'000	889	1'040 ca.	850 ca.
Anzahl Beratungsgespräche	300	312	292	132
Anzahl geführter Schulklassen	40	42	37	28

Eventi promozionali per veicoli efficienti: Les événements auxquels on a participé ont permis une bonne visibilité. Malheureusement, à cause du mauvais temps, le nombre d'essais des véhicules et de visiteurs a été inférieur à celui prévu mais, même si le nombre de contacts a été inférieur, nous retenons que les contacts au stand ont été de qualité. Par contre, notre présence aux mondiaux du cyclisme de Mendrisio, nous a permis une très grande visibilité, même vers les personnes qui venaient de l'étranger.

Azioni di comunicazione e informazione: Le nombre de visiteurs du site Internet n'a pas augmenté énormément, mais on y a enregistré une augmentation du nombre de pages visités (8.5 par visite) et donc de la durée des visites. 6 newsletters, dont 3 plus grandes, avec des articles d'approfondissement, ont

été envoyées à nos 2900 contacts email. Les relations publiques ont mené à 117 articles de journal nommant infovel ou ses « produits », ce qui correspond à plus de 2 articles par semaine (vs. 75 articles en 2008). En plus il y a eu nombreuses présences dans les chaînes radio et télé tessinoises. Cela grâce aussi aux plusieurs évènements qui ont permis d'avoir l'occasion d'envoyer 10 communiqués de presse. Les requêtes d'information chez les centres d'information de infovel ont été presque comme l'année précédente.

Mesure	Prévu 2009	effectif 2009	effectif 2008	effectif 2007
Anzahl Website Besucher	42'000	35'000	39'000 ca.	32'000 ca.
Anzahl Website besuchter Seiten	290'000	350'000 ca.	270'000 ca.	197'000 ca.
Anzahl Abonennten Newsletter	2'300	2'900	2157	2'000 ca.
Medienarbeit, Anzahl Artikel	65	117	75	65
Medienarbeit, Anzahl Publikationen	8	9	9	10
RiParTI, Anzahl Objekte	100	98	98	92
RiParTI, Anzahl Abonennten	210	201	208	185
Centri regionali, Anzahl Objektberatungen	2000	1'900 ca.	1'700 ca.	1'400 ca.

En ce qui concerne les flottes, la crise économique générale n'a pas facilité cette tâche, mais on a quand même commencé des contacts et des projets avec quelques entreprise : avec trois entreprises, les recherches et analyses sont déjà en phase avancée, tandis qu'avec d'autres on a commencé les contacts, en vu de les approfondir en 2010.

Strumenti promozionali veicoli efficienti: Le choix de faire des campagnes promotionnelles périodiques continue à être assez intéressante, car cela permet en outre de consolider la collaboration et l'engagement des revendeurs. Dans la première partie de l'année, la campagne dédiée aux voitures efficaces à essence/diesel a continué. Pendant l'été il y a eu la campagne dédiée aux vélos électriques, qui a rencontré un bon succès, avec une centaine de vélos vendu lors de la campagne. En novembre et décembre on a lancé une campagne inspirée au Noël, qui soutenait tous les types de véhicules efficaces, en soulignant les grandes économies financières possibles grâce à ces véhicules. La récolte des données des ventes des voitures reste toujours difficile.

En 2009 on a créé une nouvelle brochure de promotion des voitures efficaces de toute technologie, nommé « Choisissez un véhicule efficace - un choix heureux pour épargner » qui est bien apprécié par le public. En outre on a renouvelé la partie du catalogue du site Internet, pour la rendre encore plus « user friendly » et de façon telle que les gens on toujours la possibilité d'imprimer une version à jour du catalogue, même si on n'a pas encore trouvé une solution idéale de présentation.

2.5. Projets communs

La collaboration entre les partenaires de l'agence EcoCar s'est bien déroulée tout au long de l'année. Comme toujours, il y a des synergies nées pour des projets de l'un ou l'autre des partenaires, d'autre pour des projets gérés en commun dès le début, il y a eu des projets qui ont eu lieu en tant que projets communs.

Stratégie: En 2009 on a procédé à la transformation du secrétariat au guichet unique de l'Agence.

Evènements: La synergie principale concerne le stand au Salon de l'Auto de Genève qui a été organisé en commun par e'mobile et gazmobile SA. Il y a une synergie même en occasion d'autres évènements, comme par exemple à l'occasion de Ecocar-Expos de e'mobile, en Suisse romande organisées en collaboration avec Gazmobile, et NewRide Roadshows, ou comme à VEL EXPO TICINO entre infovel et e'mobile pour les essais de véhicules et avec gazmobile SA pour la mise à disposition de véhicules particulier à gaz naturel. En 2009 était prévu un événement pour les parlementaires qui a été renvoyé au 2010. Pendant le 2009 on s'est occupé des travaux préparatoires.

Salon Auto Genève: (gemeinsames Projekt e'mobile - gasmobil): Der gemeinsam von e'mobile und gasmobil organisierte Auftritt am Autosalon Genf 2009 konnte planmässig durchgeführt werden und war wiederum ein voller Erfolg. Der bisherige attraktive Standplatz zentral in der Halle 5 konnte dank gemeinsamen Anstrengungen trotz massivem Druck von anderen Ausstellern beibehalten werden.

Trotz Krise in der Automobilbranche und insgesamt um fast 10% weniger Besucher des Autosalons als im Vorjahr (ca. 648'000 gegenüber ca. 715'000), fand der Auftritt Partner der der Agentur EcoCar wiederum eine sehr gute Resonanz.

Auf dem Erdgasfahrzeugstand waren 5 käufliche Fahrzeuge zu sehen, darunter die viel beachteten Erdgasturbomodelle von VW (Passat EcoFuel 1.4 TSI CNG - CO2 119/121 g/km) und Opel (Zafira 1.6 Turbo CNG - CO2 139g/km), beide in der Energieeffizienz-Kategorie. A, was das Potential von Erdgasfahrzeugen aufzeigt, wenn sie antriebsseitig optimal auf Erdgas ausgelegt werden. Dass ein niedriger Verbrauch gleichzeitig auch die Reichweite mit Erdgas über 400 km steigert, erhöht den Wert der Optimierung zusätzlich. Zu bemerken ist, dass die niedrigen CO2-Werte mit Biogas (im 2008 ca.20% Anteil) noch deutlich verbessert werden können. Als Studie und 6. Fahrzeug auf dem Stand wurde auf Basis eines Volvo C30 eine technisch optimierte Nachrüstung allerdings noch ohne Aufladung gezeigt. Solange die (guten) Werkslösungen noch rar sind, werden von Importeuren gestützte Nachrüstungen, welche inzwischen ebenfalls auf qualitativ hohem Level erfolgen, weiterhin eine gewisse Bedeutung im Markt haben. Die C30-Studie war zudem auch im Vorfeld zum Autosalon Anlass für einen interessanten Beitrag im TV-Magazin TCS Motorshow. Auch das AR-TV brachte einen ausführlichen Beitrag zum Thema Erdgas/Biogas-Fahrzeuge. Im 2009 war zudem gasmobil wie in den beiden Vorjahren wiederum als einer der Hauptsponsoren des Autosalons mit Erdgas und Biogas als Treibstoff besonders präsent. Das Sponsoringpaket umfasste zahlreiche Promotionsmassnahmen im Internet, in den Medien und auf Plakaten und erhöhte damit ganz wesentlich die Sichtbarkeit von Erdgasfahrzeugen sowohl nach aussen als auch gegenüber

der Autobranche und den Veranstaltern des Autosalons. Ergänzend dazu wurden Railposter sowie zusätzliche Plakatwerbung geschaltet. Insgesamt wurden zum Thema Erdgasfahrzeuge in der Zeit von Mitte Febr. bis Mitte April 2009 4 TV-Beiträge, 104 Artikel und 41708 Internetbesuche mit 163'946 Seitenzugriffe gezählt.

Der Verband e'mobile konnte auf seinem Standteil drei Hybridfahrzeuge zeigen, darunter zwei Europapremieren. Dazu kamen als Weltpremieren zwei Prototypen von Elektroautos und ein von der ETH Zürich entwickelter Parallelhybrid-Prototyp. Zudem informierte EnergieSchweiz wiederum über die energieEtikette. Von den 648'000 Personen, die den Autosalon besucht haben, dürfte der grösste Teil den Stand von e'mobile mindestens einmal passiert haben. Das Personal von e'mobile hat mit knapp 3000 Standbesuchern und -besucherinnen zum Teil intensive Informations- und Beratungsgespräche geführt und ihnen die nötigen Unterlagen rund um das Thema Energieeffizienz bereitgestellt. Das entspricht etwa der Frequenz des Vorjahres. Unter den Gästen am Stand von e'mobile befanden sich namhafte Persönlichkeiten wie Bundespräsident Hans-Rudolf Merz, der Ehrenpräsident des Automobilsalons Claude Sage und Hans Schweickardt, der Verwaltungsratspräsident von Alpiq, sowie ein Grossteil der Teilnehmenden des IAMF. Insgesamt bestätigt sich die Tendenz zu immer besser informierten und stärker für Fragen der Energieeffizienz sensibilisierten Standbesuchern und -besucherinnen. Gerade zum Thema Hybridautos war ein steigendes Interesse zu verzeichnen. Die neuen, umweltschonenderen Technologien und insbesondere Hybrid- und Elektrofahrzeuge nahmen in den Berichterstattungen zum Autosalon einen breiten Raum ein.

Points d'informations: A partir du mois de juin est entré en fonctionne le guichet unique. Il y a une grande collaboration en ce qui concerne les informations réciproques fournies aux différents centres régionaux d'information et sur les sites Internet. En particulier, au Tessin c'est infovel qui s'occupe de l'information concernant les véhicules efficients, en agissant en tant que correspondant des autres partenaires. Dans le reste de la Suisse il y a également une collaboration entre les partenaires de plus en plus intense et notamment entre e'mobile et gazmobile ainsi qu'avec NewRide. Vor allem bei den Probefahrtenanlässen haben sich zusätzliche Synergien zwischen e'mobile und NewRide im Rahmen der Sonderschau Elektromobilität sowie mit Gasmobil bei der Kommunikation ergeben. E'mobile hat ferner infovel bei der Umgestaltung ihrer Webseite unterstützt.

Promotion/Communication EcoCar: Au niveau de la communication, quelques exposés et textes ont été préparés au nom de l'Agence EcoCar, ou bien EcoCar a été nommée dans le cadre de la communication des différents partenaires, ainsi que le nom et l'existence de l'agence a commencé à se propager. En plus, NewRide et e'mobile ont un abonnement commun pour contrôler les revues de presse. infovel peut en profiter et en échange s'occupe de la revue de presse en langue italienne. Die Beachtung der gemeinsamen Internetsite www.ecocar.ch hat erneut zugenommen, und zwar von 6932 auf 7719 Besuche (+11%) und von 16'237 auf 20'655 heruntergeladene Seiten (+27%). Erfreulich ist, dass die Zahl der Seiten pro Besuch um 15% gestiegen ist. Ausser der Index-Seite wurden folgende Seiten am häufigsten betrachtet: emobile, ecocar, Parlamentsanlass,

gasmobil, News, NewRide und infovel. 49% der Besucher griffen direkt auf die Site zu, 31% stammten von einer „befreundeten“ Site (am häufigsten von bfe.admin.ch, gefolgt von newride.ch), die übrigen 20% fanden ecocar.ch über eine Suchmaschine, wobei sie am häufigsten nach dem Begriff „ecocar“ suchten. Es finden sich aber auch Suchanfragen wie „Tandem bergauf“ und „Foto Pascale Bruderer“ in der Liste – aus letzterer Anfrage resultierte unter anderem eine grosse Abbildung in der NZZ am Sonntag anlässlich der Wahl von Pascale Bruderer zur Nationalratspräsidentin auf dem E-Bike-Tandem.

2.6. Les projets de tiers

En 2009 l'Agence EcoCar a approuvé de soutenir un projet de tiers, c'est-à-dire l'organisation de l'exposition « Zukunft Elektromobilität » de la part de ecos, lors de la foire MUBA à Bâle.

Im Rahmen der NATUR 09 wurde erstmals die Sonderausstellung Zukunft Elektromobilität einem breiten Publikum vorgeführt. In Zusammenarbeit mit Fachstellen und Behörden wurde eine Ausstellung ausgearbeitet, welche eine breite Bevölkerung anspricht und über Chancen und Risiken der Elektromobilität informiert. Die quantitativen Ziele, sowie die von der Agentur EcoCar gesteckten Ziele (mind. 4 involvierte Partner, 200 Kurzberatungen, 400 Spieler an der Rennstrecke) wurden sehr gut erreicht und zum Teil übertroffen (594 MitspielerInnen, rund 300 Kurzberatungen, 4 Partner plus Sponsoren). Wie die langfristige Zusammenarbeit mit den Partnern aussehen wird ist unter Abklärung. Der Anlass wurde im Rahmen der mit der NATUR getätigten Kommunikationstätigkeit breit angekündigt (Presseberichte, Internet, Inserate, Informationen in Partnermedien).

5 Coûts et financement des activités

Au total l'Agence EcoCar a eu plus de dépenses par rapport aux prévisions, en particulier du côté de gazmobile SA, pour le salon de l'auto et les autres foires, du côté de e'mobile, pour les Ecocar-Expos, du côté de la Fondazione VEL pour VEL EXPO TICINO et du côté de NewRide pour la Communication. Le financement prévu d'environ 1,36 millions de la part de SuisseEnergie (dont jusqu'à fin mars EcoCar en a effectivement reçu 1'300'000.- CHF), correspond à 24.5% du budget total, tandis que le financement de tiers correspond à 42%. En ce qui concerne le financement de projets des tiers, l'Agence EcoCar a reçu seulement un projet valide en 2009, qui a été financé avec 20'000 CHF. Les données de ce projet sont incluses dans le budget total.

Par rapport au budget prévu lors du plan annuel, il y a une légère diminution de la contribution de la subvention de SuisseEnergie, suite aux résultats de 2008, mais la réduction de cette contribution et les coûts majeurs des projets ont été compensés par les partenaires avec des prestations propres, par une augmentation des contributions de tiers et en partie par une réduction de quelques autres activités.

Pour ce qui concerne infovel, les dépenses majeures eues pour VEL EXPO TICINO dû à l'augmentation des prestations de tiers, ont été compensées par des mineurs coûts pour les autres projets, notamment pour les événements promotionnels qui n'ont pas eu lieu à cause de mauvais temps.

Das Budget von NewRide konnte zum grössten Teil eingehalten werden. Die grosse Anzahl an RoadShows (geplant waren 80, durchgeführt wurden 140) führte auch im 2009 dazu, dass die Ausgaben für die dazugehörige Kommunikation höher als geplant waren. Vor allem die Kosten für die Schweizerische Fahrradmesse in Basel (twoo) waren höher als budgetiert, da NewRide an der Ausstellung von Interessierten zum Probefahren überrannt wurden. Aus diesem Grund musste NewRide mehr Standpersonal als geplant einsetzen.

Der Gesamtaufwand für die 2009 vom Verband e'mobile durchgeführten Projekte lag um etwa 150'000 höher als budgetiert. Der Mehraufwand geht vor allem auf die zusätzlich durchgeführten Ecocar-Expos und auf den höheren Aufwand vor allem von Protoscar als Partner auf dem Stand am Automobilsalon in Genf zurück. Die wirtschaftlich schwierige Situation in der Automobilwirtschaft widerspiegelt sich in den tieferen Beiträgen durch die Importeure und Händler. Diese konnten durch höhere Beiträge vor allem von der Erdgas- und Elektrizitätsversorger aber auch durch zusätzliche Eigenleistungen des Verbands kompensiert werden.

Bei gasmobil, sind die Ausgaben am Autosalon Genf für die Präsentation der Erdgasfahrzeuge höher ausgefallen als ursprünglich budgetiert. Dies vor allem bedingt durch zusätzliche Kommunikations-Leistungen im Vorfeld des Autosalons. Dazu kam auch neu der Messeauftritt an der SuissePublic, welcher im Budget nicht vorgesehen war, aber wegen der Wichtigkeit trotzdem durchgeführt wurde. Andererseits waren die Ausgaben beim Projekt Marketing und Kommunikation nicht ganz so hoch, weil einzelne Aktivitäten entweder wegfielen oder aufs nächste Jahr verschoben wurden. Die gesamthaft etwas höheren Ausgaben wurden aber vollumfänglich durch gasmobil übernommen und blieben ohne Kostenfolgen seitens BfE/EnergieSchweiz.

Pour ce qui concerne les projets communs ont a eu une réduction des coûts dû au fait que le guichet unique est entré en fonction seulement au mois de juin et que l'événement parlementaire n'as pas encore eu lieu, même si on a eu des coûts liés à l'élaboration du concept.

Les dépenses et financement de l'Agence EcoCar en 2009 peuvent être résumés dans le tableau suivant, en les comparants avec le budget:

Total agence EcoCar	Total des charges	Soutien SuisseEnergie	Charges de l'agence	Charges de tiers
Budget prévu	5'136'000	1'400'000	1'680'000	2'111'000
Décompte définitif	5'488'143	1'351'346	1'855'299	2'281'498

Pour les projets P&D (voir courte description au chapitre 7), les partenaires de EcoCar ont reçu au total une contribution de 111'000 CHF de l'Office fédéral de l'Energie en 2009. Les mêmes chiffres des dépenses totales, de tous

les projets de l'Agence EcoCar en 2009, toujours en comparaison avec les prévisions, sont résumés également dans un tableau annexe.

6 Perspective

Les événements d'une part et des actions de communication et marketing d'autre part sont également pour 2010 les éléments principaux pour la promotion des véhicules efficients, proposés par l'Agence EcoCar et ses membres pour atteindre ses objectifs. En ce qui concerne les événements, il y a la participation à foires et expositions existantes comme le Salon de l'auto de Genève avec des stands d'information. Mais il y a également toute une série de manifestations créées exprès par les membres de l'Agence EcoCar, dont plusieurs avec la possibilité d'essayer des véhicules comme le Festival de la mobilité, les RoadShows et les Ecocar Expos, en plus de quelques probables événements d'information spécifiques organisées directement par les membres de l'agence.

Du point de vue de la communication, on prévoit différentes actions spécifiques, adressées au public cible, comme par exemples les catalogues des véhicules, les sites Internet, les points d'informations et les newsletters, mieux décrits dans le plan annuel pour 2010. SuisseEnergie est présente dans toute la communication dans le cadre des activités proposées par les membres de l'Agence en tant que EcoCar.

7 Divers

Les membres de l'Agence EcoCar ont également d'autres activités vouées à la mobilité durable qui sont réalisées en dehors du contexte de l'Agence EcoCar et sans le soutien de SuisseEnergie. En plus, en 2009 les partenaires ont réalisé différents projets P&D soutenus par l'OFEN.

gasmobil:

Wie jedes Jahr ist darauf hinzuweisen, dass die gasmobil zusammen mit den schweiz. Gasversorgen viel mehr Marketing- und Kommunikations-Aktivitäten unternimmt, als hier begrenzt durch die BfE/EnergieSchweiz Budgets ausgewiesen werden. Insgesamt betragen die jährlichen Marketingbudgets der Branche für Erdgas- und Biogas als Treibstoff ca. 10 Mio CHF. Als P&D-Projekt wurde in Genf 2009 diesmal eine Erdgasfahrzeug-Studie auf Basis eines Volvo C30 gezeigt. Das sehr attraktiv gestaltete Fahrzeug präsentierte sich auf einem Drehteller und erzeugte ein breites Medienecho. Leider entschloss sich Volvo Schweiz nicht, dieses Package auf ihre schweizer Erdgasfahrzeugpalette zu verwenden, sondern entwickelte eine eigene Lösung, die sie aber inzwischen wegen zu vielen technischen Problemen zurückzogen.

e'mobile:

Während des Salons organisierte Geneva Palexpo das zweite International Advanced Mobility Forum IAMF, eine Fachtagung, die vor allem der Optimierung der Nutzung der bekannten Treibstoffe und der Erschliessung neuer Antriebssysteme gewidmet war. Trotz Krise vor allem in der Automobilwirtschaft haben knapp 200 Fachleute aus unterschiedlichen Ländern die Konferenz besucht. Das Projekt wurde von EnergieSchweiz als zusätzlich zu bewilligendes Projekt unterstützt. Der Schlussbericht zum Projekt wurde dem BFE im Sommer 2009 übergeben.

Fondazione VEL:

Le résultat du projet Facilitazioni di parcheggio, terminé en 2009, montre que les avantages de stationnement sont très appréciés mais qu'ils ne sont pas un critère fondamental pour l'achat d'un véhicule efficace. En outre, il est préférable que l'avantage soit le même dans toute les ville que l'offrent, cela pour ne pas créer confusion parmi ceux qui les utilisent.

A par les projets réalisés dans le cadre de EcoCar, infovel en 2009 a organisé la septième édition de la conférence internationale Mendrisio MobiliTI qui était en 2009 dédiée à la mobilité cyclo-piétonne. Une douzaine d'expert de toute Europe ont présentés leurs mesures déjà réalisées avec succès aux environ 120 participants à cette journée.

NewRide:

2009 führte NewRide als P&D die SwissMoto 2009 in Zürich durch. Der Grossanlass wurde von vielen Interessierten besucht und die Indoor-Teststrecke hat sich bewährt. Die Evaluation dieses Events wird zu Verbesserungen für das Jahr 2010 führen.

8 Adresses de contact

L'agence EcoCar a son siège auprès de la Fondazione VEL à Mendrisio, qui en gère le secrétariat. La personne qui s'occupe de la coordination est Madame Jenny Zicca. EcoCar est administrée par un comité, dont la présidente en 2009 a été Madame Susanne Wegmann de e'mobile. Le site Internet commun de EcoCar est www.ecocar.ch.

Adresse de l'Agence EcoCar:

- ◆ Via Angelo Maspoli 15, 6850 Mendrisio

Tél: 091 646 40 08 Fax: 091 646 05 35 info@ecocar.ch

Adresses des quatre organisations membres de l'agence EcoCar:

- ◆ **gazmobile SA**
Hans Wach, directeur **Serge Savary**, resp. marketing
Untertalweg 32, 4144 Arlesheim

Tél: 061 706 33 00 Fax: 061 706 33 99
www.erdgasfahren.ch
hans.wach@gvm-ag.ch serge.savary@gvm-ag.ch

- ◆ **e'mobile**
Susanne Wegmann, directrice **Wilfried Blum**, vice-directeur
Pavillonweg 3, 3001 Berne
Tél: 031 560 39 93 Fax: 031 560 39 91
www.e-mobile.ch
swegmann@e-mobile.ch wblum@e-mobile.ch

- ◆ **Fondazione VEL**
Raffaele Domeniconi, directeur
Via Angelo Maspoli 15, 6850 Mendrisio
Tél: 091 646 06 06 Fax: 091 646 05 35
www.infovel.ch
r.domeniconi@infovel.ch

- ◆ **NewRide**
Heidi Hofmann, coordinatrice
c/o IKAÖ, Uni Bern, Schanzeckstrasse 1, 3001 Berne
Tél: 031 631 39 25 Fax: 031 631 87 33
www.newride.ch
heidi.hofmann@ikaoe.unibe.ch

9 Annexes

- ◆ Tableau du budget
- ◆ Tableau des indicateurs de prestations et des immatriculations des véhicules efficients
- ◆ Tableau de l'efficacité énergétique