Centre de services du DETEC
pour une mobilité innovatrice et durable

Rapport final de cofinancement de FairPark®
Novembre 2015

v.finale

Giorgio GIOVANNINI

Mobilidée sàrl
1, av. du Mail
1205 Genève

Table des matières

1. Résumé du rapport 3
2. Introduction 4
3. Rappel des objectifs initiaux 5
   3.1 Calendrier prévisionnel 5
   3.2 Objectifs primaires 5
   3.3 Objectifs secondaires 5
4. Résultats et Bilan 6
   4.1 Développement de l'outil 6
   4.2 Marketing et commercialisation 6
   4.3 Réduction part modale voiture individuelle et CO2 9
5. Synthèse et conclusion 11
6. Annexes 12
   6.1 Annexe 1 : Exemples d'impact - Economie de CO2 12
   6.2 Annexe 2 : Présentation pour les experts mobilité suisseenergie 16

1. Résumé du rapport

Français

La conception, le développement et la mise à disposition de *FairPark®*, outil informatique de gestion du stationnement et de la mobilité (www.fairpark.ch) a permis d'économiser 16'303 tonnes de CO2 entre juillet 2013 et novembre 2015 dépassant ainsi largement l'objectif initialement prévu de 5'106 tonnes[1]. Une projection à fin 2017 montre même qu'une réduction excédentaire de 17'641 tonnes sera atteinte par rapport à l'évaluation initiale (38'065 tonnes vs. les 20'424 projetées).

Toutefois, les efforts et les résultats de vente de *FairPark®*, inférieurs aux prévisions initiales, doivent s'intensifier dans le futur notamment via l'activation du réseau de distribution privilégié constitué par les experts mobilité de suisse**energie.**

D'un point de vue financier, le projet a nécessité de bien plus importants investissements qu'envisagés au départ. Néanmoins, pour 2014 et 2015, nous enregistrons d'ores et déjà des excédents de fonctionnement.

Allemand

Das Hauptziel von diesem Projekt war die Auffassung und die Entwicklung von FairPark®, einem IT-Tool für die Optimierung des Parkplatzmanagement und die Verwaltung der Mobilitätsleistungen (www.fairpark.ch) in den Firmen. Die Bereitstellung von FairPark® ermöglichte, zwischen Juli 2013 und November 2015, 16'303 Tonnen CO2 zu sparen und somit das ursprüngliche Ziel von 5'106 Tonnen CO2 weit zu überholen. Eine Projektion bis Ende 2017 zeigt sogar, dass einen Überschuss der Reduktion von 17'641 Tonnen erreicht wird im Vergleich zu der ersten Bewertung (38'065 versus 20'424 Tonnen projiziert). Aber die Bemühungen und Verkaufsergebnisse von FairPark®, niedriger als ursprünglich prognostiziert, müssen in der Zukunft intensiviert werden, vor allem über die Aktivierung des privilegierten Vertriebsnetz, bestehend aus den Mobilitätsexperten von Energie**Schweiz**. Aus finanzieller Sicht benötigte das Projekt am Anfang viel grössere Investitionen aus vorerst berücksichtigt. Allerdings zeigen die Resultate für 2014 und 2015 schon Überschüsse.

Italien

La concezione, lo sviluppo e la fornitura di FairPark®, strumento informatico di gestione dei parcheggi e della mobilità (www.fairpark.ch) ha permesso di risparmiare 16'303 tonnellate di CO2 tra luglio del 2013 e novembre del 2015 superando di tanto l'obiettivo inizialmente previsto di 5'106 tonnellate. Una proiezione alla fine del 2017 mostra anche che una riduzione eccedentaria di 17'641 tonnellate sara raggiunta rispetto alla valutazione iniziale (38'065 tonnellate contro 20'424 proiettate). Tuttavia, gli sforzi e i risultati delle vendite di FairPark®, inferiore alle previsioni iniziali, devono essere intensificati in futuro soprattutto attraverso l'attivazione della rete di distribuzione privilegiata costituita dagli esperti di mobilità di svizzera**energia**. Da un punto di vista finanziario, il progetto ha richiesto investimenti molto più importanti che previsti inizialmente. Tuttavia, per il 2014 e il 2015, abbiamo già registrato degli eccedenti di funzionamento.

[1] Objectif prévu pour fin 2014 avant prolongement de l'échéance du projet.

2. Introduction

En 2013, Mobilidée a participé à l'appel à projet du *Centre de service pour une mobilité innovatrice et durable* rattaché au *Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC)* et a obtenu l'octroi d'un cofinancement pour le développement et la commercialisation de *FairPark®*, outil informatique de gestion du stationnement et de la mobilité pour les entreprises et les collectivités publiques qui poursuit les objectifs suivants :

1. Contenir ou diminuer la demande de places de parc ;
2. Attribuer les places de parc de manière impartiale en prenant en compte les conditions d'accessibilité objectives et les besoins personnels et/ou professionnels des usagers ;
3. Inciter les usagers à utiliser d'autres modes de transport que la voiture individuelle ;
4. Optimiser l'occupation du parking ;
5. Gérer l'ensemble des avantages de mobilité offerts par l'entreprise (subvention transport public, prime d'écomobilité, vélo mis à disposition,…).

Le présent rapport a pour but de clôturer les relations contractuelles entre le DETEC et Mobilidée. Il doit retracer le chemin parcouru depuis l'obtention du financement (juillet 2013) en mettant notamment en évidence les résultats obtenus par rapport aux objectifs généraux et spécifiques initialement fixés.

3. Rappel des objectifs initiaux

3.1 Calendrier prévisionnel

Mai à Décembre 2013 : Développements *FairPark*® (version bêta)

- Apprentissage métier
- Formalisation de la description détaillée du produit
- Formalisation du contrat avec un prestataire externe
- Rédaction des spécifications
- Développements selon méthode des cycles itératifs et agiles
- Livraisons partielles
- QA et test d'acceptation
- Création de la documentation produit
- Déploiement

Dès Septembre 2013 : Commercialisation

- Création identité visuelle
- Création outils de communication (flyer, site web,…)
- Définition et distribution des prospects (CH romande et allemande)
- Marketing direct
- RDV et présentation d'offres

3.2 Objectifs primaires

- Sur la période 2013 – 2014, *FairPark*® doit être installé au sein de 60 entreprises et/ou collectivités publiques et atteindre les 200 établissements à fin 2017.
- La réduction moyenne de demande en stationnement attendue de la part des « autosolistes » est de 25%[2]
- Les deux premiers objectifs primaires doivent se traduire par une diminution de 5'106 tonnes de CO2 à fin 2014 et 20'423 tonnes à fin 2017.

3.3 Objectifs secondaires

- Une des conditions du financement complet du projet par *l'Office fédéral de l'Energie (OFEN)*, organisme en charge de suivre le projet au sein du DETEC, a été que Mobilidée démontre qu'un outil identique ou similaire à *FairPark*® n'existait pas sur le marché suisse et/ou européen. Nous avons donc dû réaliser une analyse de marché concurrentiel pour le démontrer.
- Afin d'accélérer le processus de commercialisation et d'arriver ainsi aux objectifs quantitatifs établis, l'*OFEN* a également souhaité que *Mobilidée* mette au point un concept marketing (intégrée à l'analyse de marché) et que l'outil *FairPark*® puisse être librement proposé par l'ensemble des expert-e-s en mobilité répertoriés par *suisse**energie***[3].
- Enfin, l'*OFEN* a souhaité qu'une synergie se crée entre différents projets sélectionnés lors de son appel à projet de novembre 2012[4]. Une rencontre entre porteurs de projet a eu lieu en mars 2014 à Berne. Quelques coordinations ultérieures ont été tentées mais sans créer de synergies concrètes autres que celles de se tenir au fait du projet de chacun.

---

[2] Exemple : Si dans une entreprise la demande en stationnement individuel de la part des « autosolistes » est de 100 places de parking, après l'introduction de *FairPark*® la demande diminue à 75 places de parking.

[3] La liste complète est consultable ici : http://www.mobilite-pour-les-communes.ch/fileadmin/user_upload/Mobilitaet/beraterlisten/Liste_Mobilitaetsexperten.pdf

[4] Les projets sélectionnés à mettre en synergie étaient les suivants : *mobility@home*, *Infoplattform autoarmes Wohnen*, *Werkzeugkoffer Parkierung* et *FairPark*®.

4. Résultats et Bilan

4.1 Développement de l'outil

Les développements de *FairPark*® se sont déroulés selon les prévisions du chronogramme initial. Fin 2013, une version bêta était prête à être commercialisée. Cependant, l'expérience auprès des premiers prospects, puis clients, a montré que la version bêta nécessitait encore de nombreux développements pour répondre parfaitement aux besoins exprimés.

Tout au long de l'année 2014, nous avons donc dû investir encore d'importantes ressources financières à l'interne, pour le suivi du projet, et à l'externe, pour le développement et l'amélioration des fonctionnalités. Ce n'est qu'à la fin de l'année 2014 que nous sommes arrivés à une version 1.0 de *FairPark*®.

Nous disposons maintenant d'un produit très robuste et agile qui peut répondre à des problématiques et des besoins de gestion de mobilité très divers et sophistiqués. Il est toutefois certain que nous avons minimisé les efforts et les investissements nécessaires pour passer d'un produit « bêta » à un produit fini.

4.2 Marketing et commercialisation

Notre concept marketing a permis d'envisager une segmentation du marché comportant plusieurs cibles, chacune d'entre elle devant être approchée de manière spécifique. Dès lors, deux principaux canaux de vente ont été définis.

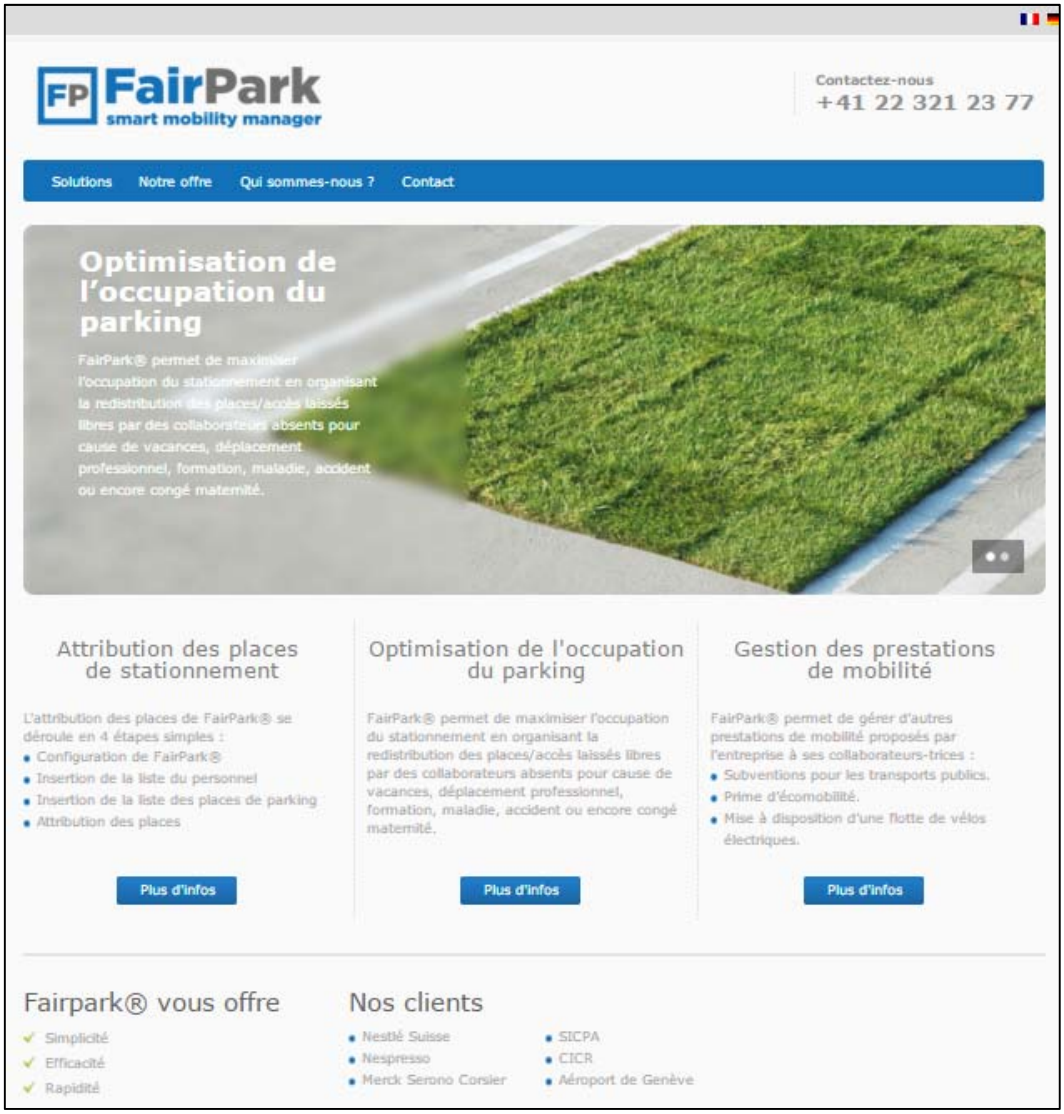
Le **premier** est la vente directe par Mobilidée, essentiellement en Suisse romande et en France « voisine » (Rhône Alpes) auprès des clients et prospects suivants :

- Clients actuels qui utilisent nos systèmes de gestion informatique de la mobilité avec l'objectif de les faire passer progressivement vers FairPark® ;
- Clients actuels qui ont exprimé un intérêt pour nos systèmes de gestion informatique de la mobilité sans toutefois l'acquérir pour des raisons de coûts ;
- Prospects « historiques » dont nous avons pu découvrir les problématiques de mobilité ;
- Prospects croisés lors d'une présentation/conférence dédiée à la problématique de la gestion de la mobilité en entreprise et dont la présence dénote d'un besoin en la matière ;
- Prospects qui ont mis en place un plan de mobilité d'entreprise en interne ou accompagnés par un bureau concurrent ;
- Toutes autres petites et moyennes entreprises suisses romandes qui, étant donné leur localisation, pourraient avoir besoin d'un outil de gestion du stationnement et de la mobilité.

Mobilidée a créé une identité visuelle pour *FairPark*® et mis en place plusieurs outils pour atteindre ces différentes cibles.

- Plaquette de présentation ;

- Site internet multilingues[5] www.fairpark.ch ;



- Marketing téléphonique via des fichiers d'entreprise qualifiés ;

- Conférences nationales et internationales pour présenter le produit[6].

[5] La traduction en allemand a été réalisée en septembre 2015.

[6] *FairPark®* a notamment été présenté lors de la conférence ECOMM2014 à Florence. Des contacts ont été pris avec des acteurs belges (*Traject* - Bruxelles) et français (*Tisséo* - Toulouse, Autorités organisatrices des transports de Nantes et Ile de France) pour une commercialisation dans ces pays/régions.

D'un point de vue quantitatif, il apparaît que **nous n'avons pas encore atteint les objectifs initialement envisagés**. Plusieurs raisons expliquent ce retard dans le cycle de vente.

Tout d'abord, nous avons constaté que *FairPark*® ne peut être vendu sans un accompagnement du client alors qu'il avait initialement été conçu pour pouvoir être mis à disposition en « self service » sur Internet. L'étendue et la sophistication des fonctionnalités de *FairPark*® nécessitent une prise de besoin minutieuse auprès du client afin de configurer correctement le système. Cette étape, qui peut d'ailleurs soulever bien des questions réglementaires et organisationnelles, donne parfois lieu à une redéfinition complète des modalités de gestion de la mobilité de l'entreprise.

L'étendue des possibilités de *FairPark*® nécessite également un temps d'apprentissage côté client pour l'utilisation du produit qui est nettement plus important que prévu.

D'un point de vue strictement financier, ce nécessaire accompagnement est loin d'être négatif dans la mesure où il est directement facturé au client et est, de ce fait, rentable. L'inconvénient réside plutôt dans le rythme des ventes que produit cette situation qui, par manque de ressources humaines internes, est nettement plus lent que celui que nous avions prévu.

Un autre motif de retard dans le rythme de commercialisation de *FairPark*® réside dans le fait que sa mise en place nécessite la compréhension et la mise en place de nouveaux principes de gestion de la mobilité qui sont bien souvent très éloignés de la façon de faire des entreprises approchées. Par exemple, il faut accepter d'attribuer des places de parking en fonction de critères d'accessibilité, professionnels et/ou personnels là où, le plus souvent, le stationnement est rendu accessible au simple motif de la hiérarchie et de l'ancienneté. Utiliser *FairPark*® implique également de se (re)poser la question de l'égalité de traitement entre les modes de transports et donc, de définir et mettre en place des mécanismes d'incitation financière pout utiliser des modes alternatifs à la voiture individuelle comme par exemple des subventions pour les transports publics, des aides à l'achat de vélo ou vélo électrique, le financement total ou partiel d'un parking relais, etc. L'ensemble de ces nouvelles mesures de gestion de la mobilité restent encore très novateur et donc difficile à mettre en place. Cependant, nous sommes convaincus que grâce à notre approche proactive et à notre offre de prestation *FairPark*®, nous contribuons à faire avancer les mentalités des managers. Les résultats nous le montrent parfois puisque certaines entreprises contactées fin octobre 2013 ont acquis *FairPark*® courant 2015.

Parfois, l'autre frein à l'acquisition de *FairPark*® a été le prix proposé, jugé trop élevé par certaines entreprises au début de notre campagne de prospection. De ce fait, nous avons été contraints de revoir notre pricing initial pour l'établir à un niveau plus généralement acceptable et donc moins « litigieux » lors du processus de vente. Dès lors, nous avons dû baisser le montant de l'abonnement initialement imaginé de 40%[7] ! Nous avons ainsi dû faire face à une des problématiques majeures de la création et du lancement d'un produit innovant, et à priori unique en son genre, à savoir en déterminer un prix d'acquisition acceptable.

Enfin, un dernier motif récurrent de refus est à mettre en relation avec le principal motif d'acquisition de *FairPark*® à savoir la rareté ou la pénurie de places de stationnement jugée trop faible ou inexistante au sein de leur entreprise par certains prospects. Ceux-ci ont donc fait valoir qu'au moment de notre proposition, la situation de demande de stationnement en relation avec l'offre disponible ne justifiait pas de mettre en place un processus d'attribution tel que celui que permet *FairPark*®.

Le **second** canal de vente passe par la création d'un réseau de distribution national (Suisse allemande et Suisse italienne) et international (France non voisine, Belgique, Allemagne, Italie).

Dans cette perspective, conformément à la recommandation de l'*OFEN* d'ouvrir la distribution à tout expert mobilité actif en Suisse, nous avons organisé en novembre 2014[8] un atelier de présentation de *FairPark*®[9]

---

[7] Le prix mensuel de l'abonnement basé sur le nombre de places de parking gérées dans le système est passé de CHF HT 5.- à CHF HT 3.- par place.

[8] Par rapport à la planification des tâches du projet, nous n'avons malheureusement pas eu de ressources suffisantes en interne pour organiser l'atelier dans un délai plus bref, celles-ci étant mobilisées pour l'analyse de marché, la mise au point du concept marketing et la recherche de clients conformément au premier canal de commercialisation.

en allemand destiné à l'ensemble des experts mobilité répertoriés par suisse**energie**. Une dizaine de participant-e-s ont répondu présent à cet événement. La formation, prévue sur une demi-journée journée, a permis de faire découvrir l'outil en profondeur et de faire assimiler les arguments de vente déjà expérimentés par Mobilidée.

A la suite de cet atelier, des discussions plus avancées ont été menées avec les bureaux et/ou personnes intéressées à proposer notre produit à leurs clients et/ou prospects. A ce jour, un contrat de distribution a été signé pour la Suisse italienne[10] avec le bureau *Fernando Martinez Consulenza* et quelques contacts sont avancés pour plusieurs secteurs de suisse-allemande, notamment avec *Buro für Mobilität (bfm)* qui a récemment souhaité proposer notre produit à ses clients et avec le bureau *Rundum* à qui nous avons refait une présentation complète suite à l'atelier de novembre 2014.

Pour accélérer la prospection et la commercialisation côté Suisse alémanique, nous avons engagé (en septembre 2015) un expert mobilité bilingue expérimenté. Il aura notamment comme rôle de bâtir et consolider le réseau de distribution en Suisse orientale. Il sera un point de contact et de référence pour les futurs bureaux partenaires. Cette ressource va nous permettre d'accélérer les ventes en Suisse.

Du côté de la Suisse romande, des contacts ont été établis avec les bureaux *CITEC* (Genève) et *TRANSITEC* (Lausanne) mais, pour l'heure, aucun partenariat n'a été conclu.

D'une manière générale, *FairPark*® est perçu très positivement auprès les expert-e-s mobilité de suisse**energie**. Cependant, on ressent une certaine réticence à promouvoir notre produit de la part de bureaux que l'on souhaite partenaires mais qui sont à la fois concurrents. Ils craignent notamment que nous récupérions leurs clients après la mise en place de *FairPark*®. Pour minimiser cette crainte, nous avons établi un contrat de distribution qui laisse Mobilidée en arrière-plan de la relation commerciale établie entre le vendeur partenaire et le client final. Le contrat offre également des conditions financières de commissionnement très intéressantes[11].

4.3 Réduction part modale voiture individuelle et CO2

Afin d'évaluer si l'impact de la mise en place de *FairPark*® atteint les objectifs prévus[12], nous utilisons la méthodologie suivante :

i. Nous comparons l'impact de la mise en place de *FairPark*® sur l'évolution de la part modale « voiture individuelle » et « covoiturage ». La répartition modale avant la mise en place de l'outil est établie via une enquête mobilité ou, en l'absence de celle-ci, par une estimation basée sur le nombre de place de parking disponibles et/ou la connaissance « terrain » des chefs de projet en charge du client ;

ii. Nous estimons la distance moyenne domicile-travail des collaborateurs-trices de l'entreprise concernée ;

iii. Nous calculons les Km annuels évités sur la période concernée (2013 – 2015) ;

iv. Nous déterminons l'impact énergétique et la variation des émissions de CO2 à l'aide des données du formulaire du *DETEC* utilisé pour la postulation à l'appel à projet.

---

[9] La présentation réalisée lors de cet atelier figure en annexe du document

[10] Courant novembre 2015.

[11] Le revendeur touche 15% du montant de la vente d'un abonnement *FairPark*® pendant 3 ans. Par ailleurs, la totalité des recettes de consulting nécessaire à la vente du produit est encaissée directement et exclusivement par le partenaire de distribution.

[12] Réduction de 5'106 tonnes de CO2 à fin 2014 et 20'424 à fin 2017. Réduction de 25% de demande en stationnement individuel

Les résultats globaux constatés depuis le début du projet sont les suivants[13] :

	Objectifs	Résultats	Delta
Collaborateurs-trices concerné-e-s	30’000	14'658	- 15’342
Km annuels parcourus sans projet[14]	108'136'800	137'637'829	+ 29'501’029
Km annuels parcourus avec projet	81'102'600	59'380'756	- 21'721’844
Km annuels évités	27'034'200	78'257'073	+ 51'222’873
Litres annuels de carburant évités[15]	1'730'189	5'008'453	+ 3'278’264
dont Essence	*1'417'025*	*4'101'923*	*+ 2'684’898*
dont Diesel	*313'164*	*906'530*	*+ 593’366*
Tonnes de CO2 économisées entre le début du projet et novembre 2015	**5'106**[16]	**16'303**	**+ 11’197**
Tonnes de CO2 économisées à fin 2017 (projection)	**20'424**	**38'065**	**+ 17’641**

Comme il est possible de l’apprécier sur le tableau ci-dessus, les objectifs en matière de tonnes de réduction de CO2 ont été largement atteints tant pour la période allant du début du projet jusqu’à novembre 2015 (date du présent rapport) que pour la période qui s’étendra du début du projet jusqu’à fin 2017. A cette échéance, le surplus de CO2 économisé atteindra 17’641 tonnes !

En fait, le manque de réussite commerciale en termes de nombre de clients a été plus que compensé par trois facteurs.

Tout d’abord, la distance pendulaire moyenne constatée par trajet aller-retour auprès des collaborateurs-trices de nos clients s’élève à 55 Km, soit plus du double de la distance de 24 Km émanant de l’office fédérale de la statistique et prise en compte dans les calculs initiaux. De plus, le nombre d’usagers moyen de *FairPark*® par client atteint les 860 collaborateurs-trices alors que dans la simulation quantitative initiale ce nombre avait été estimé à 150..

Enfin, la diminution moyenne de la demande en stationnement s’est élevé à 31%, soit 6 points de plus que ce qui avait été envisagé au départ (25%). Cette variable a d’autant plus contribué à la diminution des kilomètres parcourus (et donc du CO2 émis) qu’elle a été particulièrement élevée pour certains de nos « gros » clients (-45% en moyenne).

Au final, nous pouvons constater que l’objectif de réduction de la demande en stationnement et, par suite, du CO2 émis, a été largement atteint.

[13] Le détail du calcul par client figure en annexe.

[14] En voiture solo et en covoiturage

[15] En prenant l’hypothèse de la consommation moyenne d’un véhicule en CH de 6,4 l/100Km (source TCS)

[16] Estimation projetée initialement pour fin 2014

5. Synthèse et conclusion

Le développent de *FairPark*® a pris plus de temps que prévu et a nécessité un investissement financier bien au-delà de ce que nous avions imaginé initialement. Pour l'heure, le résultat strictement comptable est mitigé dans la mesure où, bien que des excédents de fonctionnement soient déjà disponibles, nous devons encore amortir massivement nos investissements initiaux.

Toutefois, nous disposons maintenant d'un produit fiable, robuste et suffisamment sophistiqué pour répondre aux larges besoins des entreprises en matière de gestion du stationnement et de la mobilité. Les chiffres le prouvent ! La mise en place de *FairPark*® produit les effets escomptés en matière de diminution de la demande de stationnement et, par conséquent, d'émission de tonnes de CO2.

Actuellement, Mobilidée atteint et dépasse même largement les objectifs de réduction prévus dans la réponse à appel de projet du DETEC.

Il s'agit maintenant de poursuivre activement la commercialisation de *FairPark*® afin de faire progresser rapidement le nombre d'entreprises clientes et ainsi décupler ses effets positifs sur l'environnement tout en solidifiant son assise financière.

6. Annexes

6.1 Annexe 1 : Economie de CO2 – Exemples d'impact

Entreprise 1

Client depuis	: Juin 2015
Lieu	: Genève
Données de calcul	
Effectif	: 1'200 collaborateurs-trices
Places de parking	: 492
Km pendulaires aller simple	: 22
Répartition modale initiale	: Voiture individuelle 49% / Covoiturage 5%
Répartition modale après FP	: Voiture individuelle 32% (-17%) / Covoiturage 6% (+1%)
Km annuels évités[17]	: 1'988'580
Litres annuels évités[18]	: 127'269
Dont Essence	: 104'233
Dont Diesel	: 23'036
Economies CO2 à 11.2015	**: 188 tonnes**
Economies CO2 à 12.2017	**: 938 tonnes**

Entreprise 2

Client depuis	: Septembre 2014
Lieu	: Genève
Données de calcul	
Effectif	: 1'400 collaborateurs-trices
Places de parking	: 272
Km pendulaires aller simple	: 25
Répartition modale initiale	: Voiture individuelle 45% / Covoiturage 6%
Répartition modale après FP	: Voiture individuelle 26% (-19%) / Covoiturage 13% (+7%)
Km annuels évités	: 2'495'500
Litres annuels évités	: 159'712
Dont Essence	: 130'804
Dont Diesel	: 28'908
Economies CO2 à 11.2015	**: 550 tonnes**
Economies CO2 à 12.2017	**: 1'570 tonnes**

[17] Jours ouvrés pris en compte dans le calcul : 230.

[18] Prend en compte la consommation moyenne de 6,4 l/100Km d'un véhicule en CH (Source TCS)

Entreprise 3

Client depuis : Novembre 2014
Lieu : Meyrin (Genève)

Données de calcul
Effectif : 600 collaborateurs-trices
Places de parking : 350
Km pendulaires aller simple : 30

Répartition modale initiale : Voiture individuelle 65% / Covoiturage 4%
Répartition modale après FP : Voiture individuelle 50% (-15%) / Covoiturage 11% (+7%)

Km annuels évités : 2'376'774
Litres annuels évités : 152'114
Dont Essence : 124'581
Dont Diesel : 27'533

Economies CO2 à 11.2015 : 449 tonnes
Economies CO2 à 12.2017 : 1'384 tonnes

Entreprise 4

Client depuis : Octobre 2013
Lieu : Genève

Données de calcul
Effectif : 1'000 collaborateurs-trices
Places de parking : 979
Km pendulaires aller simple : 15

Répartition modale initiale : Voiture individuelle 85% / Covoiturage 1%
Répartition modale après FP : Voiture individuelle 41% (-44%) / Covoiturage 1% (-)

Km annuels évités : 3'036'000
Litres annuels évités : 194'304
Dont Essence : 159'135
Dont Diesel : 35'169

Economies CO2 à 11.2015 : 1'194 tonnes
Economies CO2 à 12.2017 : 2'338 tonnes

Entreprise 5

Client depuis : Avril 2014
Lieu : Aubonne (Vaud)

Données de calcul
Effectif : 700 collaborateurs-trices
Places de parking : 410
Km pendulaires aller simple : 36

Répartition modale initiale : Voiture individuelle 86% / Covoiturage 5%
Répartition modale après FP : Voiture individuelle 39% (-47%) / Covoiturage 20% (+15%)

Km annuels évités : 4'596'612
Litres annuels évités : 294'183
Dont Essence : 240'936
Dont Diesel : 53'247

Economies CO2 à 11.2015 : 1'230 tonnes
Economies CO2 à 12.2017 : 3'038 tonnes

Entreprise 6

Client depuis : Juillet 2014
Lieu : Corsier (Vaud)

Données de calcul
Effectif : 512 collaborateurs-trices
Places de parking : 260
Km pendulaires aller simple : 34

Répartition modale initiale : Voiture individuelle 78% / Covoiturage 5%
Répartition modale après FP : Voiture individuelle 35% (-43%) / Covoiturage 26% (+21%)

Km annuels évités : 2'593'662
Litres annuels évités : 165'994
Dont Essence : 135'949
Dont Diesel : 30'045

Economies CO2 à 11.2015 : 653 tonnes
Economies CO2 à 12.2017 : 1'674 tonnes

Entreprise 7

Client depuis : Avril 2014
Lieu : Lausanne (Vaud)

Données de calcul
Effectif : 883 collaborateurs-trices
Places de parking : 286
Km pendulaires aller simple : 26

Répartition modale initiale : Voiture individuelle 70% / Covoiturage 4%
Répartition modale après FP : Voiture individuelle 26% (-44%) / Covoiturage 2% (-2%)

Km annuels évités : 4'183'130
Litres annuels évités : 267'720
Dont Essence : 219'263
Dont Diesel : 48'457

Economies CO2 à 11.2015 : 1'251 tonnes
Economies CO2 à 12.2017 : 2'897 tonnes

Entreprise 8

Client depuis : Mars 2014
Lieu : La Tour-de-Peilz (Vaud)

Données de calcul
Effectif : 1'326 collaborateurs-trices
Places de parking : 690
Km pendulaires aller simple : 44

Répartition modale initiale : Voiture individuelle 69% / Covoiturage 3%
Répartition modale après FP : Voiture individuelle 24% (-45%) / Covoiturage 4% (+1%)

Km annuels évités : 12'069'719
Litres annuels évités : 772'462
Dont Essence : 632'646
Dont Diesel : 139'816

Economies CO2 à 11.2015 : 3'800 tonnes
Economies CO2 à 12.2017 : 8'550 tonnes

Entreprise 9

Client depuis	: Juin 2015
Lieu	: Epalinges (Vaud)

Données de calcul

Effectif	: 158 collaborateurs-trices
Places de parking	: 104
Km pendulaires aller simple	: 28
Répartition modale initiale	: Voiture individuelle 72% / Covoiturage 3%
Répartition modale après FP	: Voiture individuelle 53% (-19%) / Covoiturage 6% (+3%)
Km annuels évités	: 355'874
Litres annuels évités	: 22'776
Dont Essence	: 18'654
Dont Diesel	: 4'122
Economies CO2 à 11.2015	**: 34 tonnes**
Economies CO2 à 12.2017	**: 173 tonnes**

Entreprise 10

Client depuis	: Novembre 2013
Lieu	: Prangins (Vaud)

Données de calcul

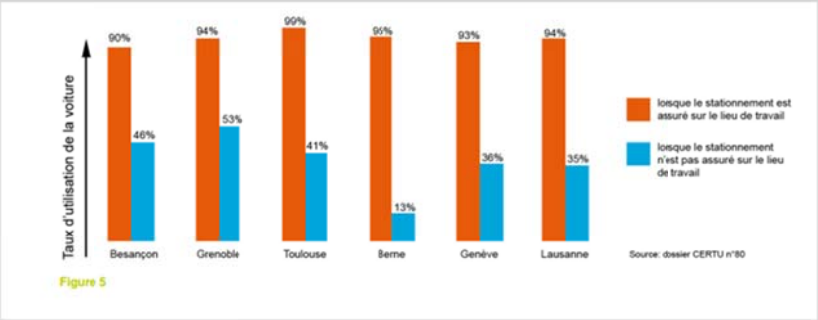
Effectif	: 1'300 collaborateurs-trices
Places de parking	: 600
Km pendulaires aller simple	: 33
Répartition modale initiale	: Voiture individuelle 73% / Covoiturage 6%
Répartition modale après FP	: Voiture individuelle 28% (-45%) / Covoiturage 28% (+22%)
Km annuels évités	: 6'648'840
Litres annuels évités	: 425'526
Dont Essence	: 348'506
Dont Diesel	: 77'020
Economies CO2 à 11.2015	**: 2'512 tonnes**
Economies CO2 à 12.2017	**: 5'129 tonnes**

6.2 Annexe 2 : Présentation pour les experts mobilité suisseenergie

Constat
Quelle est la prestation de mobilité la plus communément offerte par l'entreprise à ses collaborateurs-trices ?
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee
P.3

Constat
La place de parking est un coût pour l'entreprise
Consommatrice de ressources financières et d'espace (~ 25 m2 / place)
Surface
2'500.- à 5'000.-
Silo:
10'000.-
Souterrain:
20'000.- à 25'000.-
Entretien :
500.- à 1'500.- / an
Proposez Parking
Location:
50.- à 250.- / mois
Coût d'opportunité
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee
P.4

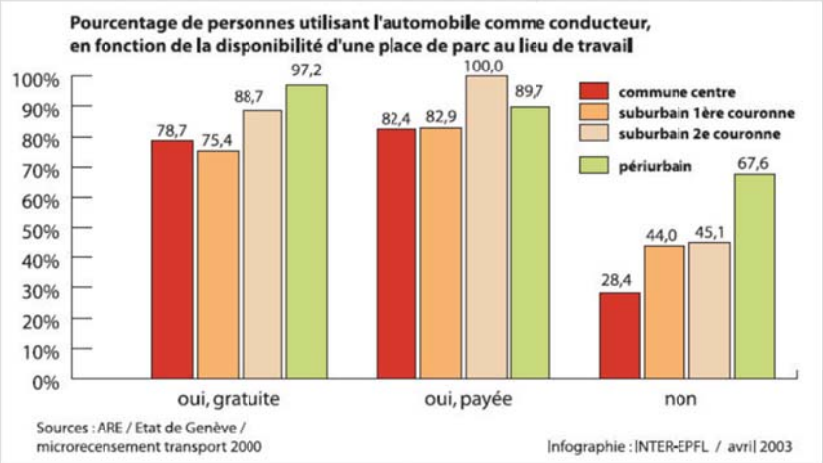
Constat
La place de parking est un acquis encourageant l'autosolisme



FairPark smart mobility manager — suisse énergie — MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.5

Constat
La place de parking est un acquis encourageant l'autosolisme



FairPark smart mobility manager — suisse énergie — MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.5

Constat

Le manque de place de parking est la motivation principale des entreprises pour mettre en place un plan de mobilité

FairPark smart mobility manager | suisse énergie | MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.6

Constat

La place de parking représente une opportunité pour impulser une mobilité durable en entreprise

FairPark smart mobility manager | suisse énergie | MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.7

Bonne pratique

Une place de parking a une valeur économique et permet de mettre en place des mécanismes incitants/désincitants efficaces

FairPark smart mobility manager — suisse énergie — MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.8

Bonne pratique

Une place de parking a une valeur économique et permet de mettre en place des mécanismes incitants/désincitants efficaces

	Mensuel	Annuel
Calcul basé sur le prix moyen d'une place dans les environs	CHF 100.-	CHF 1'200.-

Autosolistes	Avant	Après
Prix moyen d'une place de parking	1'200.-	1'200.-
Tarification pour les collaborateurs	0.-	600.- CHF 50.-/mois
Subvention indirecte	**1'200.-**	**600.-**
Non autosolistes (covoiturеurs, cyclistes, usagers des TP,...)	**Avant**	**Après**
Prime d'écomobilité	0.-	600.-

→ **Le curseur "prix de la place" et/ou "subvention" peut varier**

FairPark smart mobility manager — suisse énergie — MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.9

Bonne pratique

En cas de pénurie de places de parking, il faut des règles d'attribution concertées, claires, transparentes et appliquées de manière impartiales

FairPark smart mobility manager — suisse énergie — MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.10

Bonne pratique

Distribution des places de parking en fonction de critères d'attribution

Accessibilité au site
Temps d'accès → voiture / TP / P+R / marche / vélo
Temps comparé → voiture vs. TP/P+R
Zone d'exclusion → temps et/ou distance
Type de mobilité → covoiturage

Corporate
Hiérarchie
Ancienneté
Fonction dans l'entreprise

Personnel
Mobilité réduite
Enfant à charge
Autre(s)

→ **Les critères sont combinables**

FairPark smart mobility manager — suisse énergie — MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.11

Bonne pratique

Faciliter le changement c'est permettre à tou(te)s de pouvoir venir occasionnellement en voiture

FairPark smart mobility manager | suisse énergie | MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.12

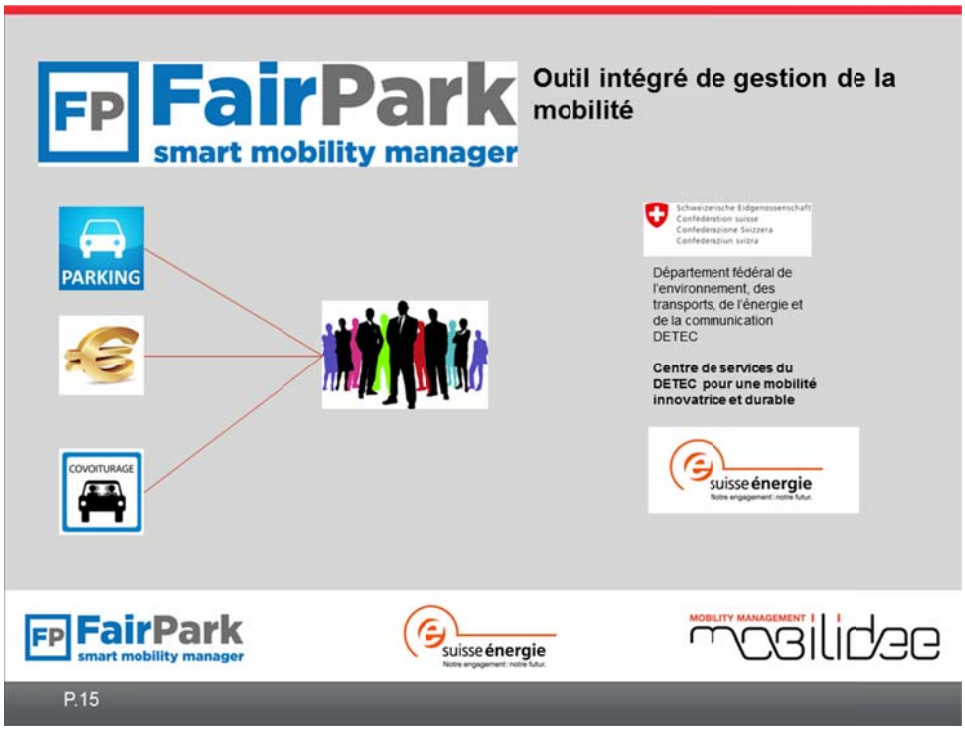
Bonne pratique

Le changement de comportement prend du temps et nécessite une approche progressive, récurrente et volontaire

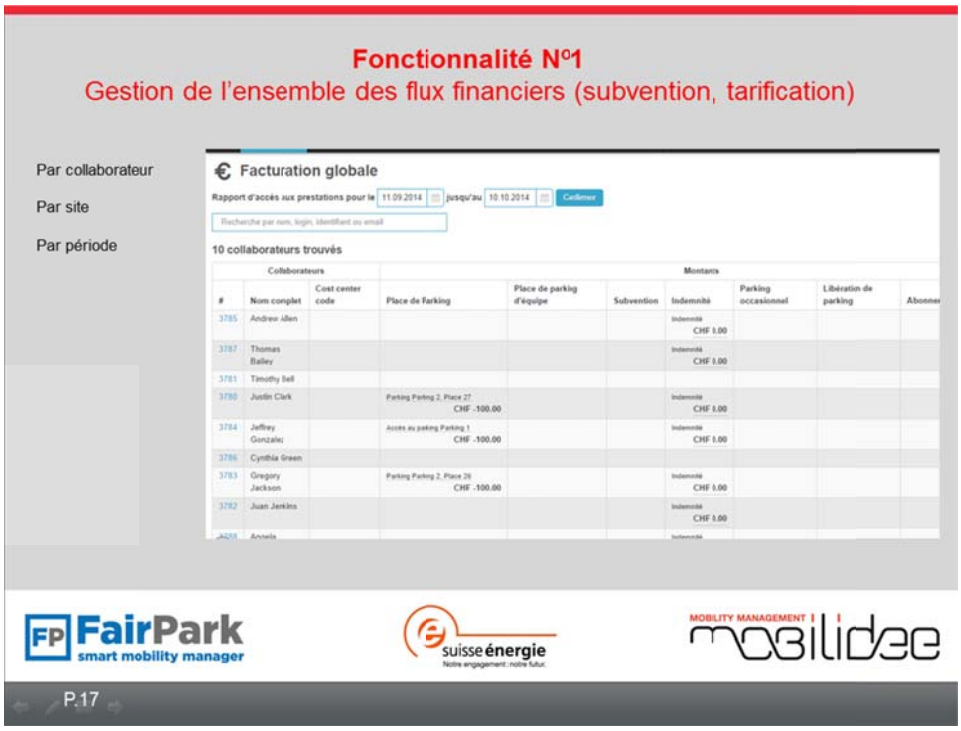
FairPark smart mobility manager | suisse énergie | MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.13

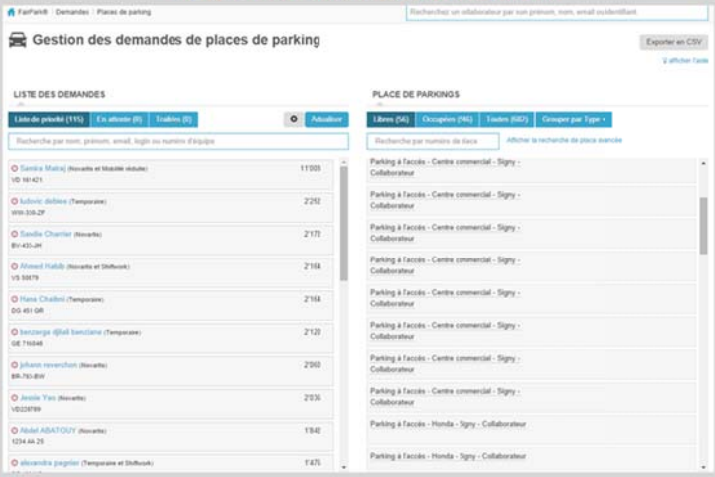
Question
Comment appliquer ces bonnes pratiques ?
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee
P.14


FairPark
smart mobility manager
Outil intégré de gestion de la mobilité
PARKING
COVOITURAGE
Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication DETEC
Centre de services du DETEC pour une mobilité innovatrice et durable
suisse énergie
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee
P.15

FairPark
smart mobility manager
Outil intégré de gestion de la mobilité
IMPOSSIBLE
EFFICACITÉ
équité
✓ Distribuer équitablement et gérer efficacement les places de parking
✓ Optimiser l'occupation du stationnement
✓ Gestion des prestations de mobilité
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee
P.16


Fonctionnalité N°1
Gestion de l'ensemble des flux financiers (subvention, tarification)
Par collaborateur
Par site
Par période
Facturation globale
10 collaborateurs trouvés
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee
P.17

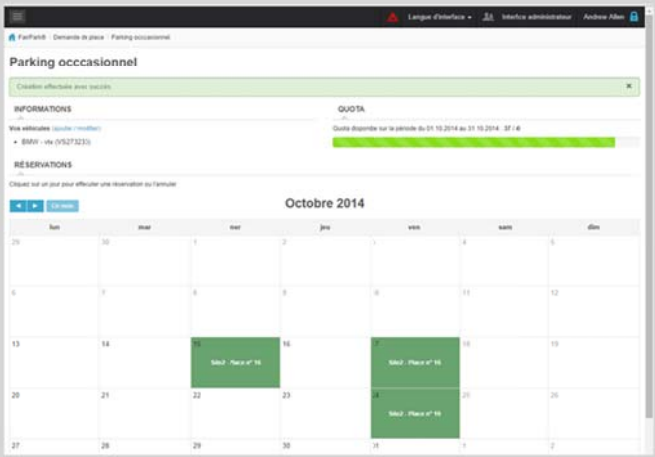
Fonctionnalité N°2
Gestion des critères d'attribution



FairPark smart mobility manager · suisse énergie · MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.18

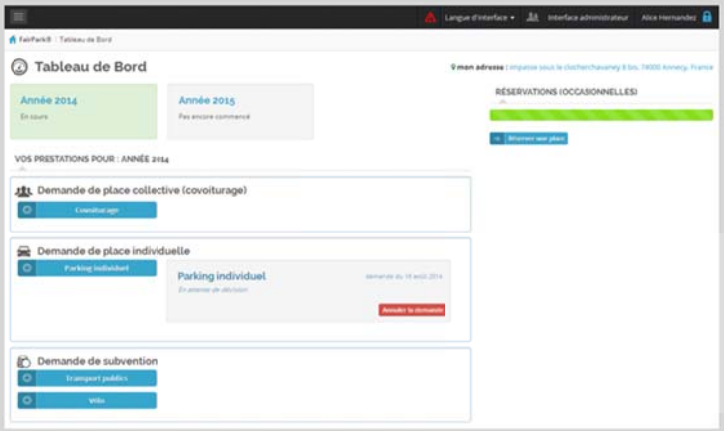
Fonctionnalité N°3
Gestion du parking occasionnel



FairPark smart mobility manager · suisse énergie · MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.19

Fonctionnalité N°4
Gestion des prestations de mobilité



FairPark smart mobility manager — suisse énergie — MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.20

Fonctionnalité N°5
Calcul d'itinéraire

Par collaborateur

Par site

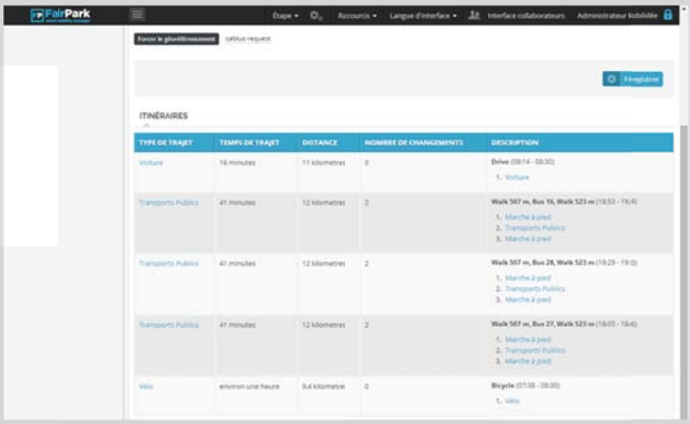
Voiture

TP

P+R

Vélo

Marche

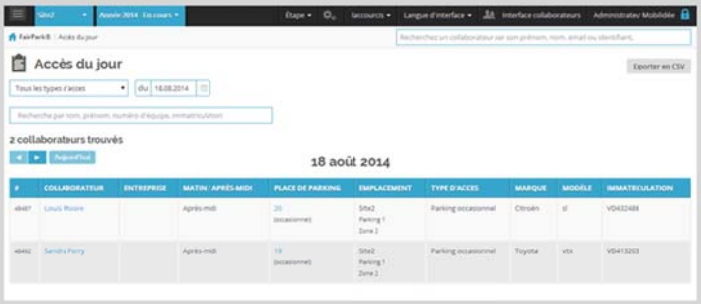


FairPark smart mobility manager — suisse énergie — MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.21

Fonctionnalité N°6
Contrôle d'accès

Données pour le contrôle d'accès au stationnement

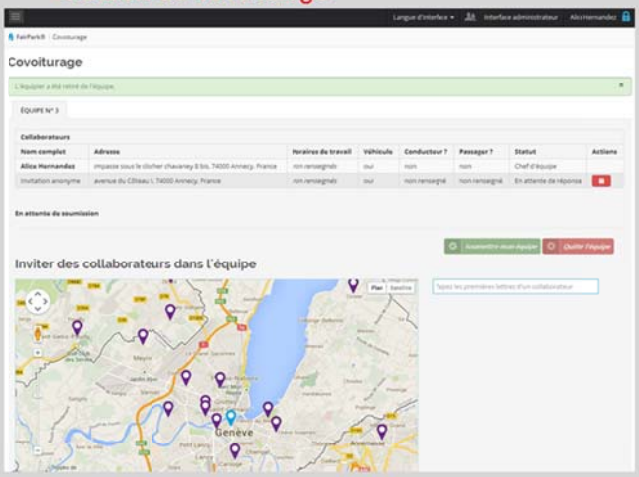


FairPark smart mobility manager · suisse énergie · MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.22

Fonctionnalité N°7
Gestion du covoiturage

Création d'équipe par le collaborateur et/ou l'administrateur



FairPark smart mobility manager · suisse énergie · MOBILITY MANAGEMENT mobilidee

P.23

Caractéristiques techniques
SaaS
Synchronisations possibles
✓ Domées RH
✓ Payroll (subvention, tarification parking....)
✓ Domées parking (système de gestion physique)
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee
P.24

Prix
S'ABONNER
Abonnement mensuel
Dès CHF 3.- par place de parking en gestion
Configuration (coût unique)
CHF 160.-/heure
Prise de besoin et Conseil
CHF 140.-/heure (tarif mobilidée)
✓ Définition des prestations de mobilité
✓ Définition des règes d'attribution
✓ Définition des ayants-droit
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee
P.25

Question
Pourquoi intégrer le réseau de distribution de FairPark® ?
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee
P.26

Avantage
Répondre aux besoins de vos clients actuels
Yes
No
Don't know
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee
P.27

Avantage
Solliciter des prospects («Cheval de Troie»)
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee
P.28

Avantage
Générer des revenus par le conseil nécessaire
à la mise en place de FairPark®
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee
P.29

Avantage
Obtenir une commission sur la vente de FairPark®
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee
P.30

Merci pour votre attention !
FairPark
smart mobility manager
suisse énergie
MOBILITY MANAGEMENT
mobilidee