



OPSTART AUTODEELPROJECT IN KLEINERE CENTRUMSTEDEN

VOORSTUDIE



TABLE DES MATIERES

<i>Examiner l'intérêt et les atouts</i>	<i>3</i>
<i>Implanter les stations de car-sharing</i>	<i>5</i>
<i>Soutenir la communication</i>	<i>6</i>
<i>Trouver des partenaires logiques et engagés</i>	<i>7</i>
<i>Attirer les clients professionnels ou institutionnels</i>	<i>8</i>
<i>Mons</i>	<i>9</i>
<i>Charleroi</i>	<i>15</i>
<i>Hasselt</i>	<i>19</i>
<i>Kortrijk</i>	<i>27</i>
<i>Mechelen</i>	<i>36</i>
<i>Besluiten</i>	<i>44</i>
<i>Rapport financier</i>	<i>47</i>
<i>Annexes</i>	<i>48</i>

EXAMINER L'INTÉRÊT ET LES ATOUTS

Il est évident que les voitures partagées pourront faire le bonheur de clients partout. Cependant, pour l'opérateur privé, il y a un seuil de rentabilité à atteindre. En règle générale, on estime qu'il faut réunir 30 clients par véhicule, et que le véhicule doit être utilisé un tiers du temps, c'est à dire 8 h sur 24. Un mélange de clients privés, qui font appel au service hors des heures de travail, et de clients professionnels, pendant les heures de travail, est donc indiqué.

Le potentiel de clients dépend d'un ensemble de facteurs et n'est pas facile à estimer. Les grands facteurs favorables sont les suivants.

- Une densité d'habitation suffisamment grande pour assurer un potentiel suffisamment grand de clients. A titre indicatif, il faudra séduire environ 30 clients privés par véhicule, dont la plus grande partie dans un rayon de 10 minutes à pied de la station.
- Une bonne desserte en transports en commun urbain et idéalement la présence d'une gare bien desservie permet à plus de personnes d'être moins dépendantes de la voiture, notamment pour faire les déplacements quotidiens domicile-travail.
- La présence d'institutions publiques (administrations, université) et grandes entreprises, qui pourraient devenir des clients professionnels pendant les heures de travail.

Les analyses faites dans le cadre de notre enquête mobilité permettront d'évaluer plus finement l'intérêt réel des voitures partagées.

Une question cruciale à poser : les clients ont-ils des alternatives viables à la voiture pour leurs navettes quotidiennes ? Bien sûr, il est possible de marcher ou d'utiliser le vélo, pour autant que les distances soient relativement courtes et que l'infrastructure soit en bon état. Toutefois, dans la plupart des cas, les transports en commun constituent la principale alternative à la voiture pour les trajets entre le domicile et le lieu de travail. En d'autres termes, la combinaison des transports publics et des voitures partagées devrait permettre de répondre aux besoins de mobilité des consommateurs.

Il est donc utile de bien examiner et de comparer entre eux

- l'offre des transports en commun : étendue du réseau, niveau de desserte, fréquence, vitesse commerciale
- les conditions de circulation en voiture : qualité et capacité du réseau routier, niveaux d'encombrement, quantités et gestion des espaces de stationnement.

En règle générale, le car-sharing est plus attrayant lorsque les transports en commun sont suffisamment développés pour les trajets réguliers mais que, en même temps, la voiture est relativement facile à utiliser pour les autres trajets.

Les villes retenues pour cette étude répondent donc à ces critères.

VILLES DE TAILLE MOYENNE OU PETITE : RENFORCEZ VOS ATOUTS

Les premières implantations indiquées seront les centres les plus denses, en proximité des pôles de transport public (gare et gares routières). Ensuite, les stations pourront se multiplier dans les quartiers ou communes plutôt périphérique et faire effet de réseau.

Les voitures partagées devront être bien intégrées dans une politique globale de la mobilité locale, qui vise à dissuader l'utilisation de l'automobile pour les déplacements quotidiens et à développer les solutions alternatives, en premier lieu les transports en commun.

L'essentiel est de maximiser l'utilisation des véhicules en diversifiant les utilisateurs. Outre les utilisateurs individuels, des entreprises ou institutions peuvent être attirées. L'administration et les services communaux pourront très bien devenir client « entreprise » eux-même : remplacer une partie de leur flotte par des voitures partagées, à utiliser pour des déplacements de services, mais aussi pour des services à la population, par exemple livraison de repas à domicile, transports des personnes à mobilités réduites etc. Le calcul budgétaire est à faire.

IMPLANTER LES STATIONS DE CAR-SHARING

BIEN CHOISIR LE QUARTIER ET L'ENDROIT PRÉCIS

Le premier choix crucial est celui du lieu d'implantation. Il faut évidemment examiner les opportunités qui se présentent de façon pragmatique. Mais l'expérience nous apprend les facteurs qui augmentent les chances de succès sont :

- Une population dense, pour assurer une base suffisante d'utilisateurs potentiels dans un rayon d'environ 1 km autour de l'emplacement
- Des commerces et services en proximité, accessibles par un réseau piéton de qualité, qui réduit le besoin de trajets en voiture
- Une pression forte de stationnement, excédant la demande
- Une bonne desserte en transports en commun, qui permettent d'assurer les déplacements quotidiens, mais aussi aux clients venus d'ailleurs de rejoindre les voitures partagées; la proximité des gares ferroviaires, de stations de métro ou de gares routières est un atout de premier ordre
- Des clients professionnels potentiels en proximité, tels que grandes administrations ou entreprises, voire universités, pour assurer une clientèle en journée.
- Un endroit bien visible, facile à repérer, ce qui assure la sécurité et attire l'attention des passants (clients potentiels).
- Un quartier vivant et convivial, sans problème fort de sécurité, pour que les clients ne soient pas découragés par un sentiment d'insécurité, et pour éviter le vandalisme.

BIEN AMÉNAGER LES STATIONS : L'IMPLICATION DES COMMUNES

La ville ou commune prend en charge l'aménagement de la station.

L'aménagement de base indispensable comprend

- Le panneau réglementaire E9 avec additionnel « voitures partagées ». Le panneau de signalisation de l'opérateur, qui indique le nom de la station, les partenaires et les coordonnées (téléphone, site web)
- Le marquage au sol des emplacements
- Des barrières amovibles, qui protègent les emplacements contre le stationnement illicite ; le choix est fait en concertation avec l'opérateur, qui doit permettre aux clients de les actionner ; généralement il s'agit d'un système à clé, qui se trouve dans la boîte à gants des véhicules.

Une fois la station utilisée, il faudra assurer le suivi. La protection des emplacements réservés est actuellement un point faible, recevant le score de satisfaction le plus bas – 2,6 sur 6 – dans l'enquête clients CAMBIO. La solution passe obligatoirement par les autorités publiques et la police, l'opérateur étant impuissant dans ce domaine. Il faudra donc veiller à

- entretenir l'aménagement et assurer une réponse rapide à des problèmes de dégradation, d'accès ou de sécurité qui se posent à l'usage : refaire les marquages, remplacer des barrières hors fonctionnement, améliorer l'éclairage etc.
- assurer le contrôle policier des emplacements réservés, notamment contre le stationnement illicite sur les emplacements (lorsque la barrière est hors usage ou le client a oublié de la monter) ou bloquant l'accès.

SOUTENIR LA COMMUNICATION

Les médias sont le moyen de promotion le plus efficace pour les voitures partagées. Cette tendance générale se confirme en Belgique. Ainsi, 60% des clients CAMBIO ont appris l'existence des voitures partagées par la télévision, la presse ou la radio (enquête client sur Bruxelles). La nouveauté, l'effet du lancement et les conférences de presse n'y sont pas étrangers. Lorsque le nombre de clients augmente, la bouche-à-oreille devient un canal très important. Cependant, l'intérêt des médias s'estompe déjà et le lancement d'une nouvelle station demande des efforts de communication bien réfléchis.

CRÉER L'ÉVÈNEMENT

Dans un premier temps, il faut créer des événements médiatiques, en premier lieu au moment du lancement. La ville ou commune pourra utiliser ces canaux de communication habituels et bien connus: annonces et articles dans le journal communal, inauguration, conférence de presse pour les médias locaux et régionaux. L'adhésion de grands clients institutionnels (tel que l'administration communale, le CPAS, le palais de justice, l'université) ou d'un grand employeur privé sont d'autres occasions pour créer l'évènement.

L'assistance à l'accueil local des clients potentiels et réels sur place est également très utile pour l'opérateur : mise à disposition de locaux pour offrir une permanence, organiser des séances d'information régulière pour les intéressés et effectuer les inscriptions.

COMMUNICATION CIBLÉE ET SOUTENUE

Cependant, des actions de communication régulières et ciblées restent indispensables. En principe, l'opérateur s'en charge, mais les autorités peuvent offrir un soutien précieux.

Une stratégie de communication est à élaborer avec l'opérateur, définissant le niveau et le type de soutien (logistique, pratique, financier) fourni par la ville ou commune. Il s'agira de deux types d'actions :

- Communications en proximité des stations : distribution de dépliants, réunions d'information (assurés par l'opérateur), présentation dans les médias locaux (journal communal, radio locale, journaux publicitaires locaux, site internet de la ville...)
- Communications auprès de groupes cibles : efforts de promotions adaptées aux besoins des commerçants, des étudiants, des bas-revenus... en concertation avec des interlocuteurs représentants ces groupes.

TROUVER DES PARTENAIRES LOGIQUES ET ENGAGÉS

LES SOCIÉTÉS DE TRANSPORT EN COMMUN PARTENAIRES DE LA PREMIÈRE HEURE

- Soutien logistique : mise à disposition des locaux pour des soirées d'information et une permanence voitures partagées, et leur personnel peut être formé pour donner des renseignements
- Promotion : par ces canaux de communication – l'affichage dans et sur les bus et aux abri-bus. Ainsi, un public potentiel important est directement touché : les clients des transports en commun.

RASSEMBLER D'AUTRES PARTENAIRES LOCAUX

Selon les opportunités qui s'ouvrent au niveau local, d'autres partenaires pourront soutenir le lancement des voitures partagées et créer des synergies.

- La gestion du centre-ville (town centre management), des associations de commerçants ou les classes moyennes pour intégrer les voitures partagées dans une politique de dynamique de centre-ville
- Les services sociaux, tel qu CPAS, FOREM pour développer le potentiel social
- L'office du tourisme, les hôteliers pour développer une offre touristique
- Le monde de l'immobilier pour intégrer le car-sharing dans de nouveaux immeubles
- Des zones d'activités, pour intégrer les voitures partagées dans leurs plans de mobilité

ATTIRER LES CLIENTS PROFESSIONNELS OU INSTITUTIONNELS

SENSIBILISER LES GRANDS EMPLOYEURS PUBLICS ET PRIVÉS

Pour assurer l'équilibre financier, l'opérateur a besoin de clients professionnels durant les heures de travail, pour compléter les clients privés, qui font généralement appel aux voitures partagées en soirée et le week-end.

L'aide de l'administration communale est précieuse, grâce à sa connaissance du terrain et ses contacts privilégiés. Elle peut

- aider à identifier les clients professionnels potentiels,
- sensibiliser les acteurs économiques à l'intérêt des voitures partagées,
- faire le relais entre l'opérateur et les acteurs économiques,
- intégrer les voitures partagées dans les outils de gestion de la mobilité professionnelle.

Si un **grand employeur** important manifeste un intérêt sérieux, l'implantation d'une station de véhicules partagés à proximité de l'entreprise ou de l'institution devient envisageable.

Commerçants, PME et professions libérales trouvent aussi un intérêt au car-sharing, pouvant faire l'économie d'un véhicule privé. Association de commerçants et chambre de commerce sont des interlocuteurs à associer aux voitures partagées. Selon la demande, des véhicules break ou camionnettes peuvent être envisagés, par exemple dans un noyau commercial, pour les livraisons des commerçants.

Une catégorie particulière de grands employeurs sont les **clients institutionnels**. Y-a-t-il chez vous une administration régionale ou provinciale ? Un Palais de Justice ? Une université ? Un siège FOREM ? Tous peuvent être sensibilisés au car-sharing, voir être envisagé comme partenaire, tel que l'UCL l'était à Louvain-La-Neuve.

DONNER L'EXEMPLE : LA COMMUNE COMME CLIENT

Et pourquoi pas devenir client ? Déplacements entre services, visite de chantier, réunions, services à domiciles, transports de PMR : l'administration communale est souvent un des plus grands générateurs de mobilité.

Les voitures partagées offrent les mêmes avantages que pour les employeurs privés en termes de flexibilité et de bénéfice financier.

En plus, l'adhésion de l'administration communale peut être cruciale pour le succès des voitures partagées dans la phase du démarrage.

- **Rentabilité** : en tant que grand client institutionnel, ils garantissent ainsi une utilisation en journée et une base de revenus importants
- **Effet d'entraînement** : en tant que client « public » très visible, les autorités donnent l'exemple et offrent la preuve de leur confiance dans le système, ce qui aidera à convaincre d'autres grands employeurs à franchir le pas
- **Engagement** : les fonctionnaires connaissant le système de l'intérieur et dans la pratique, ils en témoignent tous les jours et s'engagent plus fortement dans son développement, devenant éventuellement des utilisateurs privés

MONS

SITUATION

- 91000 habitants. Une densité d'habitation relativement faible pour un centre urbain : 621 habitants/km²(ins : 2005), avec une forte présence, de commerces dans le centre
- Une bonne desserte en transports en commun urbain et la présence d'une gare bien desservie Une navette gratuite dessert le centre ville et la gare
- La présence d'un nombre d'importantes institutions publiques (administrations, université) et grandes entreprises, qui pourraient devenir des clients professionnels pendant les heures de travail.

LA VILLE COMME UTILISATEUR

- La ville n'envisage pas encore de devenir client, la décision devrait être prise par le collège des Bourgmestre et échevins

CANAUX DE COMMUNICATION

- Communications en proximité des stations : distribution de dépliants via la GCV, réunions d'information (assurés par l'opérateur), présentation dans les médias locaux (journal communal, , site internet de la ville...), la ville de Mons à d'ores et déjà mis à disposition du projet de grands moyens (toute-boîte communal + site internet)

IMPLICATION POTENTIELLE DE LA VILLE

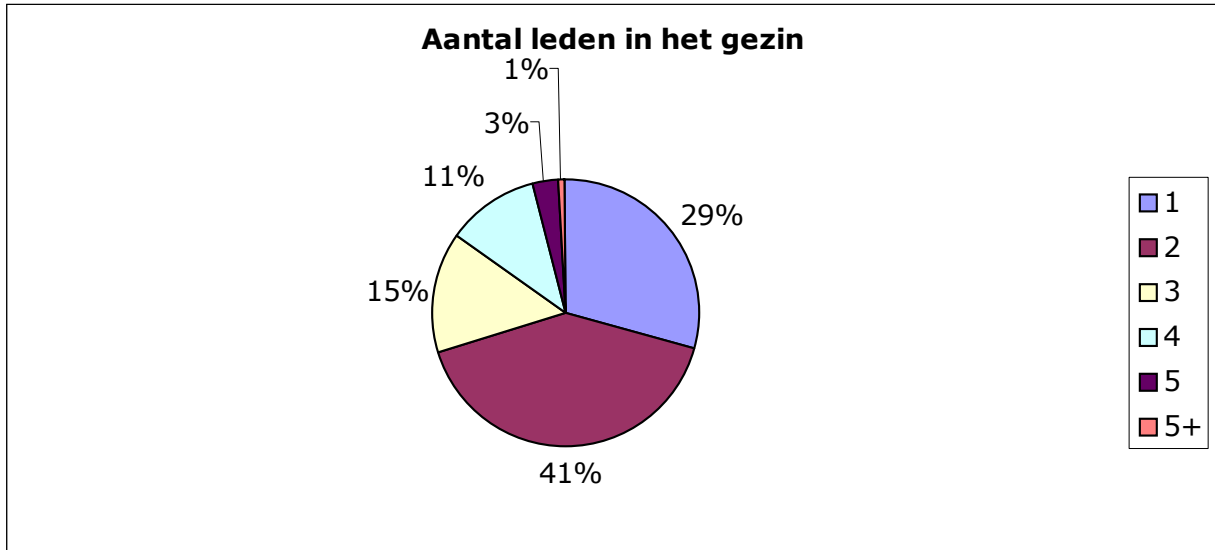
- La ville n'est pas opposée au principe de prise en charge de l'aménagement des station, mais cela fera l'objet d'une délibération du collège des Bourgmestre et échevins le cas échéant.
- La sélection des stations se ferait en collaboration directe avec les services de la ville , cabinet de l'échevin de la mobilité et conseiller en mobilité

PARTENARIATS LOCAUX

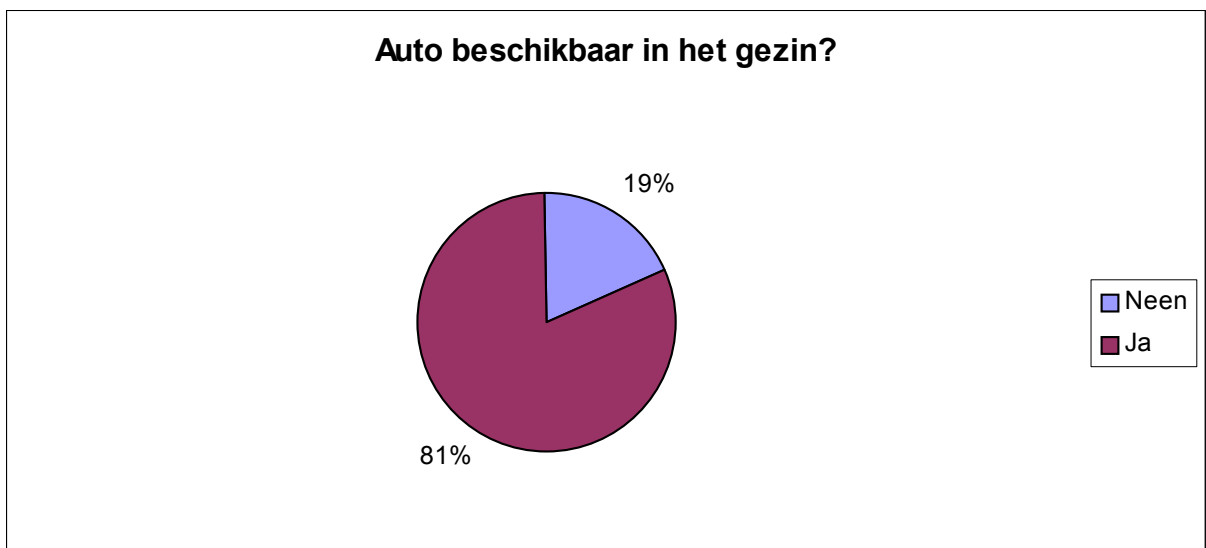
- TEC : Soutien logistique : mise à disposition des locaux pour des soirées d'information et une permanence voitures partagées, et leur personnel peut être formé pour donner des renseignements
- L'assistance à l'accueil local des clients potentiels et réels sur place serait organisée soit via la gestion centre-ville , soit à la maison du TEC dans le cadre du développement des maisons de la mobilité
- La gestion du centre-ville (town centre management), serait prête à soutenir le projet
 - aider à identifier les clients professionnels potentiels,
 - sensibiliser les acteurs économiques à l'intérêt des voitures partagées,
 - faire le relais entre l'opérateur et les acteurs économiques,
 - intégrer les voitures partagées dans les outils de gestion de la mobilité professionnelle.

RESULTATS DE L'ENQUÊTE

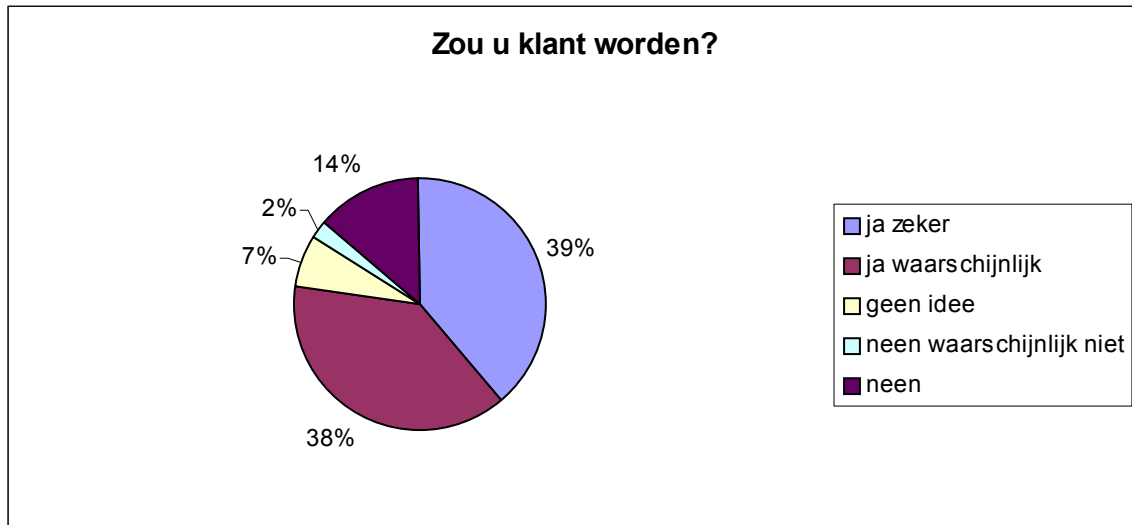
360 réponses



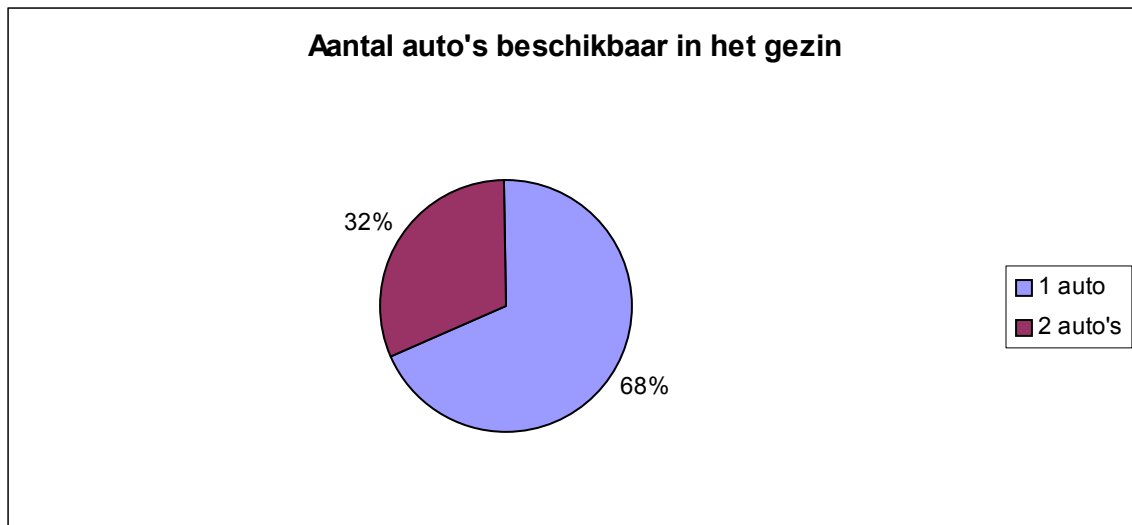
essentiellement des ménages de 2 personnes



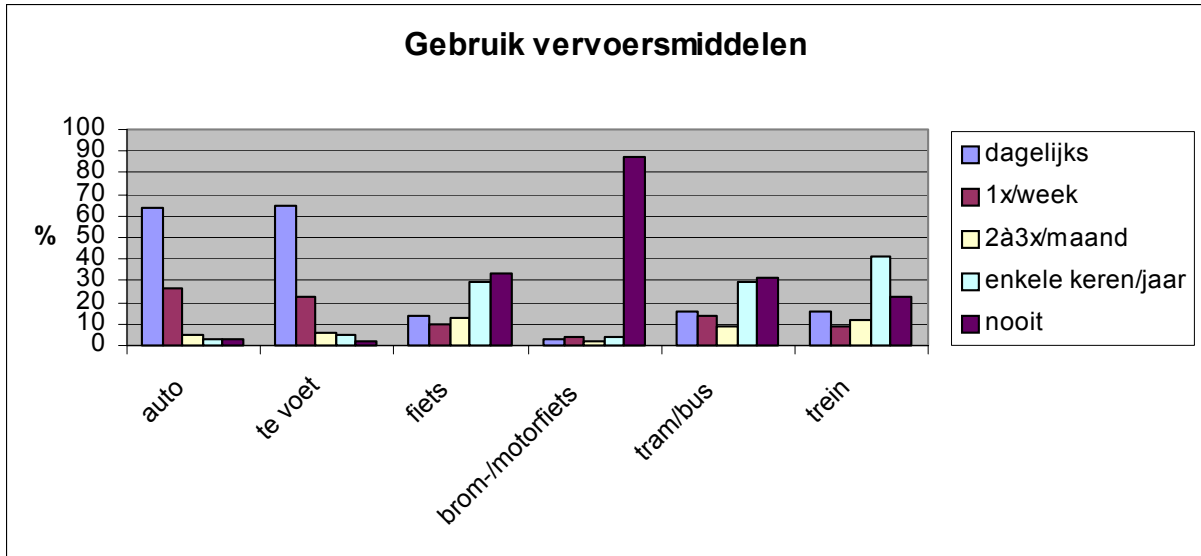
Une grande majorité des répondants disposent d'un véhicule dans le ménage, ceux qui n'en ont pas sont majoritairement motivés par le coût trop élevé de la possession automobile



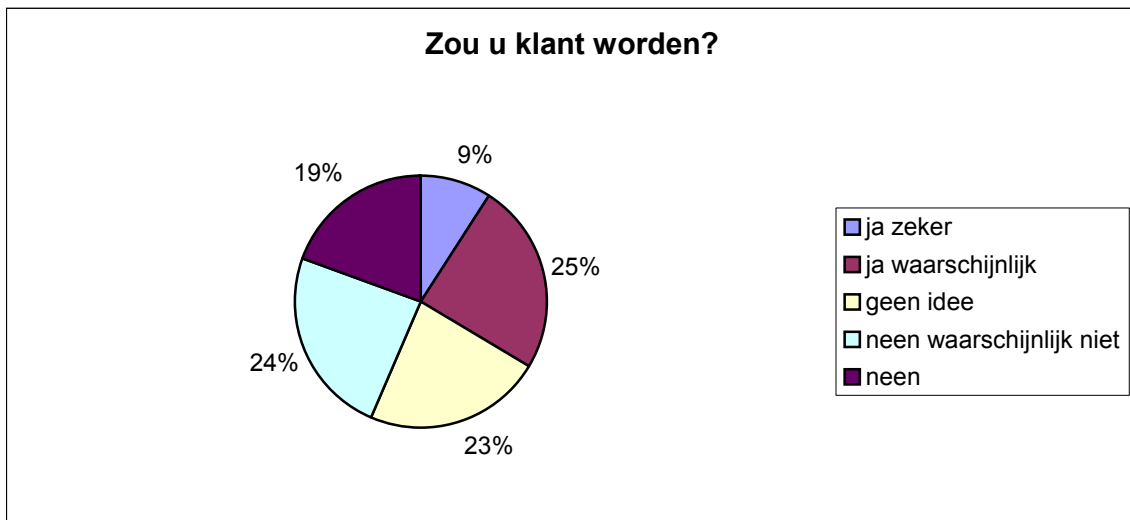
Parmi ces non-motorisés, 77% deviendraient probablement utilisateurs de carsharing ! Leur principale motivation est de pouvoir ainsi éviter l'achat d'un véhicule.



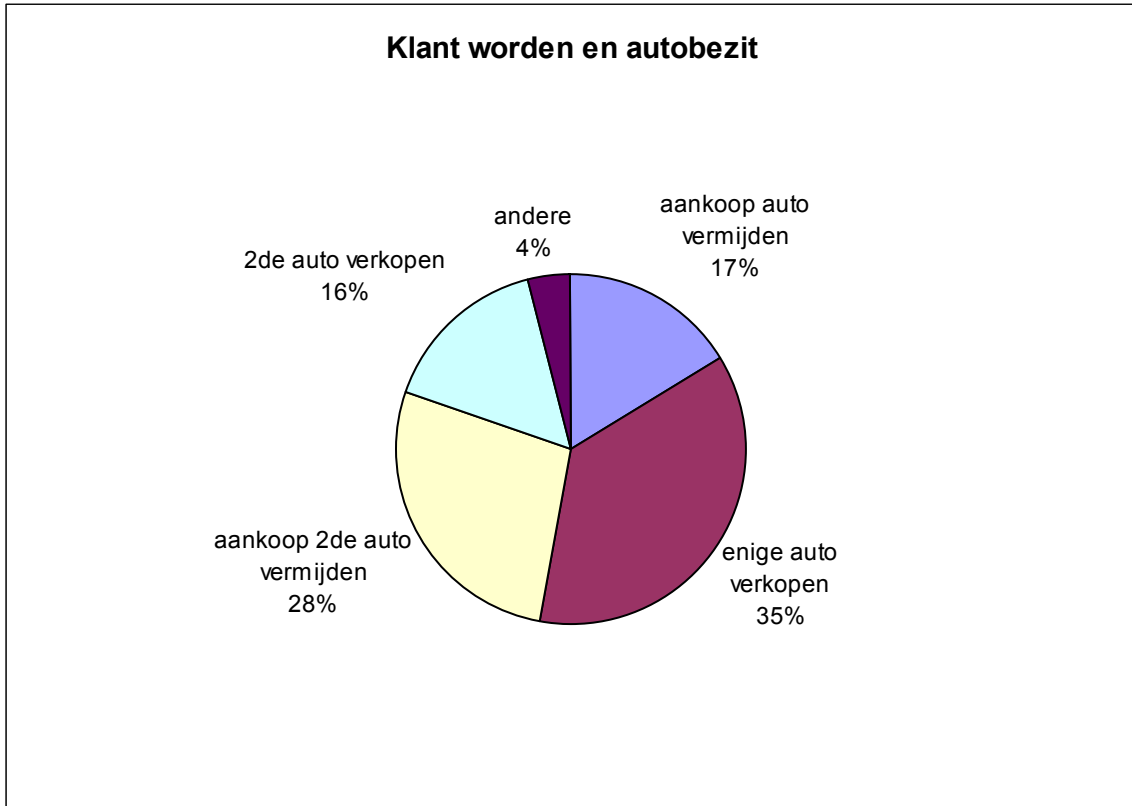
32% des répondants parmi le groupe des motorisés possèdent 2 voitures dans le ménage
 70% des 1^{er} véhicules roulent plus de 10.000 KM/an contre 37% des seconds véhicules, la cible du carsharing devraient donc dans ce cas être le second véhicule.



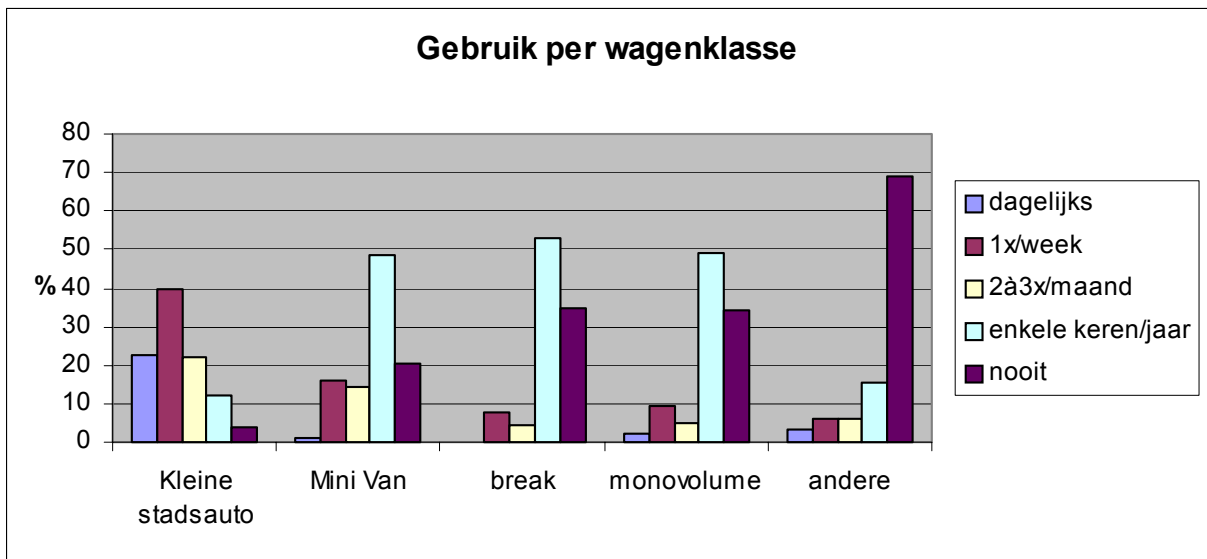
La part modale de la voiture est très importante, et celle-ci est largement dominante pour la navette domicile-travail et pour les déplacements professionnels. Ce qui limite le potentiel d'utilisateur du carsharing.



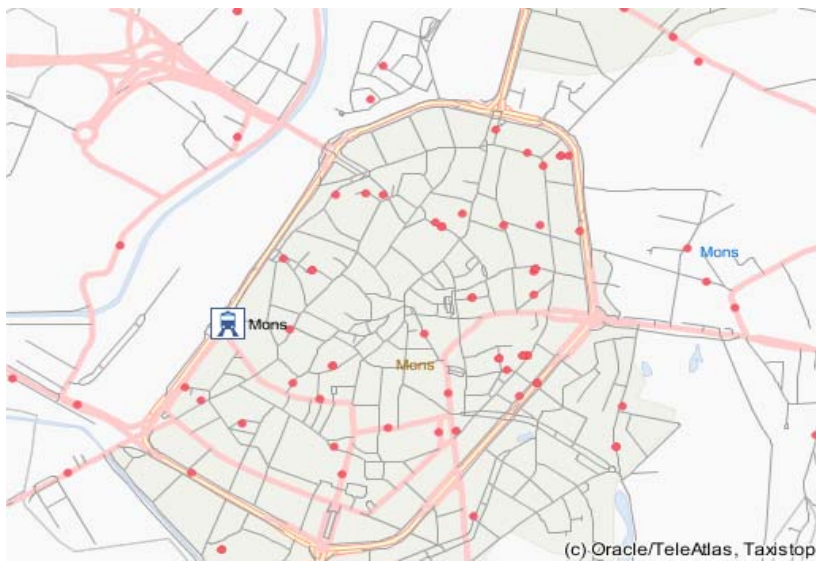
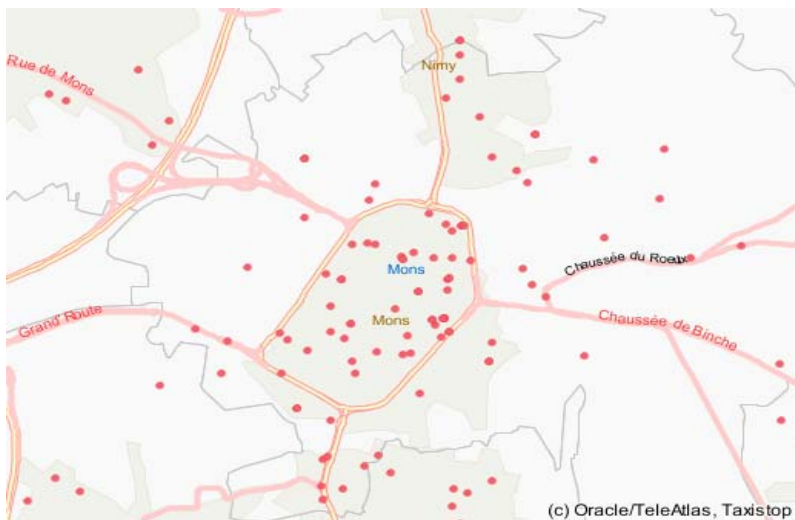
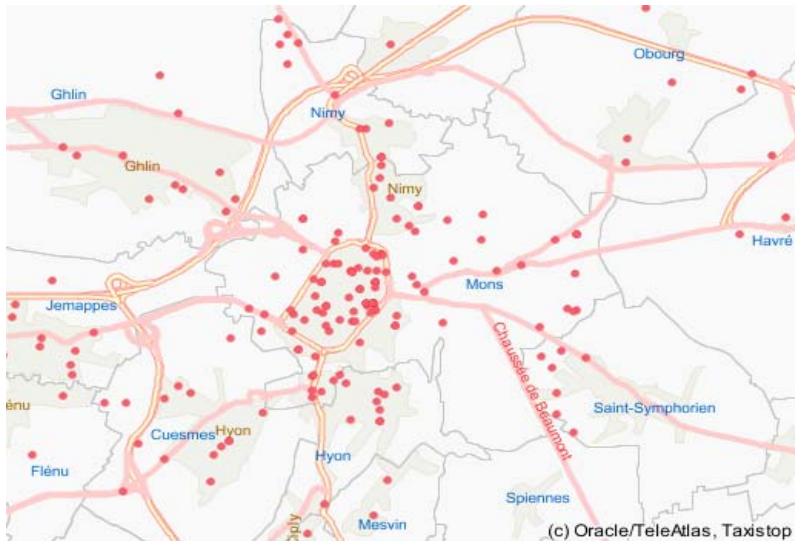
34% des motorisés deviendraient client de la société de carsharing pour la plupart cela leur permet de revendre 1 de leurs voitures ou d'éviter l'achat d'un véhicule



La demande serait répartie équitablement sur la semaine et les véhicules les plus prisés seraient les petites citadines



CARTOGRAPHIE DE LA DEMANDE



CHARLEROI

SITUATION

- 200827 habitants. Une densité d'habitation très élevée : 1972 habitants/km²(ins : 2005), avec une forte présence, de commerces dans le centre
- Une bonne desserte en transports en commun urbain et la présence d'une gare bien desservie
- La présence d'un nombre d'importantes institutions publiques (administrations, université) et grandes entreprises, qui pourraient devenir des clients professionnels pendant les heures de travail.

LA VILLE COMME UTILISATEUR

- La ville n'envisage pas de devenir client

CANAUX DE COMMUNICATION

- L'enquête n'a pas été diffusée par la ville, les délais étaient trop courts. Le taux de réponse est insuffisant et ne nous permet pas de déterminer s'il y a un potentiel sur Charleroi

IMPLICATION POTENTIELLE DE LA VILLE

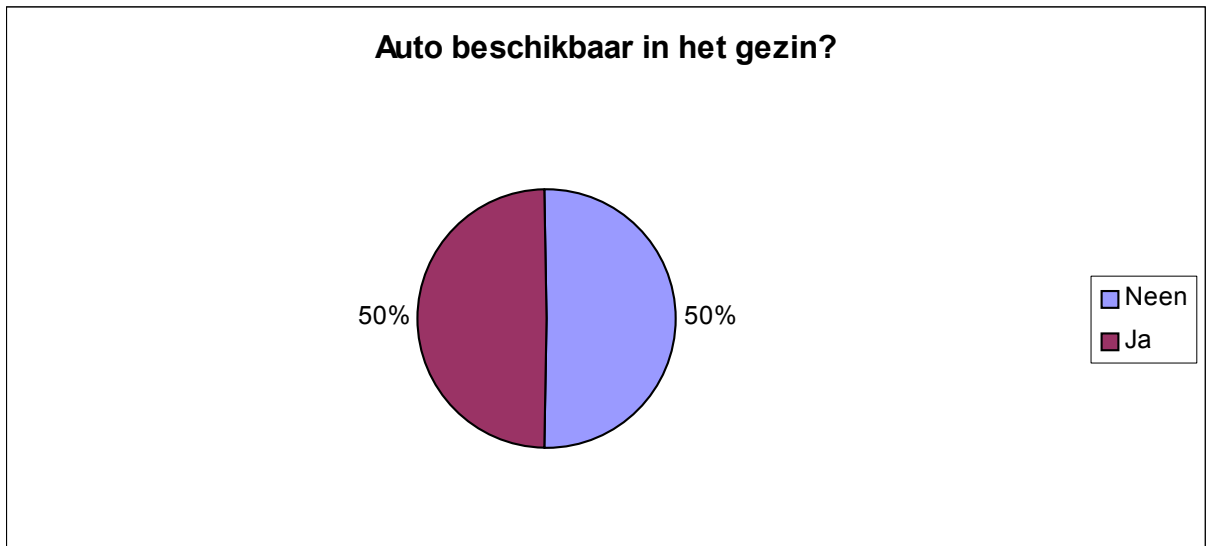
- L'échevin de la mobilité a marqué un intérêt réel pour le projet mais souhaite plus d'informations avant de prendre des engagements notamment d'un point de vue juridique
- La ville ne s'est donc pas engagée à soutenir le projet à l'heure actuelle.
- La ville ne s'est pas encore prononcée sur le principe de prise en charge de l'aménagement des station

PARTENAIRES LOCAUX

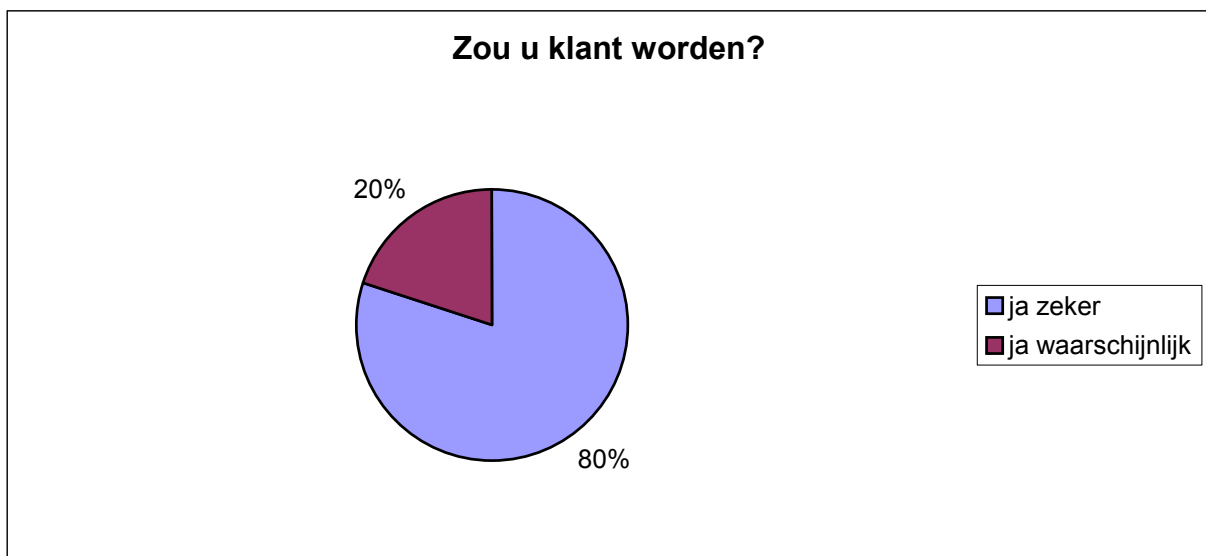
- La gestion du centre-ville (town centre management), serait prête à soutenir le projet
 - aider à identifier les clients professionnels potentiels,
 - sensibiliser les acteurs économiques à l'intérêt des voitures partagées,
 - faire le relais entre l'opérateur et les acteurs économiques,
 - intégrer les voitures partagées dans les outils de gestion de la mobilité professionnelle.
- Notre principal partenaire local serait actuellement le TEC dans le cadre des Maisons de la mobilité : mise à disposition des locaux pour des soirées d'information et une permanence voitures partagées, et leur personnel peut être formé pour donner des renseignements

RESULTATS DE L'ENQUÊTE

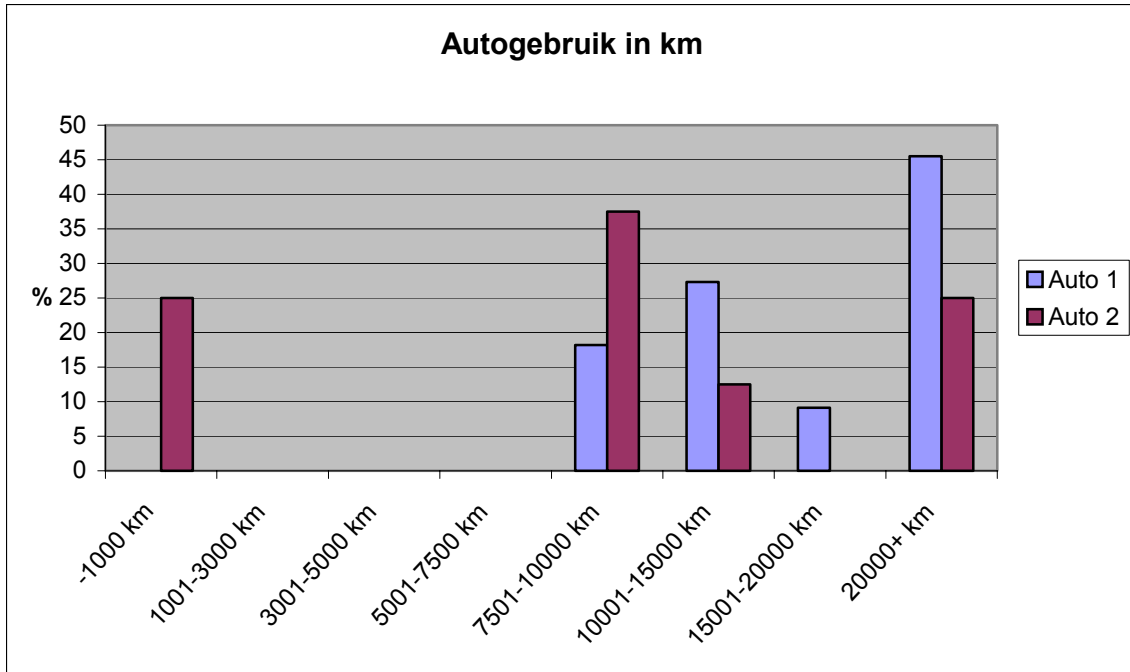
48 réponses



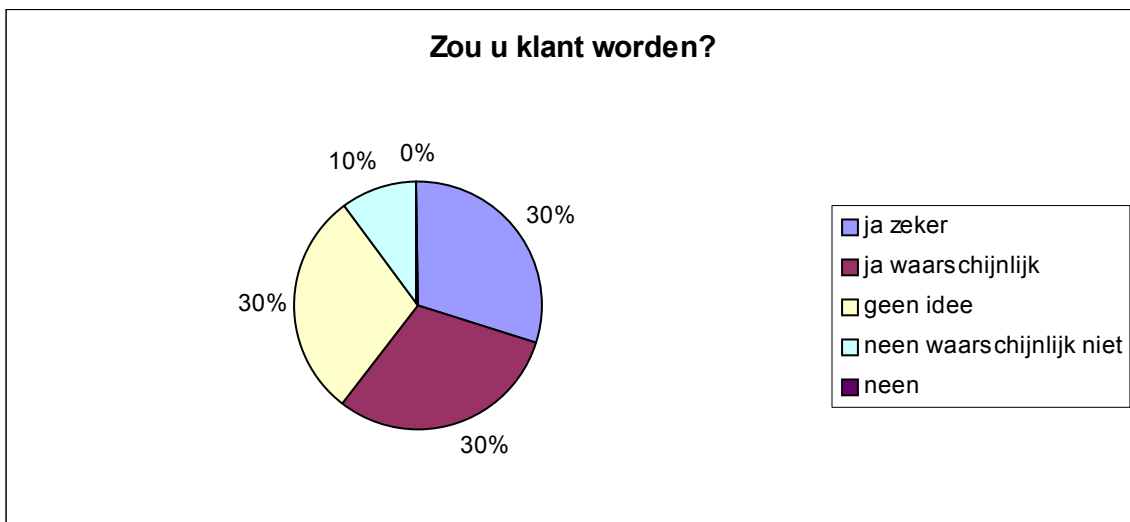
50% des répondants ne disposent pas d'une voiture dans leur ménage, principalement à cause du coût de celle-ci

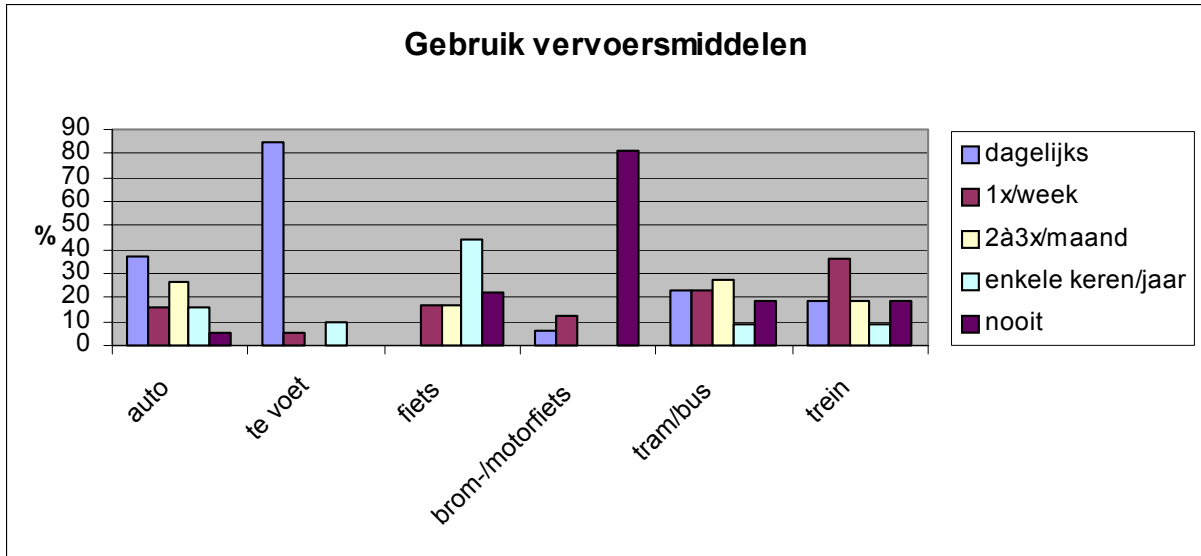


Tous deviendraient clients du système s'il démarrait sur Charleroi

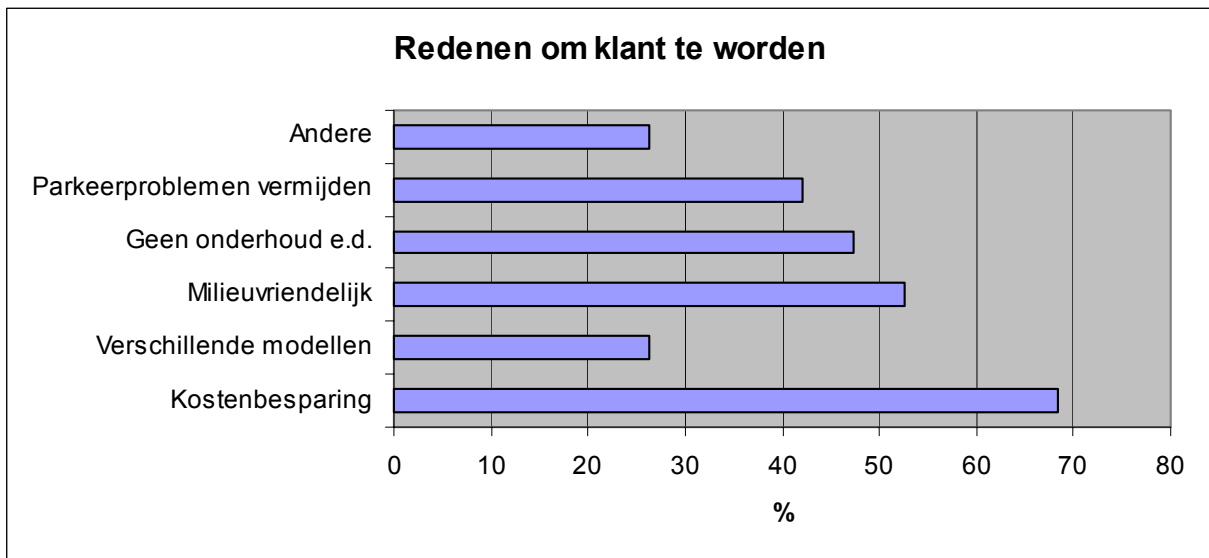


Malgré une forte dépendance à la voiture (kilométrage annuel élevé et utilisation importante pour la navette domicile /travail) 60% des motorisés ayant répondu à l'enquête deviendraient clients du carsharing





La bonne tenue du tram/bus et du train devrait signifier qu'il existe une alternative à la voiture pour la navette domicile/travail pour bon nombre de répondants. Ceci permet d'accroître l'attractivité du carsharing.



La principale raison d'adhérer reste l'aspect financier, la présence de différents modèles de véhicules étant l'élément le moins prépondérant.

SITUATIESCHETS

- De stad Hasselt telt 69.538 inwoners, de bevolkingsdichtheid is echter aan de lage kant : 680 inwoners/km² (INS: 2005). De stadskern bestaat uit een mix van handelszaken, kantoorgebouwen en bewoning.
- Hasselt beschikt over een uitgebreid netwerk van openbaar vervoer. Zo zijn er de stadslijnen (H-bussen), deze rijden om het half uur en ze rijden bovendien gratis. Verder is er een Centrumpendel, die om de 10 minuten het station en het busstation met het centrum verbindt. Daarnaast is er een Boulevardpendel die om de 5 minuten over de Groene Boulevard rond de stadskern rijdt.
In het station van Hasselt stoppen rechtstreekse IC-treinen naar Antwerpen, Brussel, Luik, Leuven, Gent,...
- Als hoofdstad van de provincie Limburg huisvest Hasselt een aantal belangrijke potentiële businessklanten voor autodelen zoals Ethias, de provincie Limburg, KBC, de Vlaamse overheid,... Al deze instanties hebben bovendien hun kantoren in de onmiddellijke omgeving van het stadscentrum.
Daarnaast is Hasselt een belangrijke regionale onderwijsstad met een universiteit en een aantal hogescholen.
12% van de respondenten die deelnamen aan de enquête zijn zelfstandigen.

DE STAD ALS ZAKELIJK GEBRUIKER

- De stad Hasselt heeft interesse in autodelen en denkt eraan klant te worden van cambio eens er een aanbod is in Hasselt. De mate waarin er gebruik zal gemaakt worden van de auto's hangt af van de tarieven en de voorwaarden. Gezien de aanzienlijke inbreng van de stad Hasselt in het hele project, kan er bekeken worden of er een ruiloperatie mogelijk is.

INVENTARIS STEDELIJKE COMMUNICATIEKANALEN

- De stad zal ten volle zijn medewerking verlenen op vlak van communicatie over de opstart en de verdere ontwikkelingen van cambio in Hasselt. Dit zal o.m. gebeuren door bijdragen in het stadstijdschrift "De Hasselaar", vermelding op de website van de stad, de stadsTV (uitzending via TV Limburg)... Er kunnen folders en affiches verspreid worden via de stedelijke kanalen (stadhuis, diensten, wijk- en buurthuizen,...)
- In de buurt van de standplaatsen zal er een informatieve mailing verspreid worden door de stadswachten. De straal waarin dit gebeurt, is nog te bepalen.
- Er waren in het verleden reeds goede contacten met de regionale pers (o.a. Radio 2 Limburg en TV Limburg). Ook bij de start van cambio in Hasselt kan er heel wat, vooral regionale persbelangstelling verwacht worden. De stad Hasselt stelt hiervoor een perslijst ter beschikking met de lokale contactpersonen.

INVENTARIS MOGELIJKE INBRENG VAN DE STAD

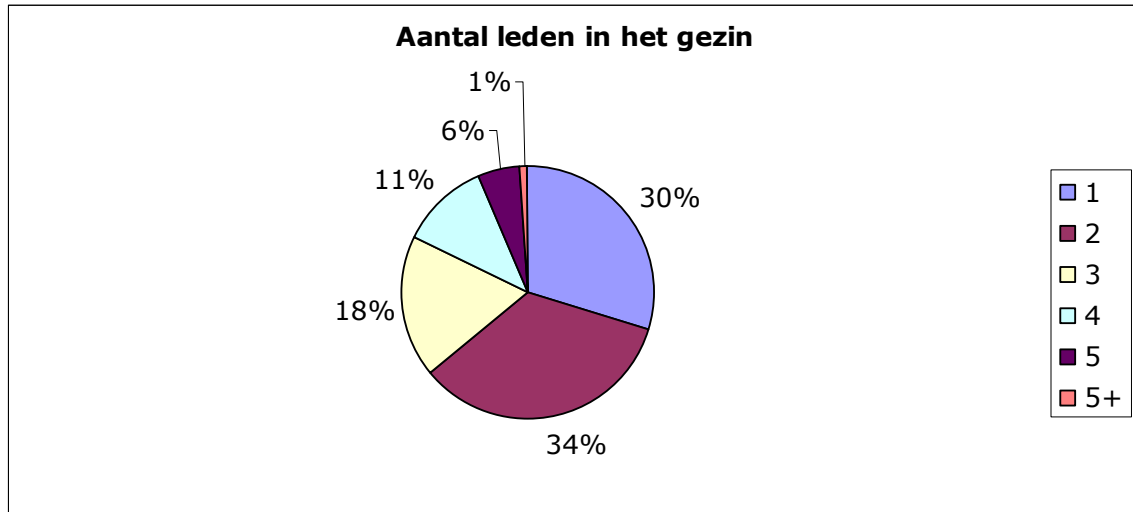
- Zowel de schepen van verkeer, de mobiliteitsdienst als het voltallige schepencollege zijn akkoord om autodelen in Hasselt actief te ondersteunen. Dit project past volledig binnen hun huidige mobiliteitsdenken. Een definitief collegebesluit zal genomen worden eens cambio beslist heeft met autodelen te starten in Hasselt.
- De inrichting van de standplaatsen voor autodelen zal gebeuren door de stadsdiensten, volgens de technische fiche die cambio hiervoor ter beschikking zal stellen.
- Voor een aantal informatie-avonden rond de opstart van cambio in Hasselt zal de stad de nodige accommodatie ter beschikking stellen en de communicatie mee ondersteunen.
- De "verkeerswinkel" van de stad zal functioneren als info- en inschrijfpunt. Geïnteresseerden zullen er terecht kunnen voor informatie, inschrijvingsformulieren,... De inschrijvingen zullen daar verzameld worden, nieuwe klanten kunnen er hun cambiokaart afhalen enz. De verkeerswinkel zal dus de volledige inschrijvingsprocedure voor zijn rekening nemen.
- De infosessies waarop afspraken gemaakt worden met nieuwe klanten en uitleg gegeven wordt over autodelen, zullen georganiseerd worden door en in de lokalen van de stad Hasselt.
- De stadswachten zullen ingeschakeld worden voor het onderhoud en de opvolging van het wagenpark van cambio. Zij zullen de auto's naar de car wash brengen en regelmatig nakijken op schade en mankementen.

LOKALE SAMENWERKINGSVERBANDEN

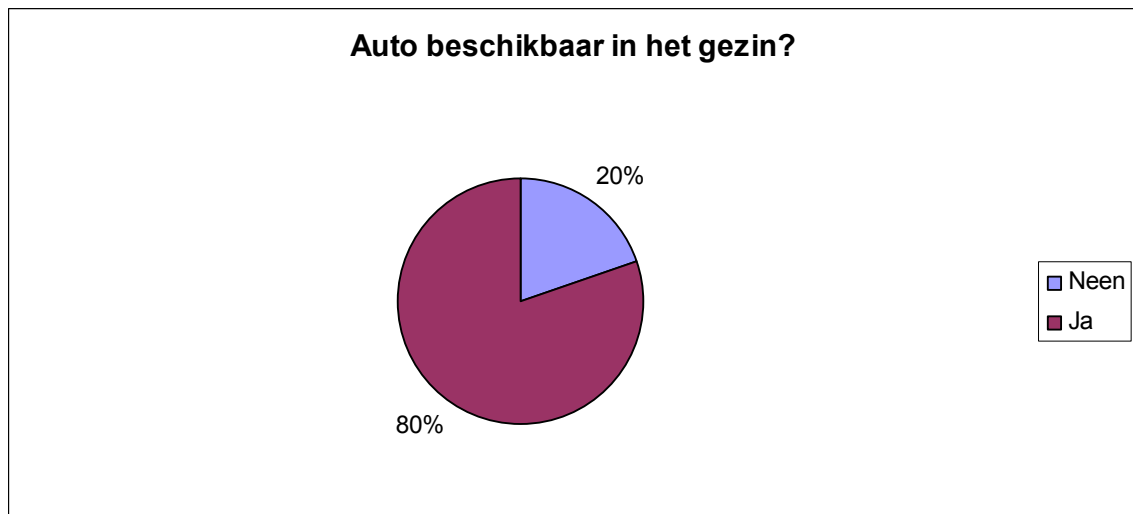
- Mobidesk Limburg kan een belangrijke rol spelen in de communicatie over autodelen naar bedrijven. Zij zijn zeer goed op de hoogte van de lokale situatie en hebben contacten met diverse bedrijven die op zoek zijn naar oplossingen voor hun mobiliteitsproblemen. De eerste contacten hierover waren positief.
- Verder zal er voornamelijk samengewerkt worden met de stad Hasselt waar het gaat om promotie, onderhoud auto's, inschrijvingen en infosessies. De voorwaarden hiervoor moeten nog verder besproken worden.

RESULTATEN BEVRAGING BEVOLKING

176 personen hebben gereageerd op de enquête, waarvan 150 personen de enquête ingevuld hebben.

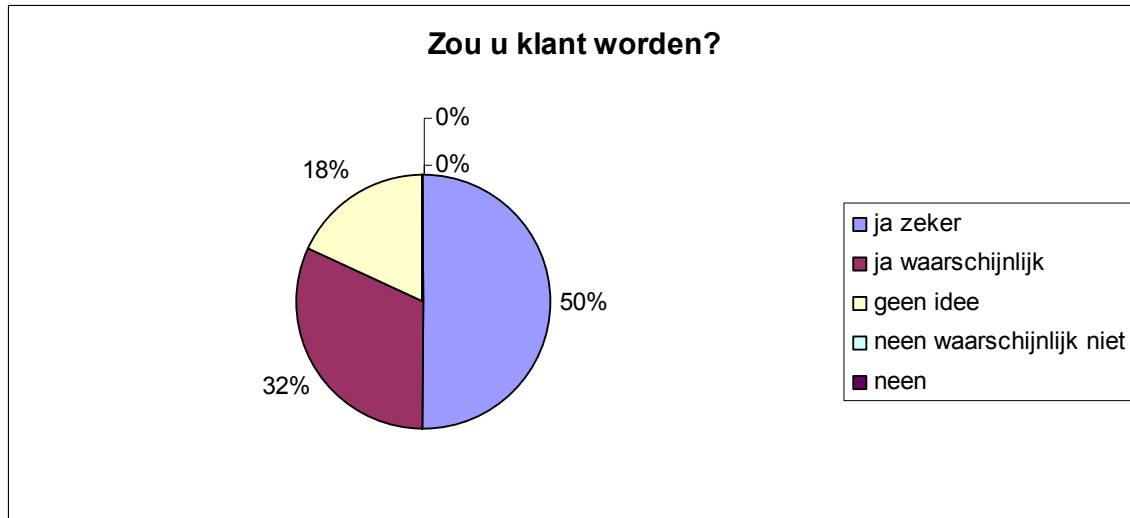


Onder de respondenten vooral gezinnen van 1 en 2 personen (samen 64 % van de respondenten). In mindere mate ook gezinnen met kinderen.

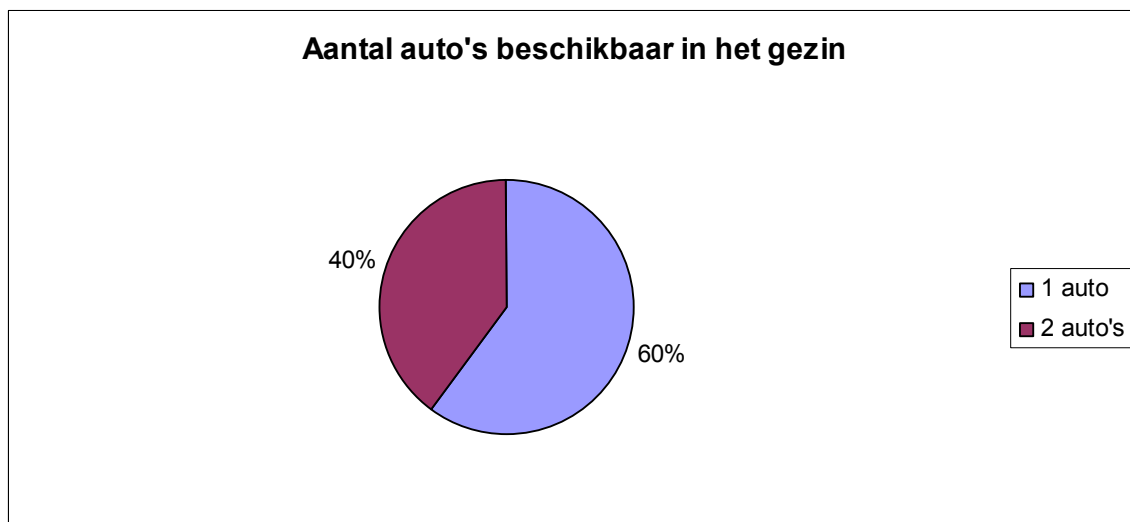


Enigszins verrassend blijkt dat 80% van de respondenten zegt over een auto te beschikken in het gezin.

Voornaamste reden voor de afwezigheid van een auto in het gezin is de kostprijs. Enkele personen delen nu reeds een auto (particulier autodelen).

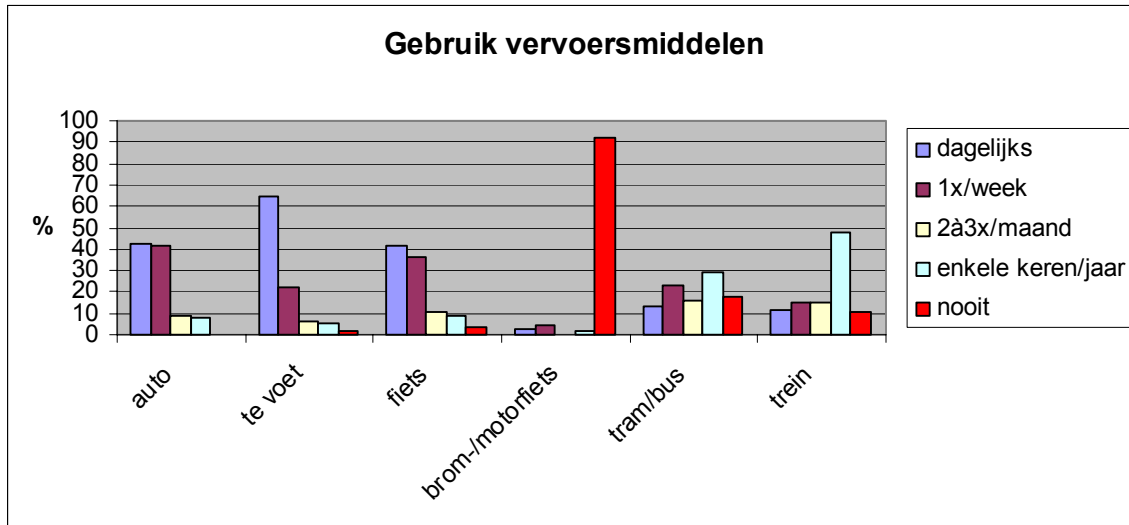


Van de personen die stelden niet over een auto te beschikken in het gezin, zegt 82% zo goed als zeker klant te zullen worden van cambio. 18% van de respondenten is nog onbeslist. De grootste drijfveer om klant te worden is de aankoop van een auto te kunnen vermijden.

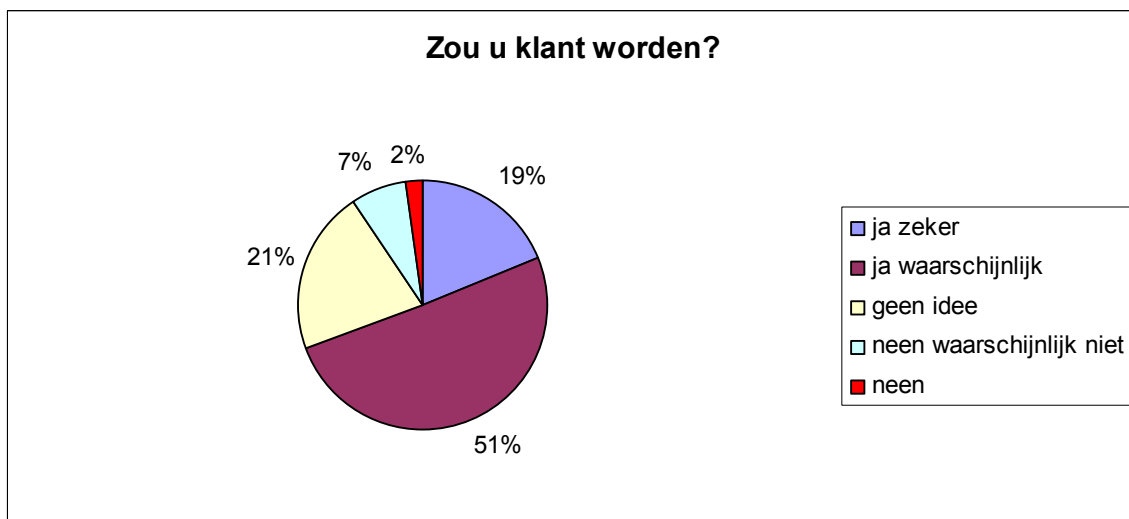


Wanneer er toch een auto beschikbaar is in het gezin, blijkt dat er in 40% van de gevallen meer dan 1 auto beschikbaar is. Dit zijn voornamelijk privé-auto's.

Met de eerste auto wordt jaarlijks tussen de 10.000 en de 20.000 km gereden. De tweede wordt minder gebruikt. 70% van de tweede auto's rijdt per jaar minder dan 10.000 km.

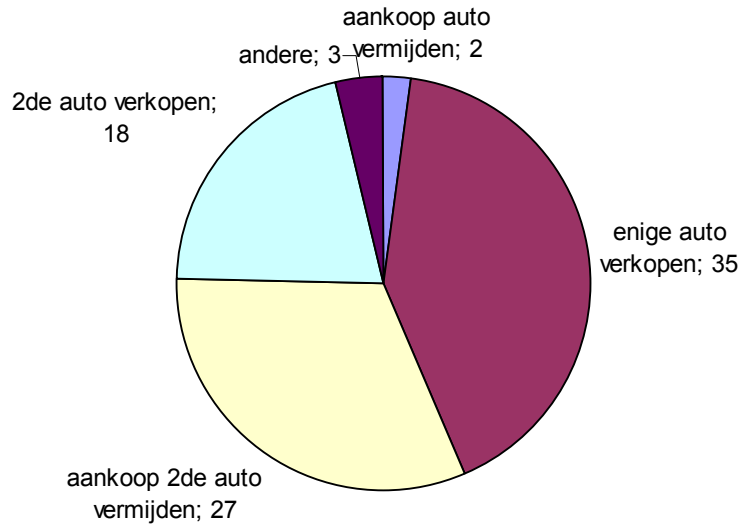


Voor de dagelijkse verplaatsingen gebruiken heel wat respondenten de auto. Dit kan erop wijzen dat de cambio-auto's in deze groep voornamelijk als 2^{de} auto in het gezin gebruikt zal worden.



Bij de autobezitters is er minder unanimiteit wanneer gevraagd wordt of ze klant zullen worden van cambio. Toch stelt nog 70% van de respondenten dat ze bijna zeker klant zullen worden wanneer cambio start in Hasselt. 21 % is nog onbeslist en slechts 9% besluit geen klant te worden.

Klant worden en autobezit



Indien cambio zou starten met autodelen in Hasselt, dan zou dat betekenen dat 35 gezinnen dit als een oplossing zien om hun enige auto te kunnen verkopen. 18 gezinnen zouden hun 2^{de} auto verkopen en overschakelen op autodelen.

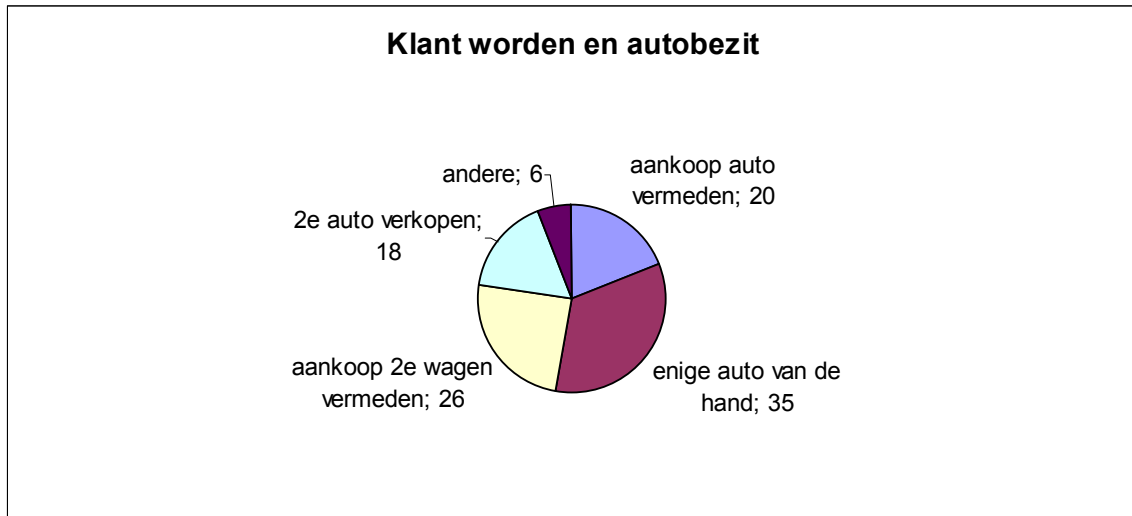
Als we ook de gezinnen erbij tellen die zeggen door autodelen de aankoop van een (tweede) auto te kunnen vermijden dan komen we op een totale vermindering van 82 auto's.

SAMENVATTEND

Overweegt u klant te worden?

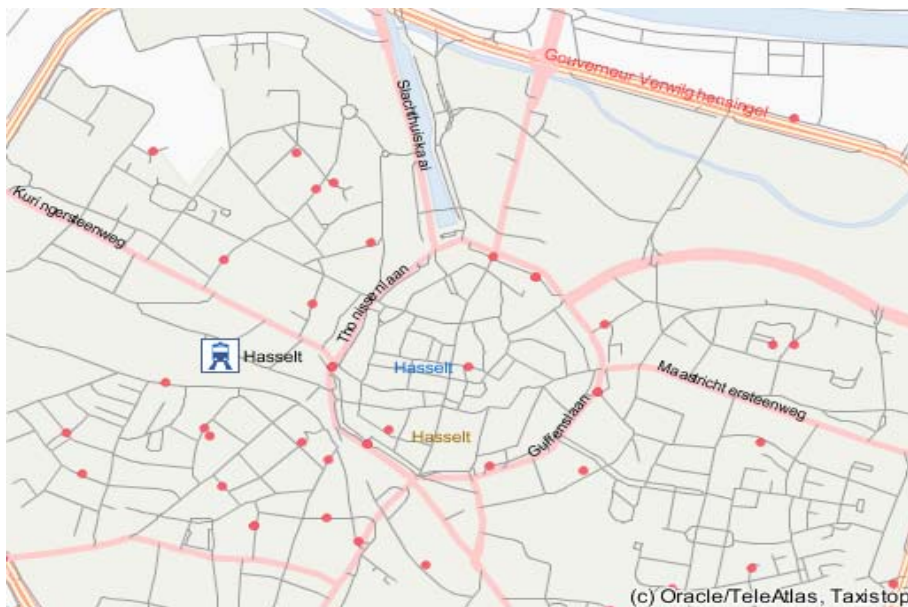
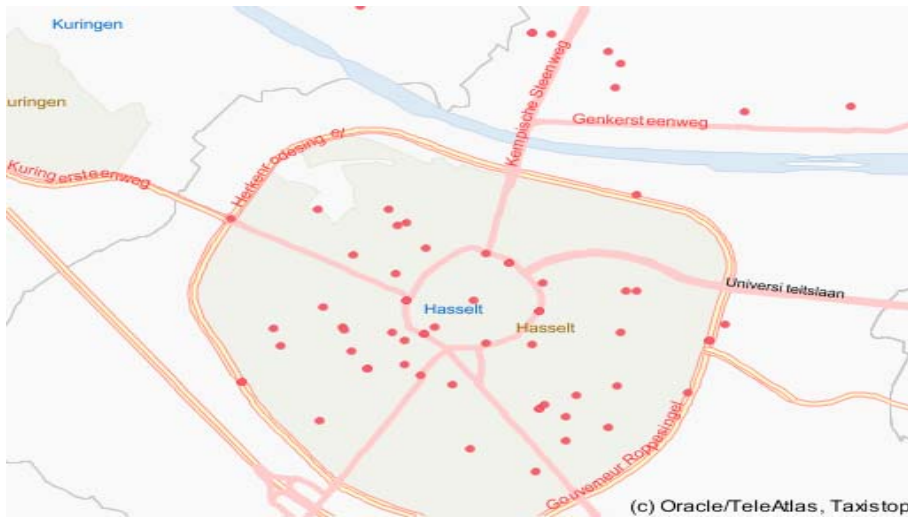
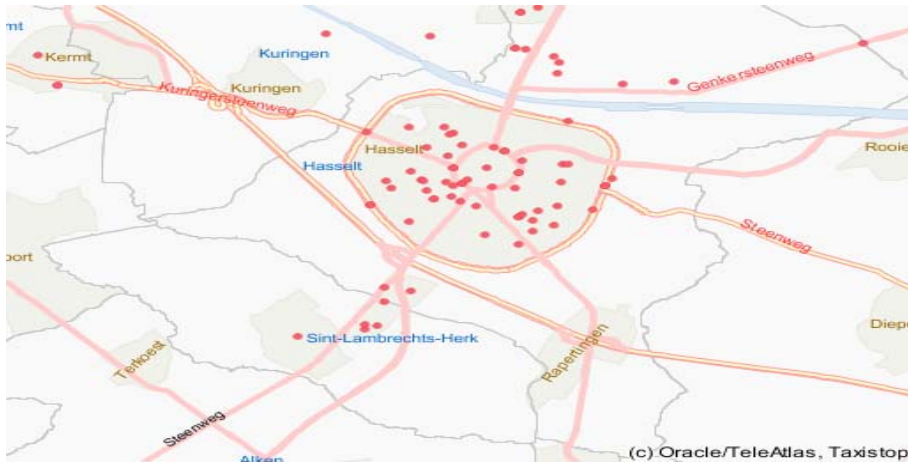


In Hasselt stellen 85 personen dat ze bijna zeker klant zullen worden wanneer Cambio een aanbod heeft in Hasselt. 24 personen zijn nog onbeslist.



Klant worden van Cambio is voor 53 personen een reden om een auto of hun enige auto te verkopen. Daarnaast zijn er 46 personen die zeggen op die manier de aankoop van een auto te kunnen vermijden.

GEOGRAFISCHE SPREIDING VAN DE RESPONDENTEN



SITUATIESCHETS

- De stad Kortrijk telt 73.625 inwoners en heeft een bevolkingsdensiteit van 920 inwoners/km².
- Het aanbod aan openbaar vervoer in Kortrijk is eerder beperkt. Er is een beperkt stadsnet en er zijn streek- en belbussen. Voor bepaalde groepen (o.a. studenten van hogescholen en de universiteit in Kortrijk) rijden de bussen gratis. Het station vormt een knooppunt van bussen en treinen. Het station van Kortrijk wordt vooral bediend door regionale lijnen. Er zijn rechtstreekse verbindingen met Gent, Brussel en Brugge. Pluspunt is wel dat station ook vlakbij het stadscentrum ligt.
- Kortrijk is een belangrijke centrumstad in het zuiden van de provincie West-Vlaanderen. De verkeersdruk is minder groot in die regio en samen met de nabijheid van een metropool als Lille (F) zorgt dat ervoor dat heel wat bedrijven zich in Kortrijk of de rand rond Kortrijk vestigen.
- In en net buiten de stad zijn er een aantal hogescholen gevestigd en is er een universiteit gevestigd.
- De Intercommunale Leiedal is bezig met de aanleg van een groot bedrijventerrein "Deltapark" tussen Kortrijk en Zwevegem. Hierin kan autodelen voor bedrijven geïntegreerd worden indien er voldoende belangstelling is. De site ligt echter te ver van woonkernen om voor gecombineerd gebruik (particulieren en bedrijven) in aanmerking te komen.

DE STAD ALS ZAKELIJK GEBRUIKER

- In juni 2006 worden er 5 nieuwe auto's aangekocht voor de stadsdiensten gevestigd op de site stadhuis. Deze zullen in een poolstelsel gebruikt kunnen worden door de verschillende diensten. Op 1 juli 2006 treden ook een aantal nieuwe richtlijnen in werking wat betreft mobiliteit. Zo zal het gebruik van de eigen wagen ontmoedigd worden en het gebruik van het openbaar vervoer en de poolwagens gestimuleerd. Bovendien zullen de dienstwagens niet meer gebruikt mogen worden voor privéverplaatsingen. Ze mogen ook niet meer mee naar huis genomen worden. De stad Kortrijk heeft beloofd om op piekmomenten het eigen wagenpark aan te vullen met cambio-auto's.

INVENTARIS STEDELIJKE COMMUNICATIEKANALEN

- De stad Kortrijk geeft maandelijks een Stadskrant uit die bus aan bus verdeeld wordt en door 76% van de Kortrijkzaten gelezen wordt. Hierin zal de start van cambio in Kortrijk aangekondigd worden.
- Verder zal er op de website van de stad Kortrijk informatie te vinden zijn over cambio autodelen. In eerste instantie zal die te vinden zijn onder de rubriek mobiliteit. Speciale gebeurtenissen (opstart, extra standplaatsen,...) kunnen ook als nieuwsitem op de homepage van de stad Kortrijk verschijnen.
- De stad Kortrijk beschikt over een dag TV, een aantal teletekstpagina's die uitgezonden worden via WTV.

- Tijdens de week van vervoering, in de periode rond de start van cambio in Kortrijk zal de uitzending van de stads TV (uitzending op woensdag op WTV) gewijd worden aan het thema mobiliteit. Ook cambio zal hierin een plaats krijgen.
- Ter ondersteuning van de promotiecampagne bij de opstart van cambio in Kortrijk zal er een persconferentie georganiseerd worden en zullen er folders verspreid worden via een bus aan busverdeling in de buurt van de standplaatsen.

INVENTARIS MOGELIJKE INBRENG VAN DE STAD

- De stad Kortrijk zal instaan voor het ter beschikking stellen voor de standplaatsen voor autodelen. De inrichting zal gebeuren door de technische dienst van de stad Kortrijk.
- Aan de mobiliteitsbalie in het stadhuis zal de basisinformatie over cambio beschikbaar zijn. Geïnteresseerden zullen daar een folder en de nodige inschrijvingsdocumenten kunnen ophalen.
- Verder is de stad Kortrijk ook bereid om een lokaal ter beschikking te stellen voor infosessies met nieuwe klanten.

LOKALE SAMENWERKINGSVERBANDEN

- De vzw Mobiel is een onderneming in de sociale economie die "propere mobiliteit" wil stimuleren. Concreet doen ze dit door het fietsgebruik te promoten en de fietscultuur te stimuleren, en dit zowel op het vlak van mobiliteit als toerisme.

Deze organisatie wil zijn werkterrein uitbreiden en autodelen past perfect in dit concept. Concreet willen zij hun medewerking verlenen door o.a.:

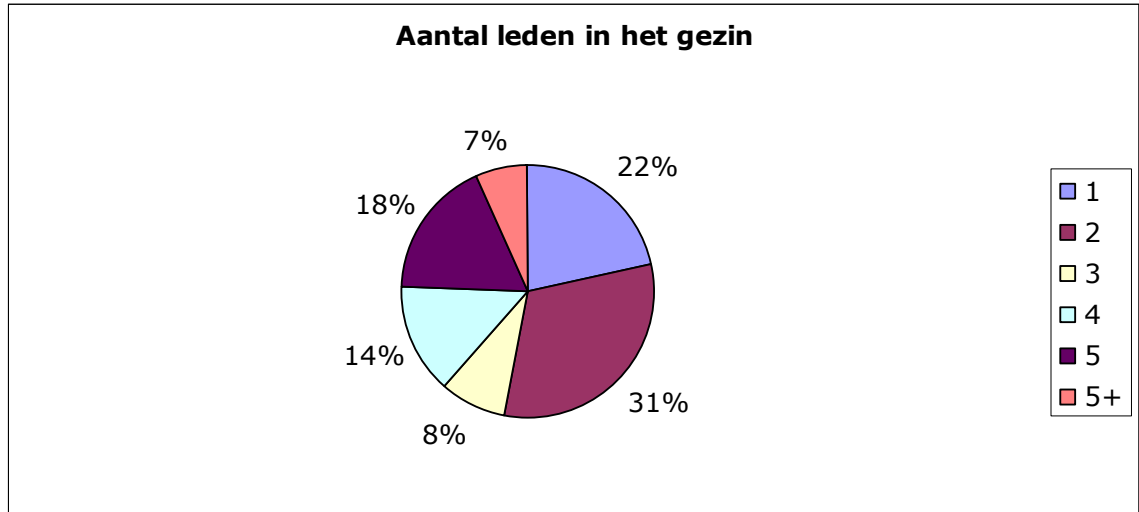
- Het ter beschikking stellen van een standplaats in hun hoofdkwartier aan de achterkant van het station van Kortrijk.
- Het onderhoud te verzorgen van alle cambio-auto's in Kortrijk. Dit zou kunnen aan een tarief van 25 Euro/uur.
- Het verstekken van informatie over autodelen en het geven van infosessies aan nieuwe klanten. Deze zouden ze bij voorkeur in de eigen kantoren/vergaderruimte willen geven. Op die manier kunnen de nieuwe klanten meteen ook kennis maken met het aanbod van de vzw zelf. Voor een infosessie rekenen ze 40 Euro/uur.
- Mobiel vzw is tegen februari 2007 ook op zoek naar een bijkomende auto van het type Renault Kangoo/Opel Combo. Zelf zullen ze de auto echter te weinig gebruiken, vandaar dat ze hem willen inbrengen in een autodeelsysteem. Indien cambio deze auto zou aankopen, dan kan het gebruik hiervan door Mobiel verrekend worden met de diensten die zij aan cambio leveren. Cambio zou op die manier zijn wagenpark sneller kunnen uitbreiden met een groter model gezien het basisgebruik van Mobiel.
- Mobiel heeft in zijn nieuwsbrief (700 exemplaren) reeds eerder aandacht besteed aan autodelen (aankondiging info-avond, enquête,...). Ook bij de start van cambio in Kortrijk is dit een medium waar cambio gebruik van zal kunnen maken.
- Eventueel kan een partnership uitgewerkt worden, naar het voorbeeld van de bestaande samenwerking met de Fietsersbond waarbij cambioklanten een korting krijgen op de producten van Mobiel en leden van de vzw Mobiel een korting krijgen op de vaste kosten bij cambio.

De eerste gesprekken met Mobiel waren positief. Er zijn echter nog geen concrete afspraken gemaakt. Indien cambio met deze organisatie wil samenwerken, zal in de eerste plaats moeten bekeken worden of het voor cambio financieel haalbaar is en hoe alles praktisch georganiseerd zal worden.

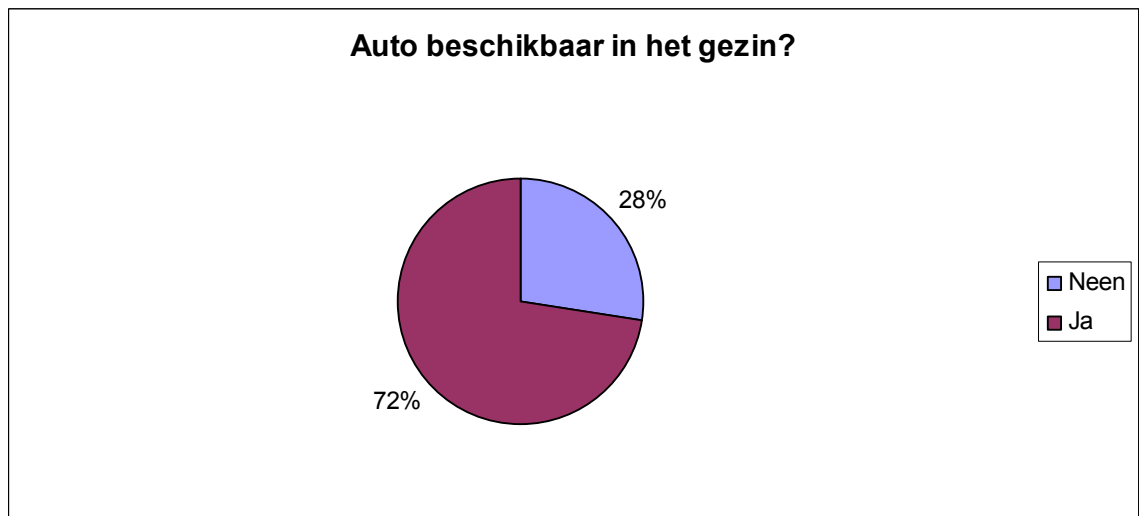
- De Intercommunale Leiedal heeft interesse in autodelen voor het nog aan te leggen bedrijventerrein Deltapark. De mogelijkheid werd opgenomen in de plannen. Alles hangt af van de belangstelling van de bedrijven die zich daar zullen vestigen.

RESULTATEN BEVRAGING BEVOLKING

164 personen reageerden op de enquête. Daarvan waren er 120 die de enquête ook ingevuld hebben.

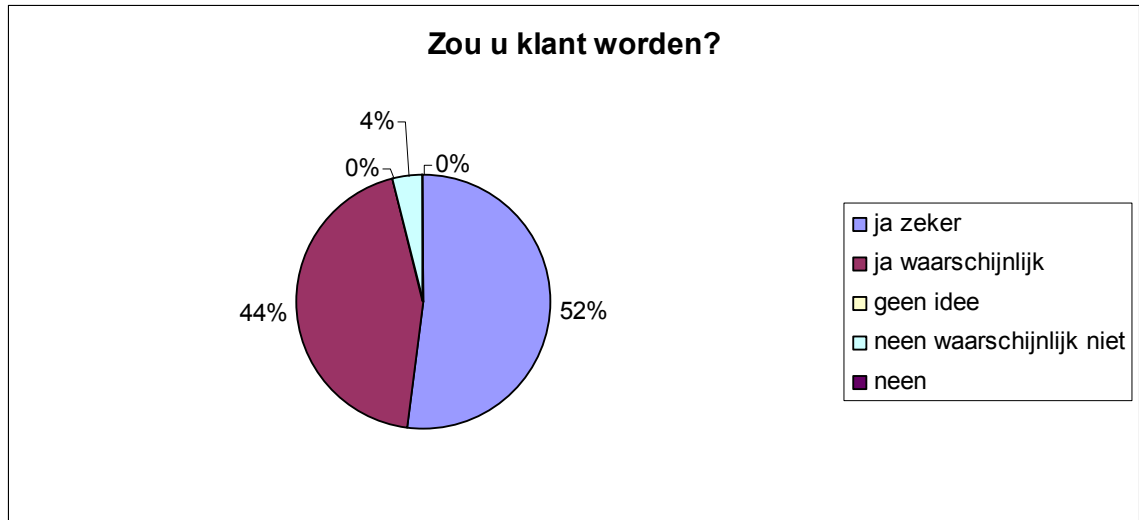


Naast gezinnen van 1 en 2 personen (samen 53% van de respondenten), namen in Kortrijk ook heel wat gezinnen met kinderen aan de enquête deel.

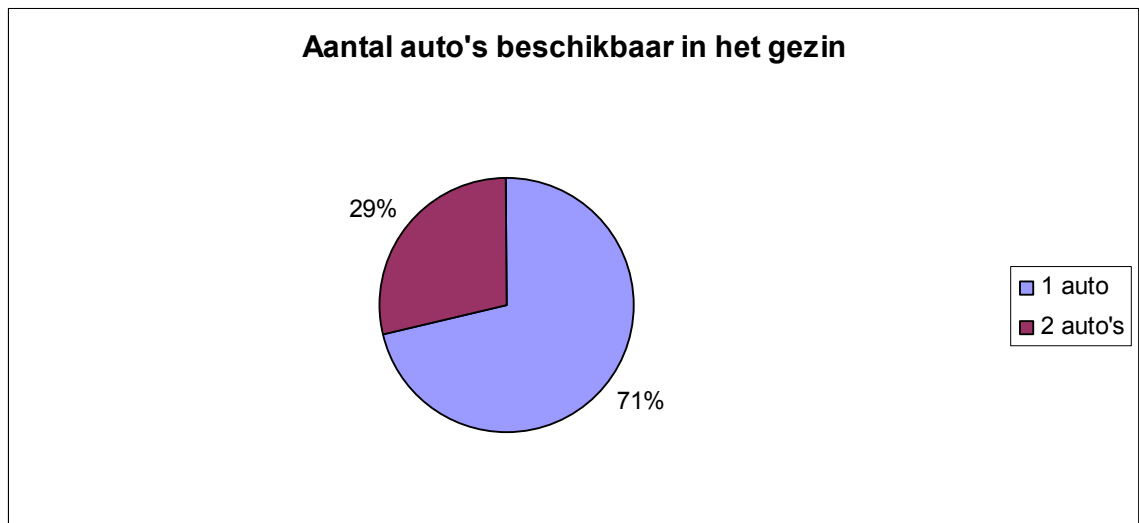


28% van de respondenten zegt in het gezin niet over een auto te beschikken. Als voornaamste reden daarvoor wordt de kostprijs van een eigen auto naar voren geschoven. Daarnaast zijn er ook heel wat respondenten die zeggen op dit moment geen auto nodig te hebben.

Ook in Kortrijk zijn er al een aantal gezinnen die stellen nu al een auto te delen (particulier autodelen).

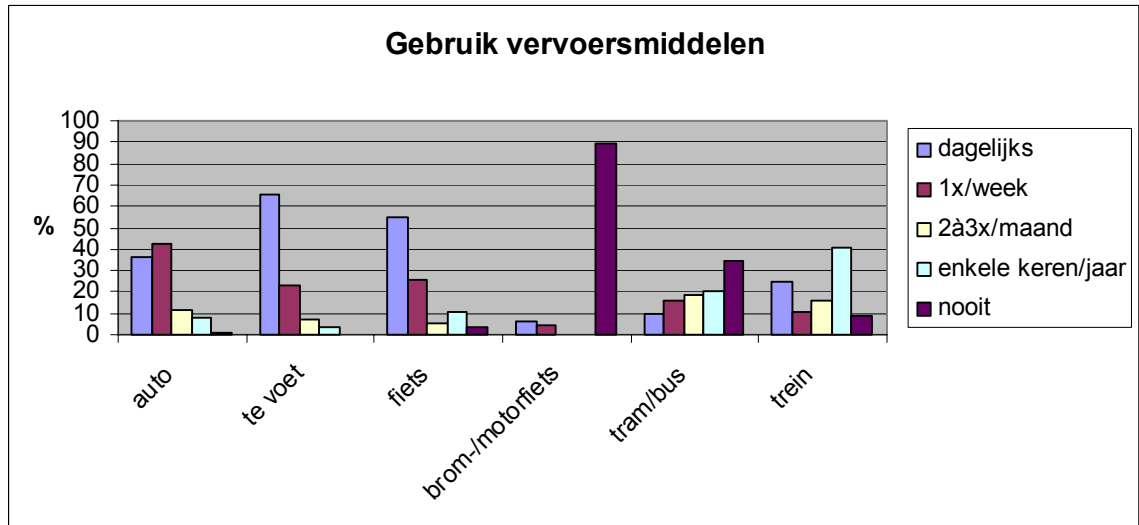


Van de 25 personen die niet over een auto beschikken in het gezin, stelt 96 % of 23 respondenten dat ze zo goed als zeker klant zullen worden eens cambio een aanbod heeft in Kortrijk. Op die manier vermijden ze zelf een auto te moeten aankopen.

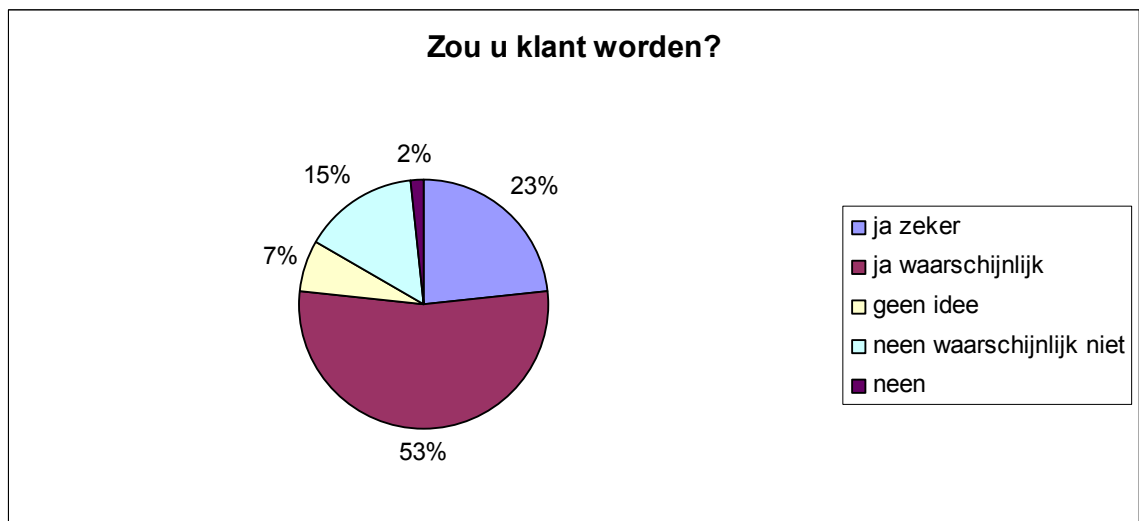


Van de personen die aangaven dat ze wel een auto beschikbaar hadden in het gezin, beschikt 29% over meer dan 1 auto in het gezin. In 83% van de gevallen wordt de 2^{de} auto gebruikt voor minder dan 10.000 km per jaar.

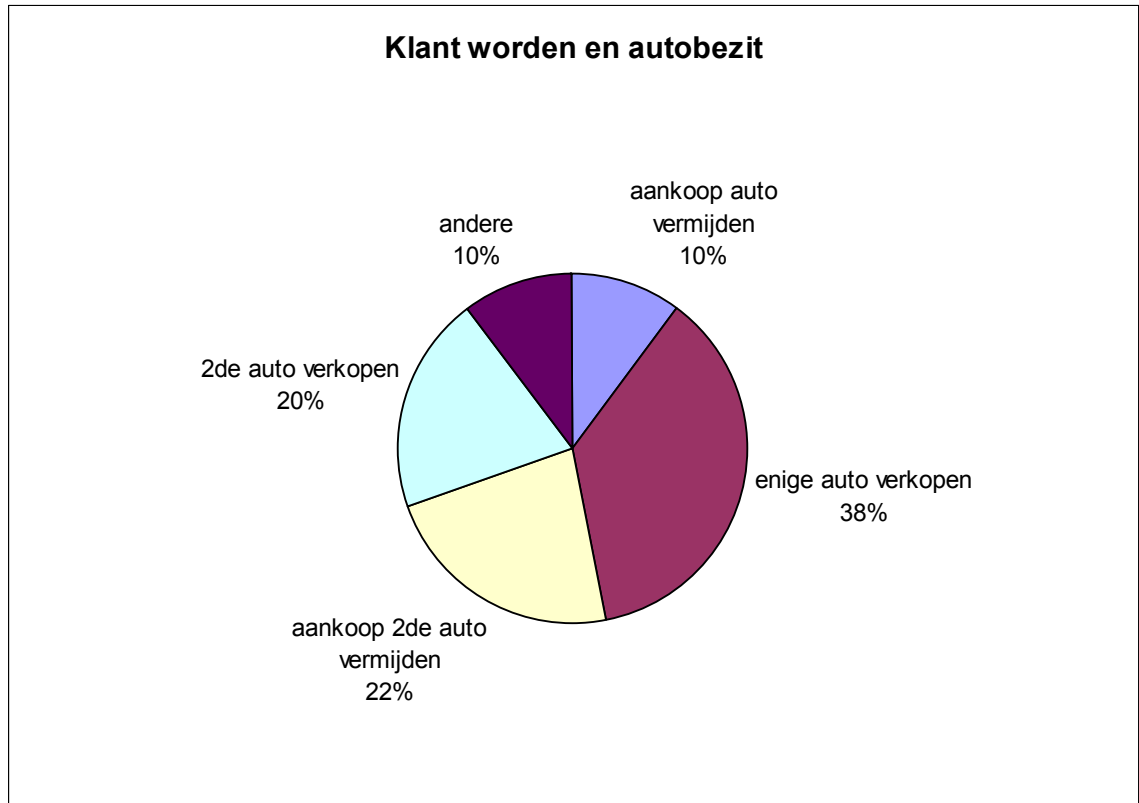
De eerste auto rijdt in 52% van de gevallen meer dan 10.000 km per jaar.



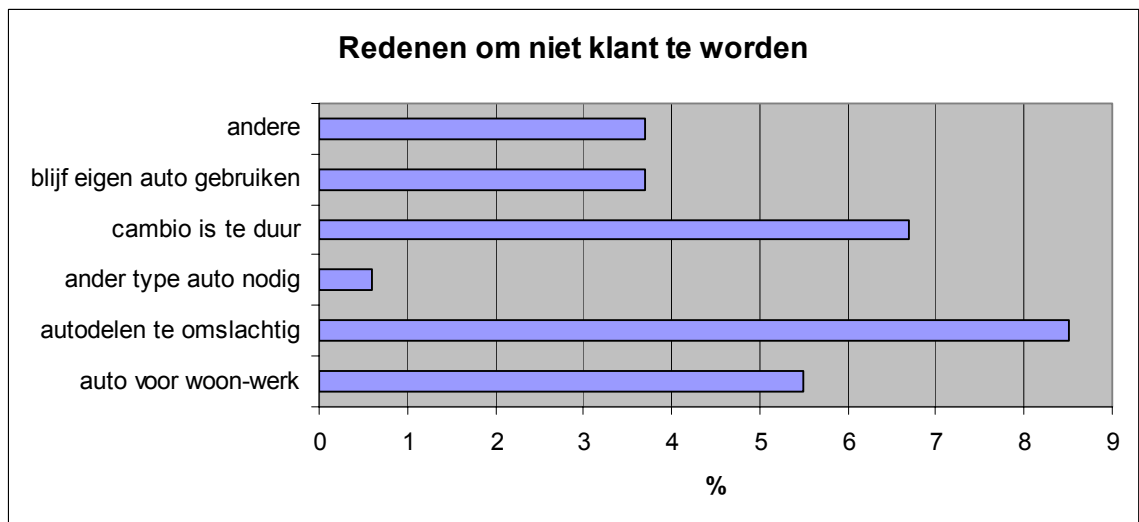
36 % van de respondenten gebruikt zijn auto dagelijks. We kunnen concluderen dat de cambio-auto's in dat geval vooral als 2^{de} auto gebruikt zullen worden.



Gevraagd of ze klant zullen worden van cambio als er standplaatsen komen in Kortrijk, antwoordt 76% van de respondenten dat ze bijna zeker klant worden. Slechts 7% is nog onbeslist.



Door klant te worden van cambio kunnen 58% van de respondenten of 28 gezinnen hun (enige) auto verkopen. Daarnaast kan 32% of 16 gezinnen de aankoop van een auto vermijden.



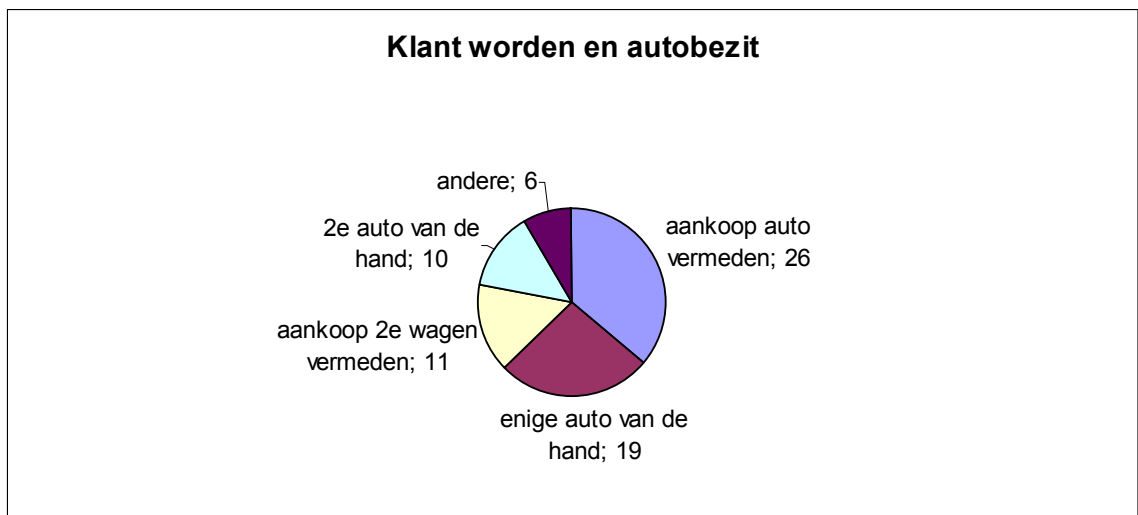
Als voornaamste reden om niet te gaan autodelen wordt aangehaald dat autodelen te omslachtig lijkt, op de voet gevolgd door het idee dat autodelen te duur is. Twee opvattingen die mits de juiste communicatie en een goede informatiecampagne makkelijk te weerleggen zijn.

SAMENVATTEND



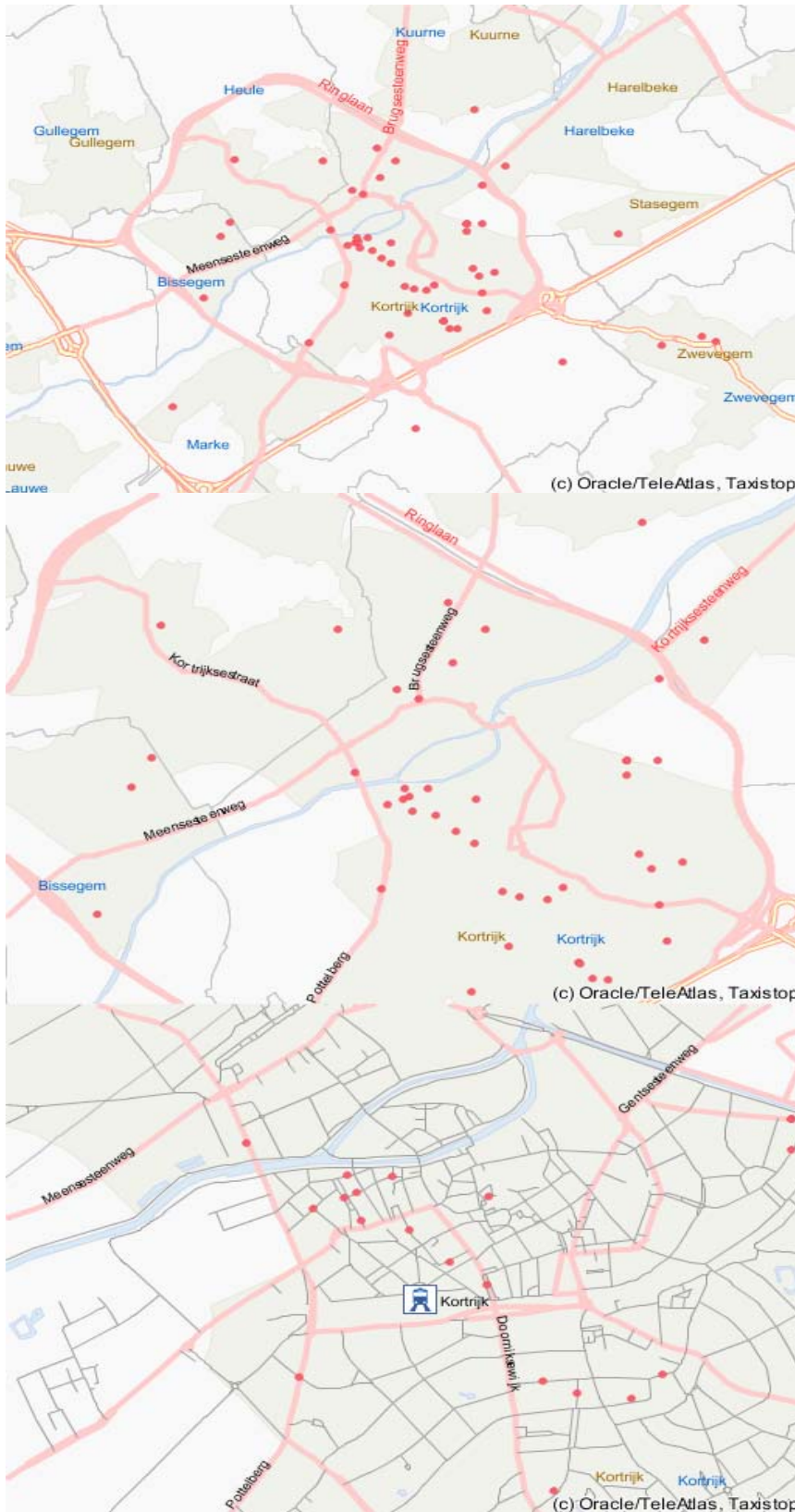
72 personen die aan de enquête deelnamen zeggen bijna zeker klant te worden wanneer cambio met autodelen start in Kortrijk. 4 personen hebben nog geen idee.

Heel wat respondenten nemen echter een afwachtende houding aan. Het komt er dus op aan hen vertrouwen in te boezemen en hen regelmatig en correct te informeren over de stand van zaken in Kortrijk.



29 personen zullen door klant te worden bij cambio hun (enige) auto kunnen verkopen. Daarnaast zijn er 37 die op die manier de aankoop van een auto vermijden.

GEOGRAFISCHE SPREIDING VAN DE RESPONDENTEN



SITUATIESCHETS

- Mechelen is, wat inwonersaantal betreft, met 77.480 inwoners de grootste Vlaamse stad in dit onderzoek. Bovendien wijst een bevolkingsdichtheid van 1188 inwoners/km² op een grote mate van verstedelijking.
- Mechelen is centraal gelegen tussen Brussel, Leuven en Antwerpen. Dit weerspiegelt zich in een sterk uitgebouwd aanbod aan openbaar vervoer. Er zijn directe verbindingen met heel wat grote steden. De stad beschikt ook over een stadsnet en via een derde betalerssysteem zorgt de stad ervoor dat Mechelaars aan een voordelig tarief gebruik kunnen maken van de bussen van De Lijn.
- Er zijn al enkele businessklanten in Mechelen die nu reeds van de cambio-auto's gebruik maken in andere steden. Daarnaast is er interesse van een aantal organisaties en is het hoofdkwartier van De Lijn, de hoofdaandeelhouder van cambio in Vlaanderen, in Mechelen gevestigd. Bovendien waren 10% van de respondenten die deelnamen aan de enquête zelfstandigen. We kunnen er dus van uit gaan dat er een voldoende potentieel aan bedrijven en organisaties aanwezig is die geïnteresseerd zijn in autodelen.

DE STAD ALS ZAKELIJK GEBRUIKER

- De stad Mechelen heeft op dit vlak nog geen toezeggingen gedaan. Voorlopig neemt ze een afwachtende houding aan. In mei 2006 opent het "Huis van de Mechelaar", daarin worden alle stadsdiensten gegroepeerd in het hart van de stad. Gezien de centrale ligging en de concentratie aan stadspersoneel, zijn de voorwaarden voor autodelen daar uiterst gunstig.

INVENTARIS STEDELIJKE COMMUNICATIEKANALEN

- Het stedelijk infoblad "Onder den Toren" verschijnt 2-maandelijks en wordt verspreid op 40.000 exemplaren onder alle Mechelaars.
- Op de lokale zender Radio Reflex heeft de stad een wekelijkse rubriek "Onder den Toren" die uitgezonden wordt op vrijdag en zondag telkens van 13.00u. tot 15.00u.
- Wekelijks verschijnt er een dubbele pagina met informatie van de Stad Mechelen in de Streekkrant op een oplage van 60.000 exemplaren. Deze worden verdeeld in Mechelen en omgeving.
- Ook in de Passe-Partout heeft de Stad Mechelen wekelijks een eigen rubriek.
- Ter gelegenheid van de opstart van cambio in Mechelen zal er een persconferentie/persvoorstelling georganiseerd worden.
- De stad Mechelen beschikt over een website waarop nieuwsitems kunnen gepubliceerd worden. Onder de rubriek mobiliteit wordt nu al aandacht besteed aan autodelen en zijn de contactgegevens van cambio te vinden.
- Via de lokale televisiezender kan informatie van de stad verspreid worden.
- Het Huis van de Mechelaar zal het infopunt van de stad Mechelen worden voor al haar inwoners. Hier kan informatie over cambio ter beschikking gesteld worden.
- In de openbare gebouwen van de stad kunnen folders ter beschikking gesteld worden (bibliotheek, stadsdiensten, wijk- en dorpshuizen).

- Affiches kunnen verspreid worden in de openbare gebouwen en de stedelijke infoborden op straat.
- Eind september wordt er een parkeerbrochure verspreid onder alle Mechelaars (40.000 exemplaren). Hierin kan cambio aangekondigd worden.
- Voor het stadspersoneel kan er een interne mailing georganiseerd worden en cambio kan vermeld worden in het personeelsblad.
- Cambio zal opgenomen worden in de Infogids 2007 die verspreid wordt onder alle Mechelaars.

INVENTARIS MOGELIJKE INBRENG VAN DE STAD

- Er is een besluit van het schepencollege dat dateert van 13 juli 2005 waarin het college principieel beslist om autodelen actief te ondersteunen.
- In het nieuwe retributiereglement inzake parkeren dat op 6 november 2006 van kracht wordt, wordt bepaald dat "de beperkingen van de parkeertijd niet gelden voor motorvoertuigen van cambio met standplaats Mechelen..." "...wanneer zij geparkeerd zijn op de voor deze voertuigen voorbehouden parkeerplaatsen, te herkennen door het verkeersbord E9a of E9b met onderbord "autodelen" en dit zowel in de blauwe als in de betalende zones." (retributiereglement inzake parkeren Stad Mechelen, art. 13 - § 1)
En verder: "Deelauto's van cambio met standplaats Mechelen..." "...kunnen, middels een door het college van burgemeester en schepenen goedgekeurde aanvraag van de eigenaar van het voertuig, een bewonerskaart toegekend worden die meer dan 2 zones beslaat." (retributiereglement inzake parkeren Stad Mechelen, art. 13 - §2)
- In vergadering van 26 april 2006 ging het college van burgemeester en schepenen van Mechelen principieel akkoord met de volgende punten:
 - In het Huis van de Mechelaar zal de geïnteresseerde alle nodige informatie over cambio kunnen vinden. Er zullen folders en inschrijvingsformulieren ter beschikking zijn.
 - De stad Mechelen is bereid om een lokaal ter beschikking te stellen voor een aantal informatie-avonden in de opstartperiode.
 - Voor de infosessies met nieuwe klanten zal de stad een lokaal ter beschikking stellen.
 - De stad Mechelen zal bij de opstart van cambio in Mechelen 2 tot 4 parkeerplaatsen inrichten specifiek voor cambiovoertuigen.

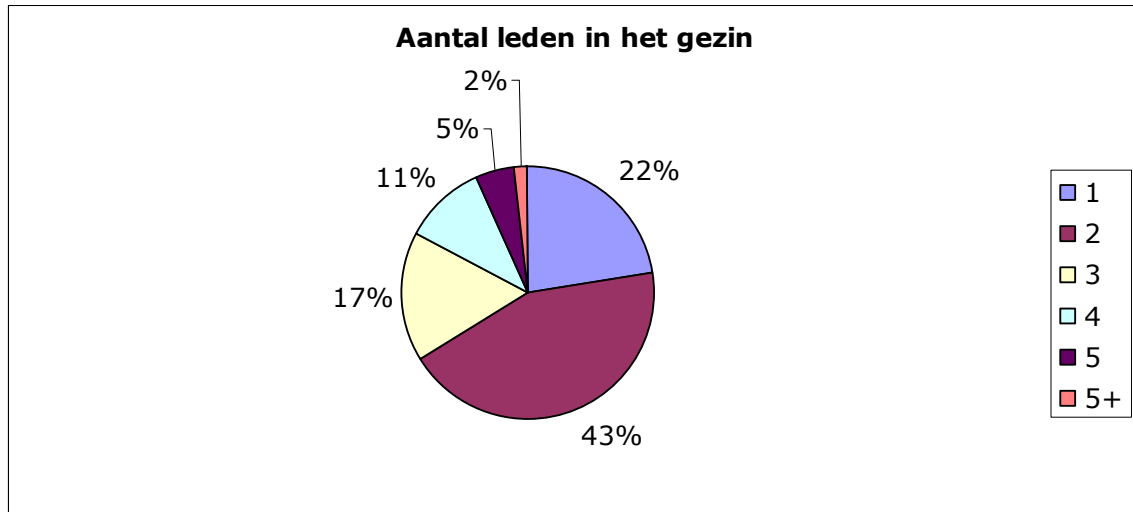
LOKALE SAMENWERKINGSVERBANDEN

- Als meerderheidsaandeelhouder van cambio in Vlaanderen zal De Lijn, die zijn hoofdzetel in Mechelen heeft, nagaan in welke mate zij kunnen optreden als lokale partner wanneer cambio start met autodelen in Mechelen. Op volgende punten zullen zij een mogelijke samenwerking onderzoeken:
 - Ter beschikking stellen van eerstelijnsinformatie en inschrijvingsformulieren in de Lijnwinkel aan het station van Mechelen en in de hoofdzetel van De Lijn in de Motstraat in Mechelen.
 - Ter beschikking stellen van een lokaal voor infosessies in de hoofdzetel in de Motstraat. Qua ligging en bereikbaarheid is dit echter geen ideale locatie.
 - Ter beschikking stellen van de infrastructuur van de stelplaats voor het onderhoud van de cambio-auto's.

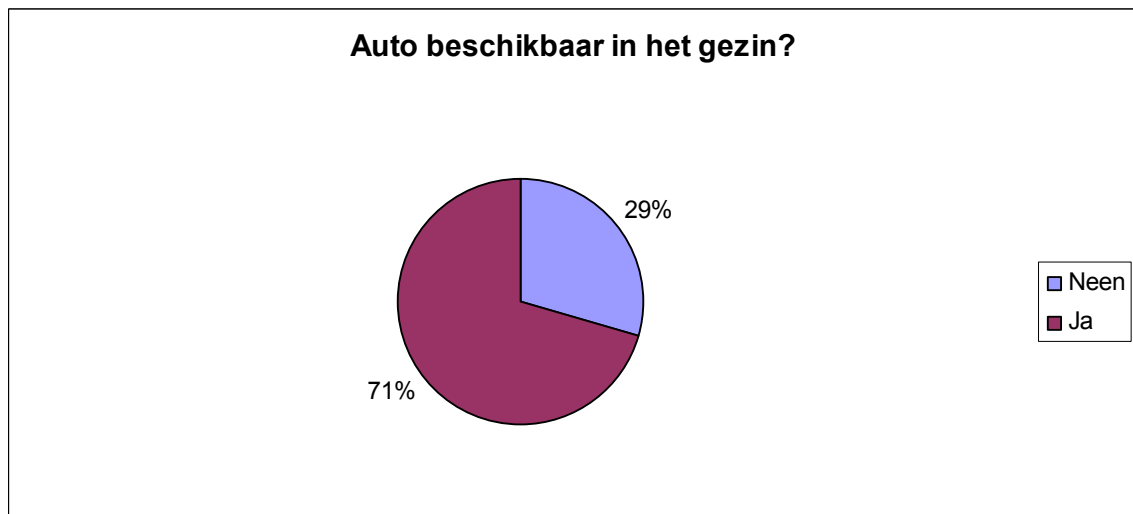
- Promoten van autodelen via de mobiliteitsconsulenten (voornamelijk voor bedrijven).
- 't Atelier vzw is een sociale werkplaats in Mechelen die interesse heeft in een samenwerking met cambio. Vooral voor het onderhoud van de auto's is hier samenwerking mogelijk. Er zijn echter nog geen rechtstreekse contacten geweest met deze organisatie.

RESULTATEN BEVRAGING BEVOLKING

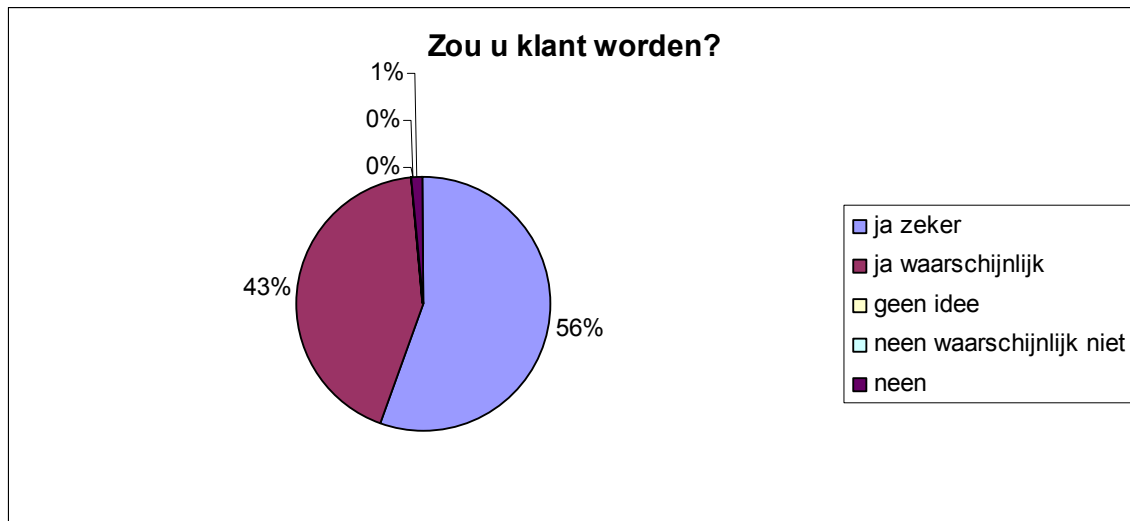
In Mechelen bezochten 359 personen de website met de enquête. 307 van hen vulde deze ook in. Mechelen haalde dus veruit de hoogste respons van de Vlaamse steden.



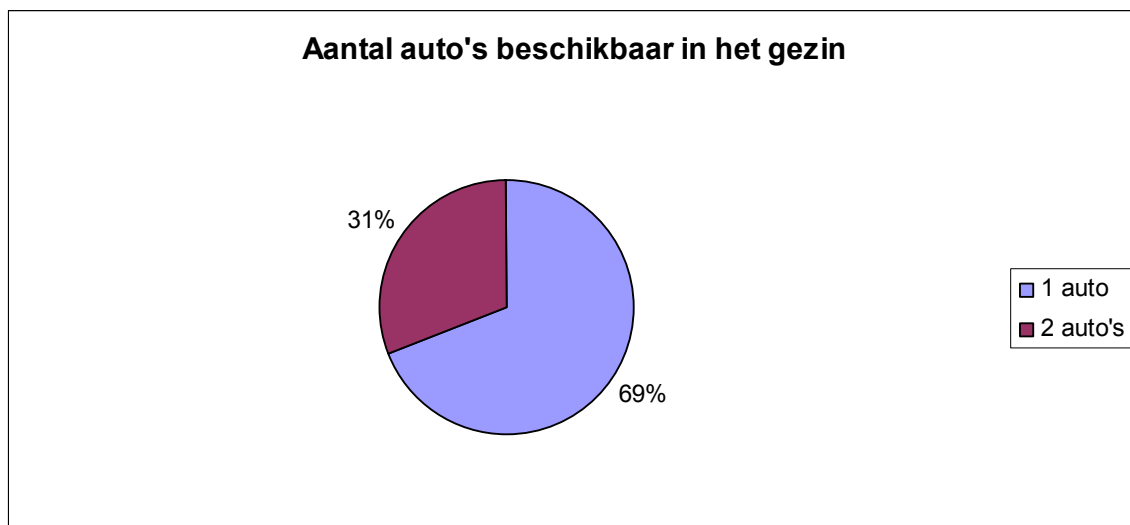
Ook hier vooral gezinnen van 1 à 2 personen (65%). In mindere mate gezinnen met kinderen.



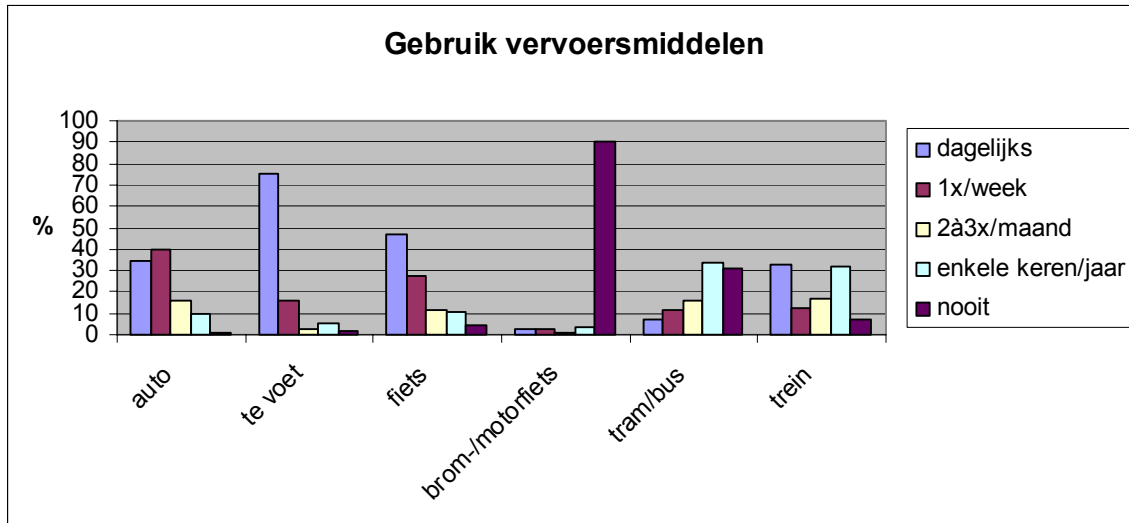
Een vergelijkbaar resultaat met de andere Vlaamse steden: slechts 29% van de respondenten zegt op dit moment geen auto beschikbaar te hebben in het gezin. Voornaamste reden daarvoor is de kostprijs van een eigen auto. Een aantal gezinnen delen nu reeds een auto (23).



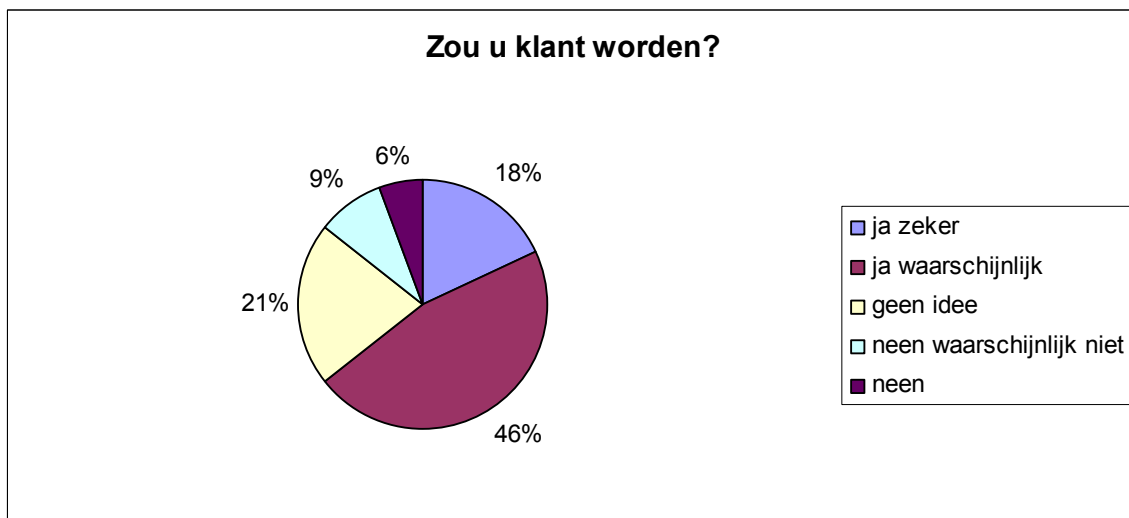
99% van de respondenten die stellen niet over een eigen auto te beschikken in het gezin (25 respondenten), zouden klant worden wanneer cambio start in Mechelen. Door klant te worden kunnen ze de aankoop van een eigen auto in de toekomst vermijden.



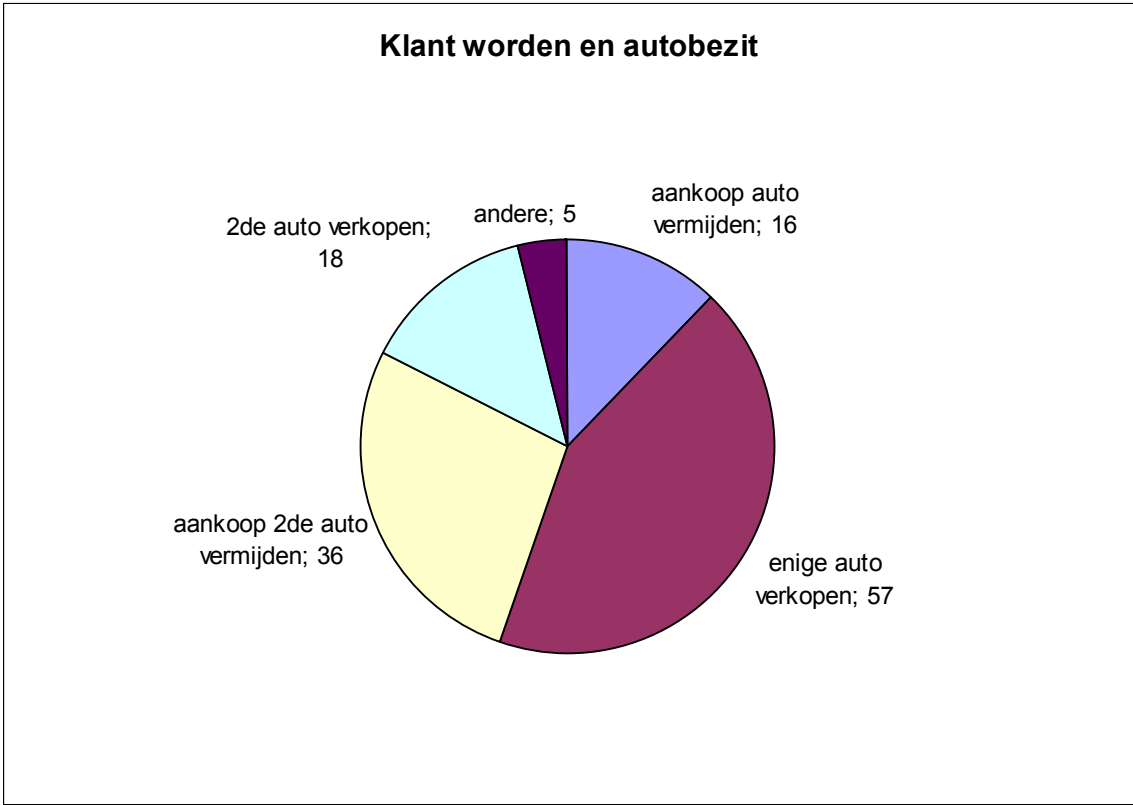
Van de groep respondenten die wel over een auto beschikt in het gezin, heeft 31% meer dan 1 auto ter beschikking. Met de eerste auto wordt tussen de 10.000 en de 20.000 km per jaar gereden, met de tweede in de meeste gevallen niet meer dan 10.000 km.



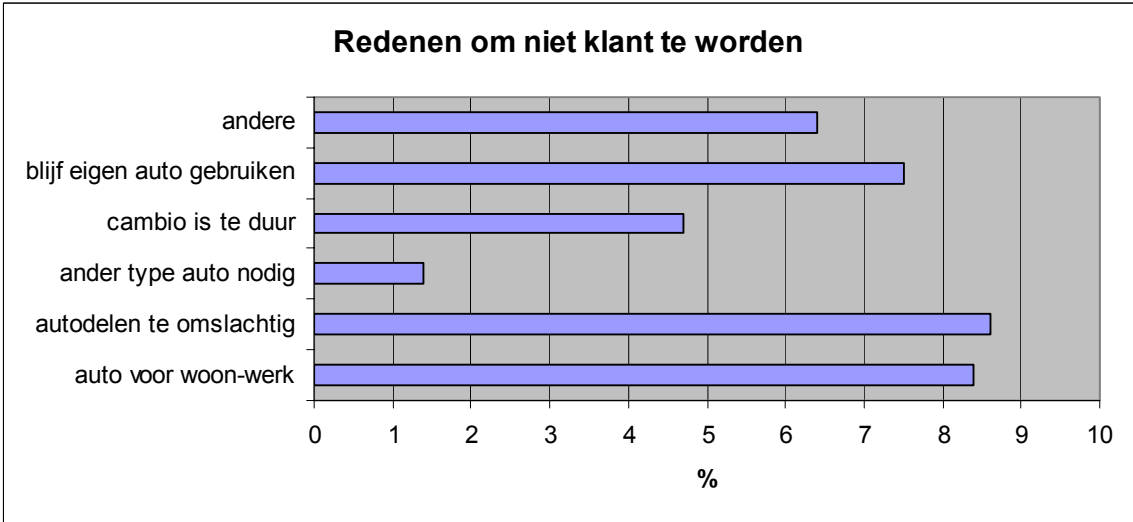
34% van de respondenten stelt dagelijks een auto te gebruiken. Voor hen kan cambio een interessant alternatief zijn voor een eventuele tweede auto.



64% van de respondenten zal zo goed als zeker klant worden indien cambio in Hasselt start. 21% is nog onbeslist. De voornaamste redenen om (nog) geen klant te worden zijn: de nood aan meer informatie en een afwachtende houding: "we zien wel wat het wordt eens cambio in Mechelen start."



75 respondenten zouden hun auto verkopen eens ze klant worden bij cambio. 52 andere kunnen de aankoop van een auto vermijden door klant te worden van cambio.

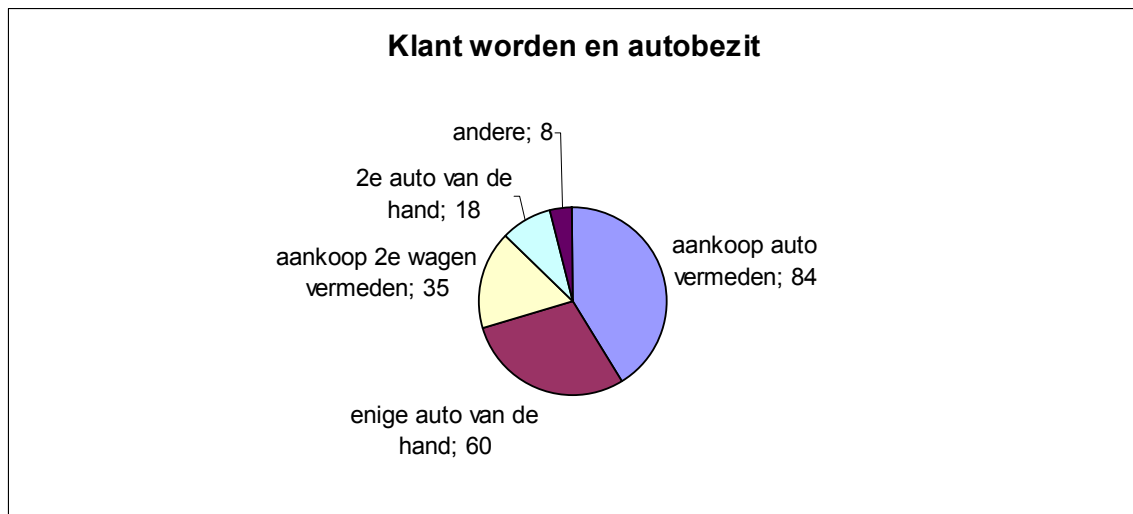


Gevraagd naar het waarom, stelt 13% van de personen die geen klant worden van cambio dat autodelen te omslachtig is of dat autodelen met cambio te duur is. Net als in de andere steden wijst dit op een noodzaak aan extra informatie.

SAMENVATTEND

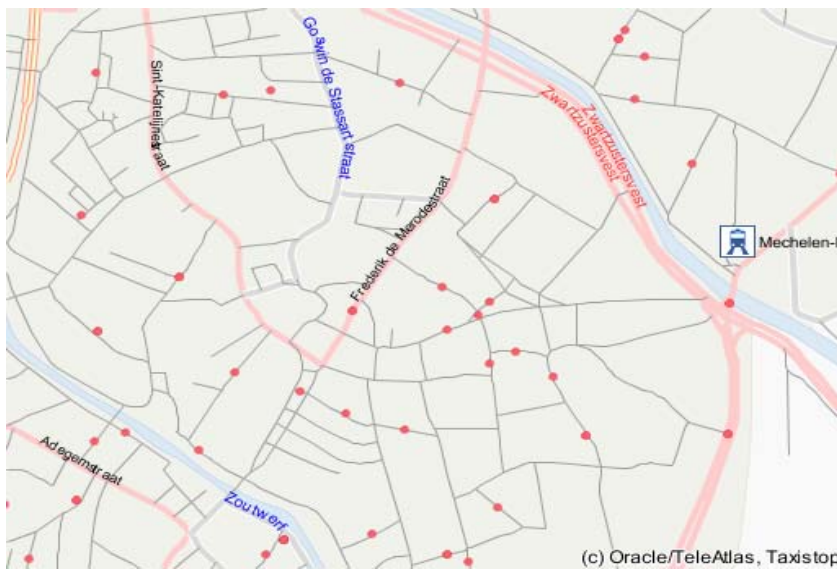
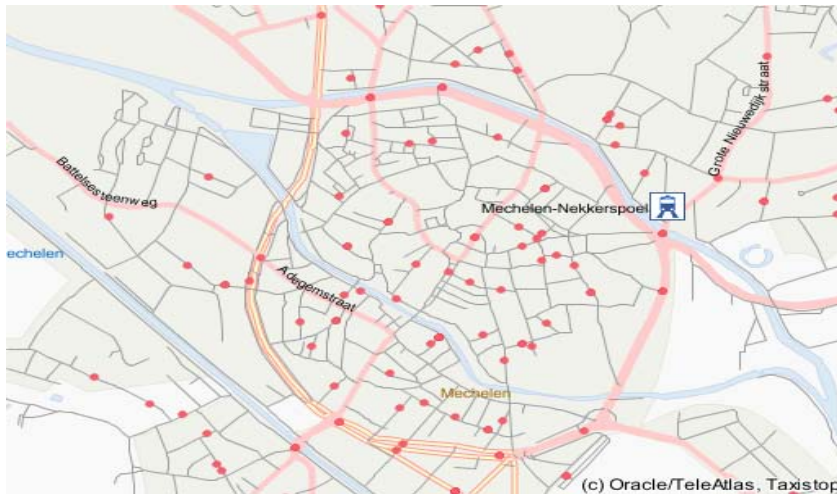
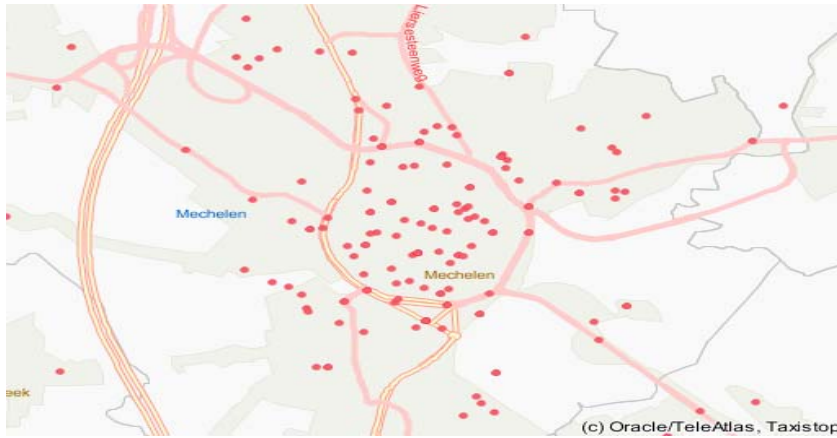


178 Mechelaars worden zo goed als zeker klant als cambio start in Mechelen. Daarnaast zijn 35 personen nog onbeslist. Zij vragen vooral meer informatie of nemen een afwachtende houding aan.



78 Mechelaars zullen hun (enige) auto verkopen als ze klant worden bij cambio. Daarnaast kunnen 119 personen de aankoop van een eigen auto op termijn vermijden.

GEOGRAFISCHE SPREIDING VAN DE RESPONDENTEN



BESLUITEN

MONS

De enquête die we in Mons gehouden hebben was op meer dan 1 vlak belangrijk. Er was niet alleen een grote respons (360 formulieren), die ervoor zorgt dat de resultaten in grote mate betrouwbaar zijn. Dankzij de verspreiding op grote schaal van de enquête op papier, hebben we het concept autodelen ook bij een groot aantal inwoners bekend kunnen maken. De resultaten kunnen dan ook beschouwd worden als een echte mobiliteitsenquête.

42% van de respondenten zeggen klant te zullen worden. Dit betekent dat 129 gezinnen zeggen zeker of bijna zeker klant te zullen worden eens er gestart wordt met autodelen in Mons. Deze 129 gezinnen alleen al volstaan om de start van een autodeelproject te rechtvaardigen.

De stad Mons heeft aanzienlijke inspanningen geleverd voor de verspreiding van de enquête en de informatiecampagne daaromtrent. De politieke wil om autodelen te integreren in het globale mobiliteitsbeleid van de stad is groot. Reeds van bij de eerste contacten rond dit project is er een begeleidingsteam samengesteld bestaande uit de stadssecretaris, de schepen van mobiliteit, een vertegenwoordiger van de TEC, een vertegenwoordiger van de "Gestion Centre Ville", een vertegenwoordiger van het communicatiebureau van de stad en van hun raadgever inzake mobiliteit. Deze samenwerking is heel efficiënt gebleken en voorspelt een goede samenwerking in de toekomst.

Door de lokale strategie inzake de ontwikkeling van autodelen in Wallonië en de beperkte financiële middelen van de operator in Wallonië, dringt de nood aan sterke lokale partners die de beperkte middelen van de operator kunnen aanvullen zicht op. De sterke samenwerking tussen het Gestion Centre Ville enerzijds en de Henegouwse TEC anderzijds, laat toe een snelle start van autodelen in Mons in het vooruitzicht te stellen.

CHARLEROI

De enquête werd in Charleroi enkel via het internet verspreid. Dit leverde slechts 48 reacties op. De respondenten zijn voornamelijk personen die erg geïnteresseerd zijn en gemotiveerd zijn om aan autodelen deel te nemen. 80% van hen zou meteen of bijna zeker meteen klant worden. Gezien het lage aantal antwoorden, kunnen we echter niet voorspellen of er echt voldoende belangstelling is in autodelen in Charleroi.

De stad is erg dicht bevolkt. Dit kan wijzen op een belangrijk potentieel voor autodelen. Maar gezien het lage aantal respondenten is het onmogelijk om hierover uitspraken te doen. Hoe dan ook is het idee in Charleroi gelanceerd en erg positief onthaald door de schepen van mobiliteit. De communicatie naar het grote publiek is echter achterwege gebleven. Bovendien wil de stad Charleroi erover waken alle regels inzake mededinging te respecteren. Ze zijn dus eerder voorzichtig in het ondersteunen van een operator die autodelen in de stad wil introduceren.

Het potentieel in Charleroi kon op basis van deze rondvraag onvoldoende aangetoond worden. Op korte termijn kan in deze stad dus geen autodeelproject opgestart worden. Het idee is gelanceerd in Charleroi, maar de stad heeft de geboden kans nog niet meteen gegrepen.

HASSELT

In Hasselt namen 150 personen deel aan het onderzoek van wie 85 respondenten stelden zo goed als zeker klant te zullen worden wanneer cambio in Hasselt start.

Daarnaast wordt aan alle randvoorwaarden voldaan. De stad beschikt over een uitgebreid netwerk van openbaar vervoer dat bovendien gratis is. Een aantal belangrijke bedrijven en instellingen hebben hun zetel in (de onmiddellijke buurt) van het stadscentrum, waar verder zowat alle respondenten wonen. Dit kan zorgen voor een goede verdeling tussen particuliere en professionele gebruikers van de deelauto's.

Mobiliteit is voor het stadsbestuur van Hasselt een van de topprioriteiten. Ze verrichtten in het verleden al heel wat werk inzake het stedelijk openbaar vervoersnetwerk (pioniers in Vlaanderen met gratis stadsvervoer), er wordt gewerkt aan de ontsluiting van de regio via het spoor,... Hun keuze voor autodelen wordt dus gedragen door een ruimere mobiliteitsplanning.

Bovendien wil de stad Hasselt zijn volledige medewerking verlenen inzake inschrijvingen, infosessies, opvolging wagenpark enz. De tussenkomsten van cambio kunnen dus beperkt blijven tot sporadische opvolging.

De Mobidesk Limburg is bereid om autodelen bekend te maken bij bedrijven en kan cambio op het spoor zetten van geïnteresseerde bedrijven in Hasselt.

De vraag naar meer informatie is in Hasselt, net als in de andere Vlaamse steden nog erg groot. Bijzondere doelgroepen waarop gefocust kan worden zijn de bedrijven in het stadscentrum of op de singel en studenten en onderwijzend personeel van de universiteit en hogescholen.

De combinatie van deze factoren zorgt ervoor dat de voedingsbodem in Hasselt zeker voldoende vruchtbaar is voor een bescheiden wagenpark (2 à 3 wagens in een eerste fase), gezien het aantal geïnteresseerden.

KORTRIJK

In Kortrijk zijn de externe factoren iets minder gunstig. Zo is het stedelijk openbaar vervoer minder uitgebouwd en bevinden enkele grote bedrijventerreinen zich buiten de stad. Dit zal het moeilijker maken om businessklanten aan te trekken. De stad Kortrijk zelf zal slechts in beperkte mate gebruik maken van de cambio-auto's.

72 personen gaven aan dat ze vrijwel zeker klant zullen worden van cambio. De stad Kortrijk is bereid zijn volledige medewerking te verlenen voor het inrichten van de standplaatsen en het ter beschikking stellen van een lokaal voor de infosessies. Voor een aantal andere taken zoals het onderhoud van de wagens en het geven van de infosessies kan een samenwerking met de vzw Mobiel verder onderzocht worden. Via deze organisatie kunnen we ook een aantal belangrijke potentiële klanten bereiken.

Wanneer hier meer gecommuniceerd wordt over autodelen, kunnen we wellicht een groter publiek bereiken. Studenten en personeel van de hogescholen en universiteit, stadspersoneel en leden van de vzw Mobiel zijn doelgroepen die relatief makkelijk te bereiken zijn.

We kunnen stellen dat er in Kortrijk een beperkte belangstelling is voor autodelen. Een bescheiden start met een 2-tal voertuigen, ondersteund door een intensieve promotiecampagne kan wellicht nog extra gegadigden opleveren. Op langere termijn kan er bekeken worden of het mogelijk is om een project op te starten in samenwerking met de Intercommunale Leiedal voor de site "Deltapark" en kan een Euregioproject met de metropool Rijsel overwogen worden.

MECHELEN

In Mechelen was de respons aanzienlijk groter dan in de andere Vlaamse steden. 178 Mechelaars stellen zo goed als zeker klant te zullen worden eens cambio in Mechelen van start gaat. De hoge respons is vooral te danken aan de uitgebreide inspanningen die de stad Mechelen gedaan heeft om de enquête te verspreiden.

De stad is erg centraal gelegen en heeft goede verbindingen met het openbaar vervoer. Bovendien geeft de stad een korting aan haar inwoners via het derde betalersysteem. Op die manier wordt het gebruik van het openbaar vervoer gestimuleerd.

Cambio heeft al een aantal klanten die in Mechelen wonen of er hun vestiging hebben. Op dit moment gebruiken die de cambio-auto's in andere steden.

De stad Mechelen heeft nog geen beslissing genomen wat betreft zakelijk gebruik, maar staat wel achter het project. Zo werd autodelen reeds opgenomen in het nieuwe retributiereglement voor de parkeergelden en zijn er collegebesluiten waarin uitdrukkelijk gesteld wordt dat autodelen actief zal ondersteund worden door de stad.

Een lokale partner is niet meteen gevonden. Zowel van De Lijn als van vzw Atelier hebben we nog geen uitsluitel gekregen over hun medewerking en de voorwaarden daaraan verbonden. Maar gezien de centrale ligging en de nabijheid van Antwerpen waar cambio reeds actief is, zal het logistieke aspect hier geen grote hinderpaal vormen.

Gezien de grote publieke interesse en de formele steun van de stad Mechelen, kan overwogen worden om in Mechelen met 1 à 2 standplaatsen en 3 tot 4 auto's te starten. De stad Mechelen wil wel wachten tot na het in werking treden van het nieuwe retributiereglement inzake parkeergelden op 6 november 2006.