



Fiche-action M10 : Parkings covoitureurs

Réserver des places de parking spécifiques aux covoitureurs

Objectif et intérêt :

L'objectif est de **mettre en valeur** les personnes qui font l'effort de covoiturer et **sensibiliser** ceux qui ne le font pas encore.

Les intérêts sont multiples :

- Les covoitureurs sont privilégiés du fait des places réservées pour eux, surtout si ces places sont **proches** de l'entrée ;
- L'entreprise s'inscrit dans une démarche de **réduction des émissions de CO₂** ;
- L'entreprise **optimise** ses places de parking ;
- Le groupement d'entreprises permet de faire fabriquer un nombre plus important de panneaux, donc obtenir un **prix plus intéressant**.

Les étapes

1. Obtenir les renseignements préalables

Le porteur de projet commence par se renseigner sur le prix de panneaux mentionnant « covoitureurs » et/ou portant un dessin (voir dans les outils « [exemple de design](#) ») Ensuite, il propose aux responsables d'entreprises ou aux [personnes-relais](#) de se grouper pour acheter des panneaux.

2. Collecter les informations auprès de chaque entreprise

Les personnes responsables de l'action au sein de chaque entreprise doivent évaluer l'opportunité d'un tel achat, sonder l'intérêt des travailleurs et déterminer le nombre de panneaux qu'ils souhaitent acquérir. Si une enquête mobilité a été réalisée, elle donne des informations sur le nombre de personnes qui pratiquent déjà le covoiturage.

Le porteur de projet collecte les commandes et les desideratas des entreprises en matière de design.

3. Rédiger le cahier des charges

Il peut alors rédiger un cahier des charges, envoyer un appel d'offres et permettre aux responsables d'entreprises ou [personnes-relais](#) de choisir le fournisseur. Ce cahier des charges doit contenir les dimensions d'un panneau, le dessin ou la mention à y inscrire, le nombre de panneaux à fournir, le mode de fixation, la nécessité ou non de faire placer les panneaux, etc...

3. Inciter chaque entreprise à sensibiliser son personnel

Au sein de chaque entreprise, la [personne-relais](#) ou le responsable d'entreprise doit, par exemple via des affiches, faire connaître la nouvelle disposition à son personnel et inviter chacun à la respecter (voir [exemple d'affiche](#) dans les outils). En particulier, il peut faire réaliser des autocollants portant le même dessin que le panneau afin d'identifier les voitures autorisées à utiliser les places réservées.

Facteurs de réussite

Convaincre le responsable d'entreprise de l'utilité de l'action. Ainsi, il y a plus de chance que l'entreprise organise une vraie campagne de sensibilisation. Si la pose de panneaux n'est pas accompagnée d'information, l'action risque de ne pas porter ses fruits.

Obstacles

Peu d'entreprises sont conscientes de l'intérêt de tels panneaux.

Solution : Une fois les panneaux installés dans une entreprise, un article dans le journal des entreprises peut en inciter d'autres à passer à l'action.

Outil 1 | [Exemple de design de panneaux](#)

Outil 2 | [Exemple d'affiche de sensibilisation](#)