

CAMPANHA PARA A PROMOÇÃO DA BICICLETA EM GHENT, BÉLGICA

STAD GENT

LOS MEE DE FILES OP *

**22 september 2003
autovrije dag in Gent**

*** en win
een prijs**

Kom te voet, met de fiets, met het openbaar vervoer of gebruik de P&R-parking in Gentbrugge (tram 21/22) op 22 september en maak kans op o.a. een TREK-fiets !
Surf naar www.gent.be (verkeer) of mail carfree.day@traject.be

Campanha para a promoção da bicicleta em Ghent

Descrição do problema

Desde o final dos anos noventa, a cidade de Ghent tem seguido uma política de encorajamento de viagens sustentáveis. A cidade já organizou varias iniciativas de forma a encorajar o uso de transportes sustentáveis nas deslocações casa- escola (ex. viagens gratuitas em transportes públicos para alunos até aos 15 anos de idade) e também nas deslocações de lazer (ex. autocarros grátis para as idas às compras durante os fins de semana em Dezembro). Hoje em dia, a assembleia da cidade quer também dar atenção às deslocações casa - emprego.

Descrição da campanha / medidas

No âmbito do projecto Step-by-Step, foi desenvolvida uma campanha para estimular o uso da bicicleta e dos transportes públicos para as deslocações casa - emprego. A Campanha em Ghent tentou focar os dois primeiros passos da abordagem do Tapestry:

- Aumentar o grau de consciência do problema
- Aceitar responsabilidades

A Assembleia da Cidade concordou que o Dia Europeu Sem Carros, que decorre todos os anos no dia 22 de Setembro, seria um ponto de partida ideal para a campanha. Como o 22 de Setembro coincidia com um dia de semana (Segunda feira em 2003; Quarta feira em 2004) foi uma boa oportunidade para empregadores/empregados se envolverem no evento. Pretendia-se tornar empregadores/empregados conscientes de serem os principais causadores da congestão de tráfego nas horas de ponta, da poluição causada pelos modos de transporte motorizados e problemas de segurança rodoviária. Ao apresentar alternativas à utilização do transporte individual, pretendeu-se responsabilizar os seus utilizadores pelos problemas causados e por outro lado, mostrar que fazem parte da solução.

Objectivos da campanha

- maximizar os níveis de participação de quem trabalha no centro da cidade;
- contactar a maioria do funcionários das empresas participantes;
- fornecer informação a todos os participantes sobre alternativas sustentáveis de transportes;
- conseguir um grau de satisfação máxima no que diz respeito ao aconselhamento sobre modos de transporte sustentáveis
- conseguir uma alteração no modo de deslocação dos trabalhadores das empresas participantes no Dia Europeu Sem Carros



Preparação: Campanha Dia Europeu Sem Carros 2003

Como parte do processo de aprendizagem, em 2003, foi organizada uma campanha mais pequena para o Dia Europeu Sem Carros, para os trabalhadores de uma área restrita do centro da cidade (Ghent Zuid district). Todas as empresas (193) desta área foram convidadas a participar no Dia Europeu Sem Carros, a 22 de Setembro. Todos os gestores das empresas envolvidas receberam uma carta assinada pelo vereador da mobilidade.

De entre as 193 empresas que receberam a carta, muitas eram pequenas empresas (incluindo: advogados, dentistas, pequenos comerciantes). Para as empresas maiores realizaram-se telefonemas para confirmar a recepção da carta, forneceu-se mais informação e solicitou-se o preenchimento da folha de inscrição. No fim, apenas 11 das 193 empresas contactadas estavam interessadas em participar na campanha e incentivar os seus trabalhadores a usar modos de transporte mais sustentáveis no dia 22 de Setembro.

A campanha alargou-se a outros empregadores e empregados, dado o baixo número de empresas participantes. Devido a tratar-se de uma decisão de última hora, o anúncio foi feito apenas na conferência de imprensa semanal da Câmara e através do website da cidade.

Ocorreram 495 inscrições para Dia Europeu Sem Carros 2003. Foi prestado aconselhamento sobre modos de transporte a 113 participantes, a maioria procurava uma ciclovia segura. A campanha foi concluída com a avaliação do aconselhamento prestado e com uma mesa redonda na qual estiveram presentes representantes das diferentes empresas, participantes, o vereador da mobilidade e jornalistas.

Campanha Dia Europeu Sem Carros 2004, Ghent

As conclusões da última campanha foram aplicadas na organização da campanha de Setembro de 2004 como em 2003 as empresas mais pequenas não tinham participado, para esta campanha convidaram-se apenas as empresas com mais de 50 empregados

o convite para participar na campanha de 2004 foi enviado apenas por email, uma vez que as cartas enviadas no ano anterior não tinham sido eficazes

Assim, todas as empresas com mais de 50 empregados em Ghent receberam um convite, em formato electrónico, para participarem na campanha. Para além destes contactos foram convidadas as três pequenas empresas que tinham participado em 2003. Também foram contactadas, desta vez por carta, as 101 empresas no Porto de Ghent.

Foi organizado, no Domingo 19-09-04, o Dia para andar de bicicleta (Gent Bikes-day !). Durante este evento havia um stand com informação sobre a campanha do Dia Sem Carros, onde qualquer pessoa se podia inscrever.

No convite enviado às empresas era referida a necessidade de manter a cidade e os locais de trabalho acessíveis (aumentando o grau de consciência do problema). Da mesma forma, tornava-se claro que os empregados deveriam escolher uma forma mais sustentável de transporte, com a bicicleta ou os transportes públicos (aceitar a responsabilidade).

As empresas participantes receberam o convite, com a folha de inscrição para enviar aos seus empregados. Os empregados poderiam pedir aconselhamento sobre modos de transporte, desta forma



apelava-se ao seu senso de responsabilidade. A maior parte das pessoas utiliza transporte individual porque diz não existirem alternativas (“ciclovias inseguras”, “não existem ligações entre os transportes públicos”). Através de aconselhamento personalizado, a maioria das pessoas eram confrontadas com o facto de existirem boas alternativas.

Os empregados eram encorajados a utilizar bicicletas e transportes públicos através de um concurso. Os participantes no Dia Sem Carros poderiam ganhar mais de 140 prémios. Estes prémios estavam relacionados com modos de transporte sustentáveis (por exemplo, bicicleta dobrável, inscrição numa empresa de partilha de veículos, bilhetes para transportes públicos).

Quem é o impulsionador? Quem é o beneficiário?

A Traject iniciou esta campanha que foi desenvolvida e implementada em colaboração com o Departamento de Mobilidade de Ghent e a Associação Flamenga de Utilizadores de Transportes Públicos. Os grupos alvo foram os empregadores, empregados que utilizam o automóvel na sua deslocação para o local de trabalho (para encorajá-los a experimentar uma alternativa sustentável) e empregados que já utilizam a bicicleta ou transportes públicos nessa mesma deslocação (através da confirmação da sua escolha, proporcionando-lhes informação sobre uma ciclovias melhor, ajudando-os a utilizar a bicicleta mais frequentemente nas deslocações para o local de trabalho).

Slogan principal

Ajude a “dissolver” o congestionamento de trânsito! Nós mostramos qual a ciclovias ou que transporte público que mais se ajusta às suas necessidades. Experimente no Dia Europeu Sem Carros e ganhe um prémio!!

Resultados

Na primeira campanha participaram 495 empregados (Dia Sem Carros 2003), foi organizado a uma escala menor. Na campanha de 2004 colaboraram **38 empregadores**: 4 empresas do Porto de Ghent, 34 no centro da cidade. O nível de participação das maiores empresas (>50 empregados) localizadas no centro da cidade foi bastante elevado: participaram 34 das 75 empresas contactadas!

Foram recebidas **1039 inscrições** para o Dia Sem Carros: 1011 das 38 empresas e 28 inscrições individuais. Os participantes que habitualmente utilizavam o automóvel para se deslocarem para o trabalho, 289 (28%), escolheram outro meio de transporte no Dia Sem Carros. No entanto, a maioria dos participantes na campanha já tinham um comportamento sustentável.

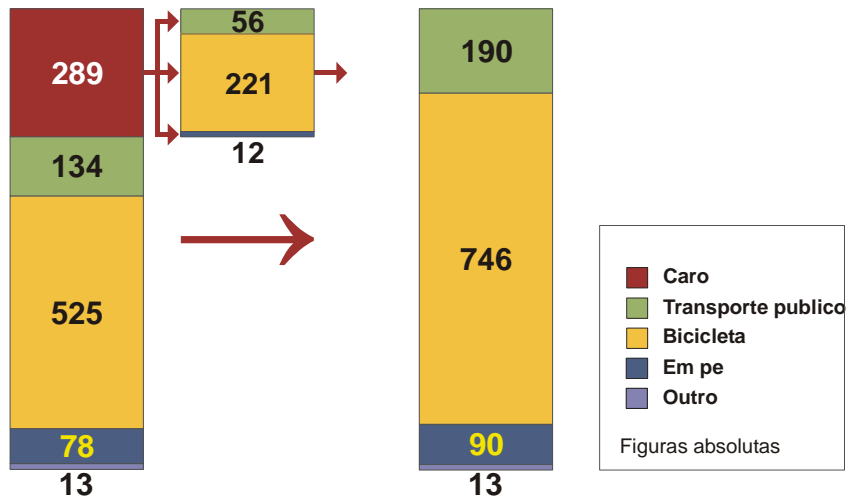


Figura 1: Distribuição dos participantes pelos modos de transporte, num dia "normal" e no Dia Europeu Sem Carros.

A maioria dos condutores (76%) escolheu usar a bicicleta como meio de transporte alternativo no dia 22 de Setembro. Cerca de 19% dos participantes quiseram experimentar os transportes públicos. Com os 289 carros que se mantiveram fora da Cidade durante o Dia Europeu Sem Carros, podemos afirmar que foi registado menos de 1,75 km de tráfego e / ou uma redução na área de estacionamento equivalente a 2 campos de futebol.

Oportunidades / barreiras

Factores de influência e critérios de sucesso

- Concentrar a atenção nas empresas maiores (mais de 50 empregados). As cartas e e-mails dirigidos às pequenas empresas tiveram menos impacto.
- A melhor maneira de sensibilizar os empregados é através dos empregadores. Se a empresa participar, a informação será dada pela gestão da própria empresa e será mais eficaz.
- Por outro lado se alguém decidir participar individualmente, pode informar os seus colegas e o resto da empresa
- O aconselhamento sobre modos de transporte teve resultados positivos. Mesmo para aqueles que utilizam a bicicleta regularmente na sua deslocação para o local de trabalho, nem sempre conheciam a ciclovias mais adequadas para esse percurso.
- Concurso com entrega de prémio.
- O facto de os media estarem envolvidos funcionou como um estímulo para as empresas.



Possíveis barreiras

- Evitar dedicar mais atenção àqueles que trocam de meio de transporte num único dia, no Dia Europeu Sem Carros. Dedicar, pelo menos a mesma atenção aos que já utilizam modos de transporte sustentáveis no seu quotidiano.
- Nem sempre é fácil fornecer informações sobre transportes sustentáveis a todos os participantes. Por exemplo: algumas pessoas preferem ir num autocarro que para perto de casa, mas demora mais tempo do que um comboio mais rápido, mas cuja paragem é mais longe, enquanto outros preferem o contrário.

Passos para a implementação

- criar a equipa para a campanha e distribuir tarefas: contratar patrocinadores, procurar parceiros para a comunicação
- contactar os empregadores / obter participações
- contactar empregados das empresas participantes / obter participações
- sensibilizar o público em geral: comunicar a realização da campanha através dos média
- aconselhamento sobre modos de transporte a todos os interessados
- organizar um concurso com entrega de prémio no Dia Europeu Sem Carros
- avaliar a campanha, guardar a informação recolhida para voltar a utilizar numa campanha futura

Período para implementação

Ligar a campanha a outras iniciativas como, a Semana da Mobilidade ou o Dia Europeu Sem Carros.

Exemplos

Depois de uma campanha pequena em 2003, a cidade de Ghent repetiu a campanha, em 2004, em maior escala. A cidade pretende repetir a campanha todos os anos, tornando-a mais eficaz e cada vez com mais empresas participantes:

- Para mais informações da Câmara Municipal de Ghent:
Yves Debaets, Mobility Department City of Ghent
Woodrow Wilsonplein 1 – B 9000 Ghent, Bélgica,
yves.debaets@gent.be, telefone : +32 9 266 77 70; fax : +32 9 266 77 79
- Contact : Rik Schreurs, rischreurs@limburg.be, + 32 11 23 83 51 or Katrien Backx,
kab@mobidesklimburg.be, + 32 11 870 930



© 2004 by FGM - AMOR.
Step by Step is a project within
the SAVE Programme of the European Union.

AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

Custos / Benefícios

Os custos de uma campanha de promoção, como a do Dia Europeu Sem Carros, depende da escolha dos instrumentos de comunicação (informação em papel ou em formato digital) e da escala em que a campanha é organizada. A experiência desta campanha mostra que uma campanha de comunicação “digital” é mais económica.

Um outro factor que influencia os custos de uma campanha é disponibilidade de informação sobre as várias ligações entre transportes públicos. Se estas informações estiverem disponíveis, os esforços e custos para fornecer informações sobre transportes podem ser reduzidos significativamente.

Uma campanha numa cidade europeia de tamanho médio (Ghent tem 100,000 habitantes) concentrando-se nas empresas maiores (com mais de 50 empregados) pode custar 15.000 euros.

Os benefícios são mais difíceis de calcular, embora se conheça o número de empregados (289) das empresas participantes, que deixou o automóvel em casa e escolheu um modo de transporte sustentável. O que significa pelo menos 1,75 km de tráfego a menos e uma redução na área de estacionamento equivalente ao tamanho de 2 campos de futebol. Das pessoas que receberam aconselhamento sobre modos de transporte, 68% respondeu com continuaria a seguir a sugestão, por isso pode-se assumir que este tipo de campanhas se traduz num benefício a longo prazo, para o consumo de energia e congestão de trânsito.

Link e /ou artigos para mais informações

No relatório final do projecto STEP-BY-STEP é possível obter mais informação. Este relatório pode ser descarregado do website do projecto: www.eu-stepbystep.org