



TRANSIT PROJECT

Training Paths for Adults on Sustainable Mobility

ANALISI DI CONTESTO

Prodotto Intellettuale 1





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

AUTORI



Nome

- Teresa Gallelli
- Giovanna Parmigiani
- Alessandro Pierantoni
- Federica Gravina
- Konstantinos Athanassopoulos, PhD
- Christiana Pirasmaki
- Carlos Ameixenda
- Mikael Haster
- Magnus Lindh
- Gabriele Franzini

Partner

- Lepida
- Lepida
- Lepida
- SERN
- ECOCITY
- ECOCITY
- Abegondo Municipality
- Karlstad Municipality
- University Karlstad
- UPP

e-mail

- teresa.gallelli@lepida.it
- giovanna.parmigiani@lepida.it
- alessandro.pierantoni@lepida.it
- federica.gravina@sern.eu
- kathanas.civil@gmail.com
- Christiana.pirasmaki@ecocity.gr
- carlosameijenda@gmail.com
- mikael.haster@karlstad.se
- magnus.lindh@kau.se
- g.franzini@unioneipedemontana.pr.it



TAVOLA DEI CONTENUTI

TAVOLA DEI CONTENUTI

INTRODUZIONE

1 DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ DI RACCOLTA DATI

1.1 MODELLO PER LA RACCOLTA DEI DATI

2 DEFINIZIONE DEL MODELLO DI INDAGINE

3 REALIZZAZIONE DELLO STRUMENTO DI INDAGINE E LANCIO DELL'INDAGINE

3.1 COSTRUZIONE DELLO STRUMENTO DI INDAGINE

3.2 LANCIO DELL'INDAGINE

4 ANALISI DEI RISULTATI

4.1 INDAGINE AD ABEGONDO, SPAGNA

4.1.1 Gruppi target

4.1.2 Caratteristiche del campione

4.1.3 Abitudini di viaggio

4.1.4 Ambiente ciclistico

4.1.5 Ostacoli all'uso della bicicletta

4.1.6 Motivatori e stimoli all'uso della bicicletta

4.1.7 Suggerimenti

4.1.8 Conclusioni

4.2 INDAGINE A KARLSTAD, SVEZIA

4.2.1 Gruppi target

4.2.2 Caratteristiche del campione

4.2.3 Abitudini di viaggio

4.2.4 Ambiente ciclistico

4.2.5 Ostacoli all'uso della bicicletta

4.2.6 Motivatori e stimoli all'uso della bicicletta

4.2.7 Suggerimenti

4.3 INDAGINE IN UPP, ITALIA

4.3.1 Gruppi target

4.3.2 Caratteristiche del campione

4.3.3 Abitudini di viaggio

4.3.4 Ambiente ciclistico

4.3.5 Ostacoli all'uso della bicicletta

4.3.6 Motivatori e stimoli all'uso della bicicletta

4.3.7 Suggerimenti

4.4 INDAGINE NEL COMUNE DI IMOLA, ITALIA

4.4.1 Gruppi target

4.4.2 Caratteristiche del campione

4.4.3 Abitudini di viaggio

4.4.4 Ambiente ciclistico

4.4.5 Ostacoli all'uso della bicicletta

4.4.6 Motivatori e stimoli all'uso della bicicletta

4.4.7 Suggerimenti

4.4 INDAGINE NEL COMUNE DI IMOLA, ITALIA

4.4.1 Gruppi target

4.4.2 Caratteristiche del campione

4.4.3 Abitudini di viaggio

4.4.4 Ambiente ciclistico

4.4.5 Ostacoli all'uso della bicicletta

4.4.6 Motivatori e stimoli all'uso della bicicletta

4.4.7 Suggerimenti

TAVOLA DEI CONTENUTI

5 INDAGINE A ECOCITY, GRECIA

- 4.5.1 Gruppi target
- 4.5.2 Caratteristiche del campione
- 4.5.3 Abitudini di viaggio
- 4.5.4 Ambiente ciclistico
- 4.5.5 Ostacoli all'uso della bicicletta
- 4.5.6 Motivatori e stimoli all'uso della bicicletta
- 4.5.7 Suggerimenti

5 IO1: MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

6 MODELLO PER LA RACCOLTA DI BUONE PRATICHE

7 IDENTIFICAZIONE E RACCOLTA DELLE BUONE PRATICHE

- A.1.1 Le buone pratiche del Comune di Abegondo (Spagna)
- A.1.2 Le buone pratiche dell'Unione Pedemontana Parmense (Italia)
- A.1.3 Le buone pratiche del Comune di Karlstad (Svezia)
- A.1.4 Le buone pratiche del Comune di Imola - SERN (Italia)
- A.1.5 Le buone pratiche della ONG ECOCITY (Grecia)

8 TRASFERIMENTO DELLE LEZIONI APPRESE

8.1 INFORMAZIONI SULLA SITUAZIONE NELL'AREA DEL COMUNE DI ABEGONDO, SPAGNA

- 8.1.1 Breve biografia
- 8.1.2 Il contesto territoriale
- 8.1.3 Mezzi di trasporto e infrastrutture disponibili sul territorio

8.2 INFORMAZIONI SULLA SITUAZIONE NELL'AREA DEL COMUNE DI KARLSTAD, SVEZIA

- 8.2.1 Breve biografia
- 8.2.2 Il contesto territoriale
- 8.2.3 Mezzi di trasporto e infrastrutture disponibili sul territorio

8.3 UNIONE DEI COMUNI UPP, ITALIA

- 8.3.1 Breve biografia
- 8.3.2 Il contesto territoriale
- 8.3.3 Mezzi di trasporto e infrastrutture disponibili sul territorio

8.4 COMUNE DI IMOLA, ITALIA

- 8.4.1 Breve biografia
- 8.4.2 Il contesto territoriale
- 8.4.3 Mezzi di trasporto e infrastrutture disponibili sul territorio

8.5 REGIONE DI ATTIKI, GRECIA

- 8.5.1 Breve biografia
- 8.5.2 Il contesto territoriale
- 8.5.3 Mezzi di trasporto e infrastrutture disponibili sul territorio

8.6 DIFFERENZE TRA I TERRITORI

8.7 ASPETTI COMUNI TRA I TERRITORI

8.8 SFIDE COMUNI

9 Appendice





INTRODUZIONE

Questo documento riporta le attività che sono state realizzate dai partner del consorzio del progetto TRANSIT Training Paths for Adults on sustainable mobility rispetto al prodotto Intellettuale 1 (Intellectual Output 1) e che sono relative principalmente alla raccolta dei dati sulle abitudini di mobilità dei cittadini, al lancio dell'indagine nei 4 paesi coinvolti, all'analisi dei suoi risultati, e alle buone pratiche e alle lezioni apprese nei diversi contesti. Il capitolo 5 fornisce alcuni dati quantitativi sulle due domande incluse nell'indagine in relazione al monitoraggio e alla valutazione dell' IO1.

I capitoli 6 e 7 descrivono il modello di buone pratiche da utilizzare per presentare le iniziative passate dei partner, considerate storie di successo facili da replicare in un contesto diverso da quello in cui sono state inizialmente sviluppate e concepite. Infine, sono state raccolte le migliori pratiche con l'obiettivo di gettare le basi per lo sviluppo dei successivi output, ovvero l' IO2 e IO3.

Il capitolo 8 riporta alcune riflessioni sui risultati nei territori che aiuteranno la progettazione e la realizzazione dei successivi IO2 e IO3.

In Appendice riportiamo i link a tutti i modelli di indagine tradotti nelle lingue locali.

1 DESCRIZIONE DELL'ATTIVITA' DI RACCOLTA DATI (A1)



Non appena il progetto è iniziato e ancor prima del kick-off meeting, Lepida ha diffuso un documento volto a stimolare la discussione sull'analisi del contesto tra i partner progettuali e in particolare sulla raccolta dei dati. In primo luogo, abbiamo iniziato a raccogliere informazioni sui diversi contesti con l'obiettivo di mappare le esigenze dei territori coinvolti nel progetto al fine di:

- descrivere l'ecosistema locale connesso al tema della mobilità sostenibile;
- individuare le risorse disponibili e le iniziative in corso;
- ascoltare la voce dei principali attori (pubbliche amministrazioni, organizzazioni civili, cittadini), il loro livello di consapevolezza e le loro esigenze formative;
- avviare la raccolta di buone pratiche sulla mobilità sostenibile

A questo scopo abbiamo diffuso un primo modello per avviare l'attività di raccolta dati (IO1/A1) dai diversi contesti e abbiamo discusso con i partner gli argomenti da includere. Successivamente, abbiamo finalizzato il modello che era pronto per essere compilato.

Nel progetto TRANSIT sono coinvolti 4 territori:

- Il Comune di Abegondo (Spagna),
- Alcuni Comuni ateniesi della regione Attica (Grecia),
- Il Comune di Karlstad (Svezia),
- L'Unione Pedemontana Parmense (che comprende 5 comuni)

Inoltre, sono stati raccolti i dati relativi al territorio del Comune di Imola, partner associato del progetto TRANSIT.

1.1 Il modello per la raccolta dei dati

Il modello per la raccolta dei dati è stato compilato da ciascun partner del progetto e questa attività ha contribuito ad approfondire le conoscenze rispetto ai diversi contesti territoriali sul tema della mobilità sostenibile e quindi ha consentito di raccogliere i primi dati che hanno guidato le successive attività progettuali. Il modello per la raccolta dati ha incluso gli elementi chiave, le descrizioni e gli insegnamenti appresi e i rischi relativi al progetto TRANSIT e alle future iniziative relative alla mobilità sostenibile. Tra gli elementi chiave, sono stati considerati i seguenti temi:

- scopi e obiettivi;
- stakeholders;
- beneficiari finali del progetto;
- il contesto territoriale;
- i mezzi di trasporto e le infrastrutture sostenibili disponibili nel territorio;
- Progetti in corso o (recenti) iniziative passate sulla mobilità sostenibile;

- Output;
- Risultati;
- Impatto;
- Opportunità commerciali (se pertinenti).

Nella tabella sottostante il modello utilizzato per la raccolta dati, in cui sono riportate le diverse sezioni con le relative descrizioni per guidare i partner nella compilazione.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Template Data Collection

(Please follow the scheme and respect the length, provide links and reference if it can help)

Involved partners: _____

Key elements	Explanation	Lesson learned/Risks
Aims and objectives (500 words)	What is the main aim of the TRANSIT project in your territory? What are the sub-aims to be achieved with TRANSIT?	
Stakeholders (1000 words)	Who are the key stakeholders? How do you plan to involve them? How do you plan to engage them? What are the roles and responsibilities you expected from the stakeholders?	What kind of problems do you think it could arise related to the stakeholders' involvement and engagement? And how do you think to solve them?
Beneficiaries (700 words)	Who are the key beneficiaries? How do you plan to involve them? How do you plan to engage them? Why have you chosen them?	What kind of problems do you think it could arise related to the beneficiaries involvement and engagement? And how do you think to solve them?
The territorial context (please add data you consider relevant to address the mobility issues) (1000 words)	Examples of data <ul style="list-style-type: none"> - # inhabitants - # enterprises - Demography - morphology of the territory (plain, hill, mountainous, coastal...) 	

Key elements	Explanation	Lesson learned/Risks
	<ul style="list-style-type: none"> - Climate - urban context - ...other (specify) 	
Sustainable means of transport and infrastructures available in your territory (1000 words)	<p>Describe the situation of a sustainable public transport system in your territory, if there are bus routes, a railroad with a railway station or something else (i.e., bike or kick scooter rent/lend, point).</p> <p>Example of data:</p> <ul style="list-style-type: none"> - public transport network (bus, train) - traffic situation - availability of bike lanes (km) - availability of bike sharing services (traditional, electric) or electric scooter - ...other (specify) 	
Ongoing projects or (recent) past initiatives on sustainable mobility (2000 words)	<p>What are you doing in your territory to promote sustainable mobility? Please for each initiative provide the following information</p> <ul style="list-style-type: none"> - Title - duration (start date, end date, still ongoing) - Involved actors - link to website or other references 	<p>For each initiative please consider</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) what worked well? best practice; point of success; 2) what didn't work so well? failures; possible improvements
Outputs (400 words)	Which are the main outputs you expect to generate with TRANSIT?	
Outcomes (400 words)	Which are the main outcomes, you expect to activate with TRANSIT?	
Impacts (300 words)	Which are the main impacts, you expect to be produced at the end of the pilot/project?	
Business opportunities (200 words)	If relevant, what business opportunities can you foresee that may arise from the pilot/project?	
TOTAL 7,500 words (maximum)		

L'immagine sottostante mostra una sintesi dei contesti e dei principali risultati che abbiamo raccolto.

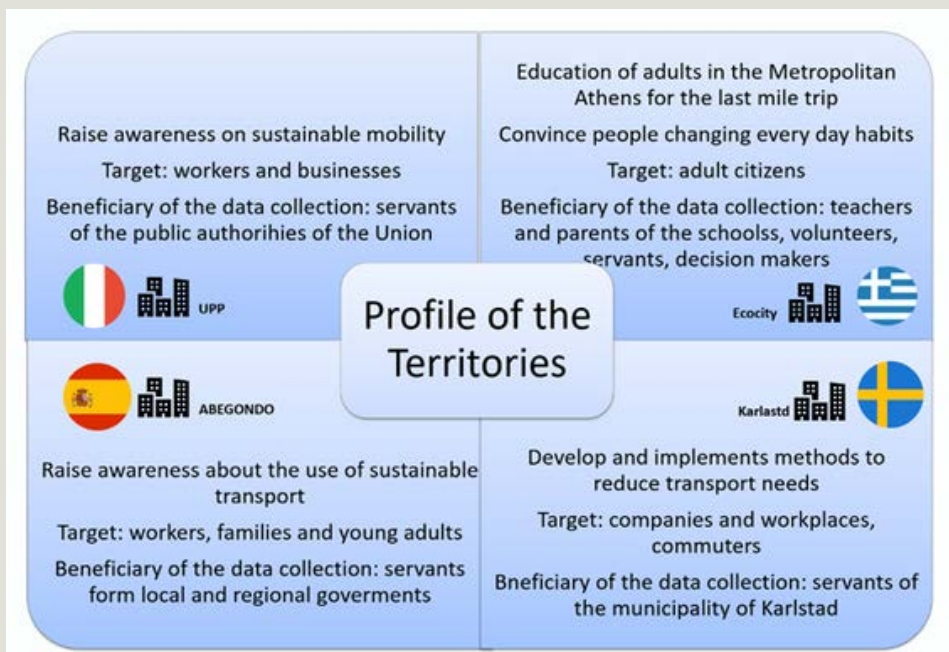


Fig. 1 – Profilo dei paesi coinvolti

Durante il TPM2 i partner hanno discusso su come avviare la progettazione del modello di indagine (A2) al fine di sviluppare uno strumento di indagine adeguato (A3) e lanciare il sondaggio (A4). Inoltre, abbiamo utilizzato lo strumento word cloud per creare le immagini relative ai diversi paesi e ai modelli che hanno compilato con il coinvolgimento delle parti interessate, dei colleghi e del lavoro d'ufficio.



Fig. 2 – Wordcloud generati dai modelli di raccolta dati

La discussione sui bisogni comuni che abbiamo ricavato dai profili ha evidenziato i temi che vengono illustrati nella figura sottostante.



Fig. 3 – Bisogni comuni dei diversi territori coinvolti

2. DEFINIZIONE DEL MODELLO DI INDAGINE (A2)



Grazie alla migliore conoscenza del contesto dei territori che abbiamo raccolto, i partner hanno avviato la discussione per la progettazione del modello di indagine da sottoporre ai beneficiari dell'iniziativa sulla mobilità sostenibile (IO1/A2).

I partner si sono incontrati per la prima volta durante il primo incontro transnazionale di progetto (TPM1) e la discussione è stata supportata offline da uno strumento (ideaBoardz), attraverso il quale ciascun partner ha potuto esprimere la propria visione e le proprie idee aggiungendo note adesive sulle diverse sezioni del questionario di indagine da somministrare ai diversi gruppi target.

Le sezioni da prendere in considerazione dall'indagine sono state definite insieme durante il TPM1 su proposta di Lepida, supportata da un'analisi desk sulle esperienze di indagine sullo stesso dominio.

Sono costituiti dai seguenti argomenti:

- Pagina di benvenuto;
- informazioni di base;
- descrizione dell'esperienza di viaggio quotidiana;
- aspetti positivi e negativi dell'esperienza di viaggio;
- suggerimenti e miglioramenti.

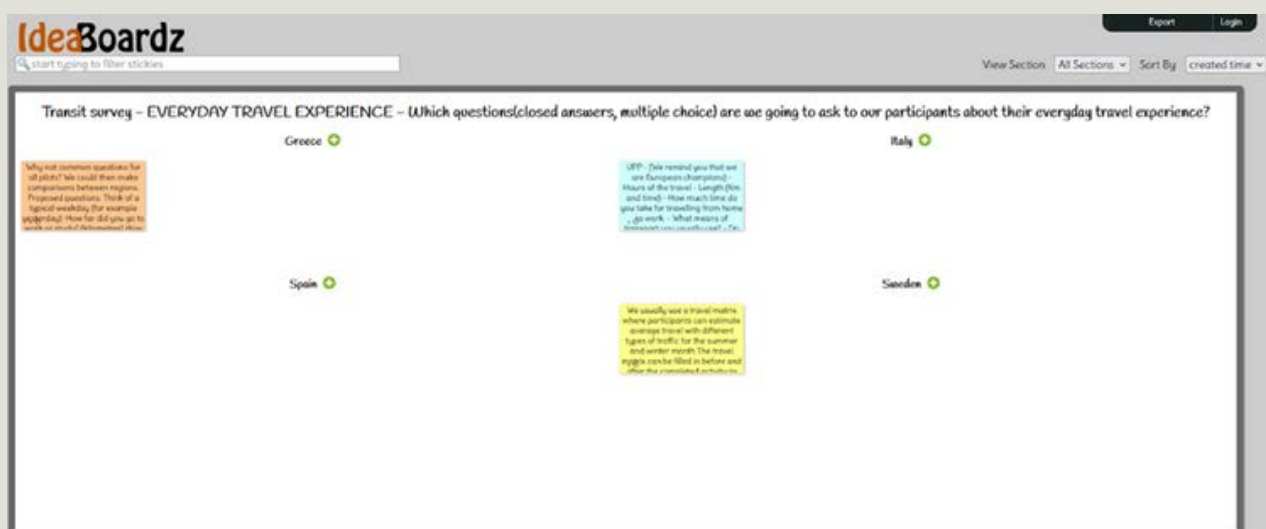


Fig. 4 – Strumento IdeaBoardz I

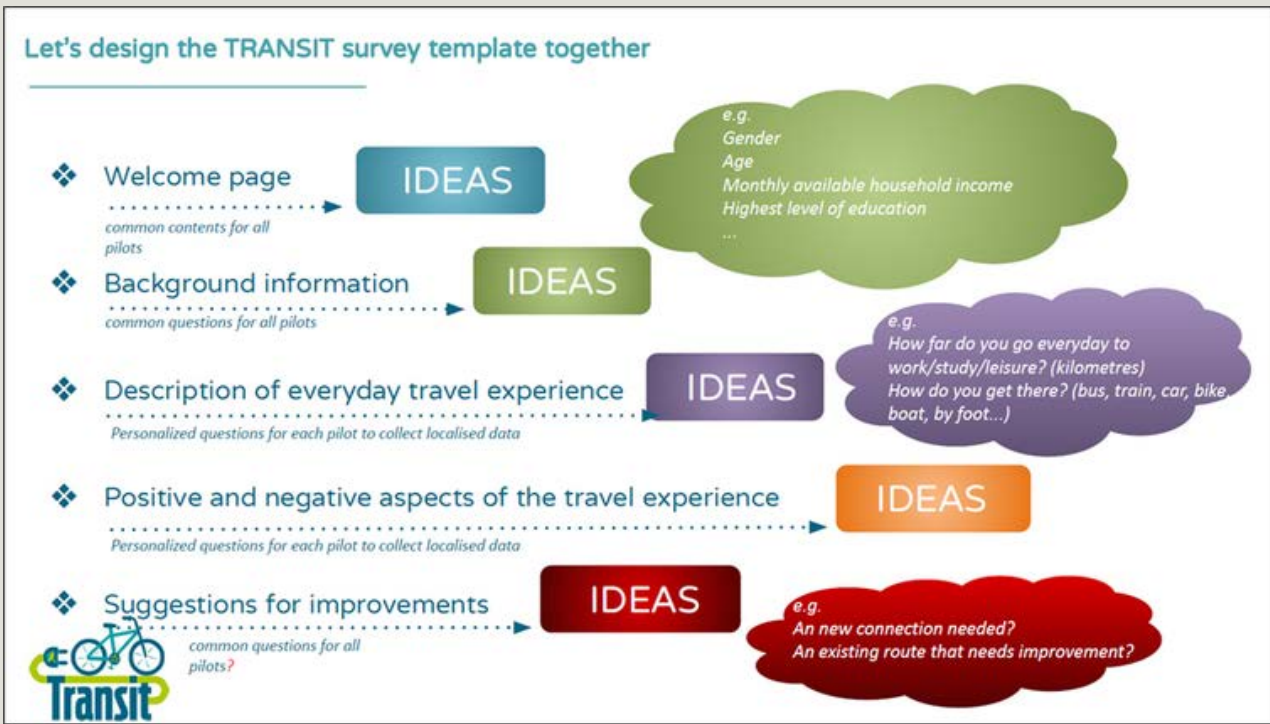
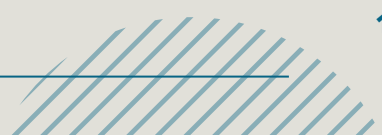


Fig. 5– Le sezioni del modello di questionario





3. IMPLEMENTAZIONE DELLO STRUMENTO DI INDAGINE E

3.1 Come costruire il questionario

Come riportato in precedenza, durante il TPM1 i partner hanno concordato una struttura generale e possibili sezioni e suggerimenti che hanno fornito attraverso lo strumento idea board sono stati inclusi nel primo modello del sondaggio per un'ulteriore discussione e finalizzazione durante il TPM2.

Come applicazione software, Lepida ha suggerito di utilizzare Limesurvey, un avanzato sistema di sondaggi online per creare sondaggi online di qualità, fornisce funzionalità utili che si adattano al nostro scopo. Lepida ha fornito tutto il supporto necessario per utilizzare questa applicazione e sviluppare un questionario di indagine per ciascun partner.

Per la pagina di benvenuto è stata definita un'immagine con il logo di TRANSIT e un motto: *“Facciamo un sondaggio”* (fig. 6) seguito da una breve descrizione che spiega l'obiettivo del sondaggio

TRANSIT è un progetto triennale che coinvolge sette partner provenienti da quattro paesi dell'UE (Italia, Svezia, Spagna e Grecia). Ispirati dagli obiettivi di sviluppo sostenibile, in particolare l'obiettivo 13 sull'azione per il clima, i partner del progetto sentono l'urgente necessità di sensibilizzare i cittadini sulla mobilità sostenibile, stimolando cambiamenti comportamentali e di mentalità dei cittadini verso l'uso di mezzi di trasporto sostenibili, principalmente bici, nelle loro ordinarie attività quotidiane. Per raggiungere questo obiettivo, il partenariato lavorerà insieme per sviluppare 3 risultati principali: un'analisi di base sulla mobilità sostenibile a livello locale, 2 moduli di e-learning dedicati e un toolkit che può supportare i dipendenti pubblici e altre parti interessate nel loro lavoro per promuovere la mobilità sostenibile. Ti saremmo grati se dedicassi del tempo per completare il seguente sondaggio per aiutarci a esplorare le tue abitudini, esperienze e preferenze di mobilità a livello locale. Non dovrebbero essere necessari più di 5-7 minuti del tuo tempo.

Le tue risposte sono volontarie e saranno riservate e utilizzate solo per lo scopo del progetto.

Le tue risposte sono preziose per noi.

Informazioni sul progetto disponibili su: <https://www.kau.se/en/transit>



Fig. 6 – Il “motto” del questionario



Per quanto riguarda le questioni di privacy degli intervistati, abbiamo assicurato che il sondaggio fosse anonimo. Il registro delle risposte al sondaggio non contiene alcuna informazione identificativa del rispondente, a meno che una specifica domanda del sondaggio non lo richieda esplicitamente. Nessun token è stato memorizzato insieme alle risposte. Non c'è modo di abbinare i token di identificazione con le risposte al sondaggio.

Così sono state finalmente individuate quattro sessioni principali (più la pagina di benvenuto) e per ogni sessione sono state suggerite diverse domande in base alle esperienze, esigenze e conoscenze dei partner sul tema della mobilità sostenibile.

Lepida ha diffuso, in primo luogo, un link ad un template inglese come informazioni generali, architettura e contenuti che tutti i partner hanno attentamente rivisto e migliorato, fornendo i propri commenti e note.

Oltre alle domande generali comuni, ogni partner avrebbe potuto aggiungere domande personalizzate più adatte al proprio contesto e ai propri gruppi target.

Ad esempio, UPP ha aggiunto una sezione intitolata «in viaggio verso il posto di lavoro» con una serie di domande specifiche, poiché era interessata a saperne di più sul comportamento dei lavoratori che sono stati il principale gruppo target e Karlstad ha deciso di aggiungere alla fine la sezione dei suggerimenti del sondaggio, in cui informavano che stavano organizzando una lotteria per regalare due biglietti del cinema in modo casuale a uno degli intervistati. Il loro scopo era quello di motivare gli studenti dell'università di Karlstad a rispondere al sondaggio.

Una volta finalizzato il modello di indagine in inglese, a ciascun partner è stato chiesto di fornire la traduzione nella propria lingua nazionale. Dopo che la parte di traduzione è stata finalizzata, è stato fornito un collegamento di Limesurvey per ogni sondaggio tradotto con l'obiettivo di testare lo strumento e mettere a punto eventuali errori e le ultime modifiche.

La struttura finale del modello di indagine è riportata di seguito.

WELCOME PAGE

Una breve descrizione che spieghi l'obiettivo del sondaggio

INFORMAZIONI SUL CONTESTO

(Sono state fornite 8 domande) relative a genere, età, istruzione, occupazione, area abitativa, reddito, composizione familiare

DESCRIZIONE DELL'ESPERIENZA DI VIAGGIO QUOTIDIANA

Informazioni sull'uso della bici, la frequenza, domande sul veicolo elettrico, considerazioni sui tragitti tipo

ASPETTI POSITIVI E NEGATIVI DELL'ESPERIENZA DI VIAGGIO

Ostacoli che un cittadino può incontrare; Qualsiasi aspetto positivo da condividere;

SUGGERIMENTI PER MIGLIORARE

1 domanda sui possibili fattori stimolanti, 3 possibili risposte
1 domanda aperta con testo libero su eventuali suggerimenti di miglioramento e commenti
2 domande finali legate al monitoraggio e alla valutazione IO1, avevamo concordato di includere nel sondaggio questa valutazione per evitare di somministrare molti questionari.

3.2 Lancio del sondaggio

Tra dicembre e gennaio il consorzio ha pianificato il lancio del sondaggio nei 4 paesi. Si è deciso che il sondaggio avesse una durata compresa tra 1 e 2 mesi e le date di lancio fossero il più possibile simili, individuando una serie di date.

Infine, le rilevazioni sono state attive da febbraio ad aprile come evidenziato nella tabella sottostante.

Partner/Country	START	END	LINK	STATUS
Abegondo/Spain	14/03/2022	22/04/2022	http://survey.cup2000.it/index.php/369917?lang=es	CLOSED
Karlstad/Sweden	04/03/2022	20/04/2022	http://survey.cup2000.it/index.php/654374?lang=sv	CLOSED
UPP/Italy	01/02/2022	05/03/2022	http://survey.cup2000.it/index.php/494569?lang=it	CLOSED
Imola/Italy	04/02/2022	04/03/2022	http://survey.cup2000.it/index.php/211371?lang=it	CLOSED
Ecocity-Greece	12/02/2022	21/03/2022	http://survey.cup2000.it/index.php/851138?lang=el	CLOSED

La tabella seguente mostra i principali gruppi target e come sono stati coinvolti per partecipare al sondaggio.

Survey context	Which were you target groups?	What kind of channels you have used to inform them about the survey?	Brief description of the engagement activity
ABEGONDO	Abegondo's population in general. Especially children with families and civil servants.	Municipality web site, FB, Twitter, Instagram, letter to the students	The Municipality web site and its social media have been used to inform the citizens of the chance to participate in this survey. A presentation letter has been delivered to about 530 the students through the school
KJURLSTAD	Student and a local bicycle council. We also have a survey for Karlstad from 2020 with roughly the same questions. The response rate was about 300 people. The target group was Karlstad residents with recruitment to a web panel	Mailing; Student web page	Quite low interest so far. We will supplement our answers from the previously conducted survey.
UPP	Workers	Virtual meetings, mailing	We explained Transit project to mayors who identified a group of big companies to involve and first step was to contact them with a virtual meeting in which we presented the project and the survey. Then we wrote an email to be sent to all the workers, signed by the President of the UPP Daniele Friggeri. Every company was free to add other information about its engagement in the project. The first email was sent to workers on 1th February, the starting day of the survey and we propose to send a "recall mail" a week before the closing date. The survey was closed on 5th March. Then we send another mail to thank the companies for their partnership, telling them how many workers has answered and explaining them the next steps. After the start of the survey, we issued a press release about the starting of the survey and the companies involved.
MUNICIPALITY OF IMOLA	Workers, commuters	F2F meetings	The Municipality of Imola engaged the interested groups by 2 ways: at first the environmental deputy contacted the Mobility Managers of the local business companies to present the project and the survey. She subsequently asked to the Mobility managers to disseminate the survey to all the workers working in their own business companies. To promote the Survey, the Municipality prepared FB posts and press releases, local newspaper articles.
ECOCITY	civil servants, members of citizens societies, cycling group members, school teachers	Mailing, follow up by phone	Brief description of the project and its scopes was mailed directly to stakeholders of the project along with the link to the questionnaire. A reminder - message and link was sent 10 days after. Follow up by phone to societies leaders in order to promote the utility of the survey. briefing of municipalities authorities of Attica region participating in the project, briefing and empower stakeholders as citizens and cycling societies leaders as well as school teachers from private and public schools.



4. ANALISI DEI RISULTATI(A5)

Il capitolo 4 fornisce un'analisi dei risultati raccolti attraverso la somministrazione del questionario TRANSIT nei 5 contesti di Abegondo, Karlstad, UPP, Comune di Imola ed Ecocity.

Lepida ha fornito a ciascun partner la rispettiva estrazione dei dati del sondaggio da Limesurvey. Per supportare i partner nell'analisi, i dati sono stati raggruppati in base alle diverse domande e sono stati creati grafici per visualizzare facilmente la percentuale degli intervistati in modo da confrontare meglio le risposte, analizzarle e ricavare informazioni utili a promuovere iniziative legate alla mobilità sostenibile e al successivo IO2 e IO3.

Le tabelle che seguono riportano un quadro complessivo dei numeri totali degli intervistati nei 5 contesti di indagine in termini di numero di partecipanti, sesso, età, istruzione e occupazione.

	# Participants	Female	Male	Other	Prefer not to say
Abegondo	33	13 (40%)	20 (60%)		
Karlstad	30	17 (57%)	13 (43%)		
Ecocity	554	279 (50,36%)	267 (48,19%)	4	4
Imola	1166	460 (39,45%)	692 (59,35%)	1	13
Upp	849	349 (41,11%)	493 (58,07%)	2	5
TOTAL	2632	1118	1485	7	22

AGE GROUPS	0-20	20-40	40-65	Over 65
Abegondo	2	4 (12%)	26 (80%)	1
Karlstad		21 (70%)	4	5
Ecocity	20 (3,6%)	90 (16,24%)	415 (75%)	29 (5,23%)
Imola	0	356 (30,53%)	807 (69,21%)	3
Upp	1	236 (27,8%)	611 (17,97%)	2
TOTAL	21	591	1833	34

EDUCATION	Primary Education	Lower secondary education	Upper secondary education	Tertiary education (univ&higher edu)
Abegondo	1	1	19 (training professional)	12
Karlstad		14 (46%)	2	14
Ecocity	1	13 (2,35%)	105 (18,95)	435 (78,52%)
Imola	1	61 (5,23%)	653 (56%)	451 (38,68%)
Upp	1	40 (4,71%)	440 (51,83%)	368 (43,35%)
TOTAL	3	114	1198	1254

Occupation	Student	Unemployed	Temporary	Odd jobs	Seasonal
Abegondo	2	2	3	3	1
Karlstad	18 (60%)	1			
Ecocity	33 (5,96%)	27 (4,87%)	13 (2,35%)	7 (1,26%)	2
Imola	/	/	98 (8,4%)	/	1
Upp	2	/	51 (6,01%)	/	/
TOTAL	35	27	162	7	3

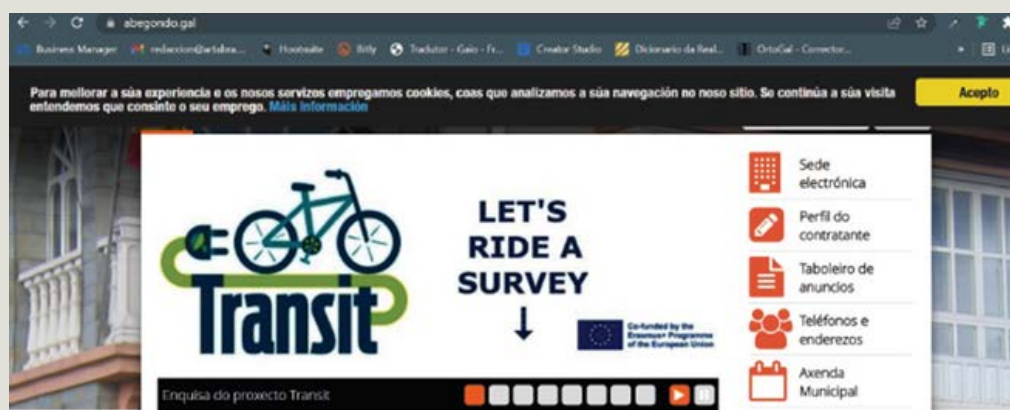
Occupation	Private employees	Public servants	Teacher	Consultant	Entrepreneur	Retired
Abegondo	12	9	1			
Karlstad	6 (20%)					5 (17%)
Ecocity	171 (30,87%)	122 (22,02)	70 (12,64%)	26 (4,69%)	55 (9,93%)	28 (5,05%)
Imola	932 (79,93%)	129 (11,06%)	/	3	2	1
Upp	662 (77,97%)	124 (14,61%)	2	2	5	1
TOTAL	1765	375	72	31	62	2

I capitoli da 4.1 a 4.5 forniscono un'analisi dei gruppi target che hanno partecipato all'indagine in termini di sesso, età, istruzione e occupazione, la loro routine di viaggio (tipo di trasporto utilizzato, uso di veicoli elettrici, servizi disponibili, come raggiungere il posto di lavoro...), il loro ambiente ciclabile (stato delle Infrastrutture, sicurezza); i principali ostacoli ciclabili segnalati. Per quanto riguarda i fattori stimolanti e trigger per l'uso della bicicletta è stata fornita un'analisi dei principali elementi scelti dagli intervistati e le principali ragioni di discussione. Infine abbiamo passato in rassegna le suggestioni raccolte evidenziando quelle più significative.

4.1 Sondaggio ad Abegondo

4.1.1 Target group

Abegondo si rivolge alla popolazione totale in generale che è composta da 5.494 abitanti. Per far conoscere loro l'esistenza del sondaggio e conseguentemente la loro partecipazione allo stesso, è stato predisposto nella prima pagina del sito del comune dal 14/03/2022 al 22/04/2022 un banner con il link ad esso (vedi foto sotto).



Inoltre, un post con il link al sondaggio è stato pubblicato su Facebook, Twitter e Instagram di Abegondo almeno 5 volte durante il periodo in cui il sondaggio era disponibile. Secondo i follower del social media di Abegondo, possiamo stimare che circa 3.400 abitanti abbiano la possibilità di ricevere informazioni sul sondaggio TRANSIT attraverso i social media.

- 1 Famiglie con bambini** . È stata elaborata una lettera di presentazione con un link al sondaggio per raggiungere le famiglie attraverso gli studenti. In questo modo sono state distribuite 530 copie, pari al numero delle famiglie con bambini di Abegondo , nelle due scuole esistenti nel municipio: primaria (CEIP San Marcos) e secondaria (IES Víos) (vedi allegato 01).

Poiché nel questionario non era stata inserita alcuna domanda riguardante l'esistenza di figli, si è ipotizzato che le famiglie con tre o più componenti fossero famiglie con figli. Nella tabella sottostante sono mostrate le risposte di questo gruppo target alla domanda "Composizione familiare".

Composizione familiare	Famiglie con bambini	Resto della popolazione
SONDAGGIO COMPLETATO	29	4
SONDAGGIO NON COMPLETATO	13	6
TOTAL	42 (82%)	10 (18%)

L'82% dei partecipanti erano membri di famiglie con bambini (42 su 52). Inoltre, la partecipazione al sondaggio di questo gruppo target è stata dell'8% del totale (42 su 530).

2 Funzionari pubblici . È stato condiviso un link al sondaggio presso il gruppo di lavoro WhatsApp del comune di Abegondo , integrato da 45 lavoratori. Nella tabella sottostante, sono mostrate le risposte di questo gruppo target alla domanda "Lavoro".

Attività lavorativa	Funzionari public	Resto della popolazione
SONDAGGIO COMPLETATO	9	4
SONDAGGIO NON COMPLETATO	4	15
TOTALE	13 (25%)	39 (75%)

Il 25% dei sondaggi è stato compilato da dipendenti pubblici (13 su 52). Inoltre, la partecipazione di questo gruppo target è stata del 29% del totale (13 su 45).

4.1.2 Le caratteristiche del campione statistico

In totale sono stati registrati 52 sondaggi, 19 dei quali non completati. In base al numero di abitanti, si conclude che oltre l'1% della popolazione di Abegondo ha risposto al sondaggio Transit.

Tra le risposte complete il 60% sono uomini e il 40% donne, la maggior parte nella fascia di età 40-65 anni. Per quanto riguarda l'istruzione più della metà di loro ha una formazione professionale, il resto è andato all'università.

L'82% dei partecipanti erano famiglie con almeno 2 figli e un terzo sono dipendenti a tempo indeterminato.

4.1.3 La routine di viaggio

La quasi totalità degli intervistati utilizza l'auto per recarsi al lavoro, per il tempo libero e per fare la spesa. Il 22% non usa mai la bicicletta e l'85% non possiede un veicolo elettrico e non è presente alcun servizio di noleggio in città.

La distanza media del luogo di lavoro è compresa tra 21 e 30 chilometri.

4.1.4 L'Infrastruttura ciclabile

Circa il 65% degli intervistati non è influenzato dalle condizioni meteorologiche e continua comunque a utilizzare la macchina e rimane la scelta preferita per la maggior parte di loro.

Nonostante considerino il paesaggio molto attraente, non pensano che le piste ciclabili siano ben accessibili in città mentre il marciapiede non è conveniente per loro.

I parcheggi per le biciclette non sono così disponibili mentre i segnali stradali e le luci sono generalmente buoni per il ciclista.

In generale, gli intervistati pensano che Abegondo abbia qualche potenziale per essere un buon comune per la ciclabilità, ma le piste ciclabili non sono ancora adeguate. La metà di loro consiglierebbe Abegondo per il ciclismo.

4.1.5 Gli ostacoli

Più della metà degli intervistati ritiene che le piste ciclabili nel proprio comune non siano prive di ostacoli. Le 3 opzioni con più risposte alla domanda "Cosa ti impedisce di pedalare di più?" sono legati alla situazione del traffico non sicuro (velocità del traffico), alla distanza percorsa e alla riluttanza a usare la bicicletta. Infine, la scarsa possibilità di tenere la bicicletta su un mezzo di trasporto e la sensazione di insicurezza soprattutto per i bambini e i più piccoli mostrano chiaramente che attualmente ad Abegondo c'è un uso molto lento della bicicletta.

4.1.6 Cycling motivators and stimulators

Pensando agli stimolatori gli intervistati di Abegondo hanno classificato i primi tre come segue:

- Fitta rete di infrastrutture ciclabili;
- Esplorazione di piste ciclabili attraenti/sicure sulla rete stradale esistente;
- Bellissimo ambiente fisico o costruito lungo il percorso

4.1.7 Suggerimenti

4.1.7.1 Il viaggio in bicicletta

- "Il comune di Abegondo è un luogo ideale per viaggiare in bicicletta dal punto di vista ambientale. Tuttavia, non è un'opzione praticabile a causa della mancanza di un'infrastruttura stradale sicura e completa per adulti e bambini, nonché della mancanza di modalità adeguate per combinare questo mezzo di trasporto con altri, pubblici o privati, verso luoghi più distanti".
- "Inizia a fare percorsi sicuri per i ciclisti. Il problema qui è che prima non ci sono servizi di autobus pubblici sufficienti per le persone, non è attraente andare alla stazione degli autobus in bicicletta perché non è utile. Ecco perché tutte le persone vanno in macchina. E l'unica strada".
- "Semplicemente lo abbiamo notato allora. Abegondo è un ottimo comune per godersi entrambe le bici (MTB e strada), ma è poco adatto ad usarlo come mezzo di trasporto".
- "Con le piste ciclabili che comunicano i paesi sarebbe tutto più facile".
- "Adattare piste ciclabili, senza dover andare su strada".
- "Adattare le strade per poter andare in bicicletta senza pericoli è potersi divertire".
- "Bordi puliti, sono sporchi e con sassi e vetri. Non c'è posto per me per andare in bicicletta con i miei figli, è un peccato".
- "E-bike in prestito dal municipio"
- "E-bike agevolate"

4.1.7.2 Il Trasporto Pubblico (bus)

- Il trasporto pubblico verso posti come A Coruña non è più desiderabile, non è possibile andare con i mezzi pubblici a causa dei tempi e degli orari di percorrenza, per andare al lavoro. Siamo a pochi chilometri di distanza e sembra che abbiamo più di 50 anni. È una vergogna".

- “Ad Abegondo il trasporto pubblico collettivo per comunicare con altre località e tra punti del Comune è residuale e del tutto insufficiente con cui diventa impossibile non dipendere dall’auto privata”.



4.1.7.3 Buona Pratica: “biciestradas” (progetto pilota)

OBIETTIVO: Promuovere l’uso della bicicletta negli spostamenti inter e intracomunali degli abitanti, attraverso la realizzazione di “biciestradas”: 11 km di piste comunali, opportunamente segnalate ad uso esclusivo di ciclisti e pedoni (l’accesso motorizzato consentito solo in caso di residenti). Vedi mappa in allegato 02.

BICIESTRADAS: Se il Comune realizzasse il progetto delle “biciestradas”, saresti disposto ad utilizzarle per i tuoi spostamenti quotidiani?

4.1.8 Conclusioni

Si conclude che il livello di partecipazione ottenuto per i gruppi target considerati è sufficientemente rappresentativo per analizzare la sensibilità della popolazione rispetto alle questioni sollevate.

Tuttavia, la strategia descritta per pubblicizzare il sondaggio non ha dato i risultati di partecipazione consueti come nelle precedenti iniziative, quindi si deduce che i cittadini di Abegondo non mostrano un particolare interesse a discutere le proprie abitudini di mobilità, basate sull’uso del privato auto come unico mezzo di trasporto. Di conseguenza, la topografia, il clima, le infrastrutture e la popolazione non sono favorevoli a mezzi di mobilità sostenibili (a piedi, biciclette tradizionali o autobus pubblico). I possibili motivi sono elencati di seguito:

1. Morfologia del territorio: Abegondo (83,9 km²) si trova nel Golfo di Artabro, un grande anfiteatro sul mare, che sale a terra dall’interno attraverso un insieme di coline, la cui cima raggiunge i 600 m su cui si trova una serie di valli che salgono, in alcuni casi bruscamente con pendenze superiori al 20%.

Il rilievo è il risultato dell’azione erosiva dei corsi d’acqua che percorrono il suo territorio da sud a nord, e che vanno da est a ovest: i fiumi Mero, Gobia e Barcés .

2. Clima: il clima è tipicamente oceanico, con piogge abbondanti e persistenti per gran parte dell’anno, e temperature per nulla estreme, sebbene contenga degni di natura continentale nelle zone più meridionali al di sopra dei 400 m di quota, le meno popolate. Le precipitazioni sono in media di 1.000 mm. La sua distribuzione stagionale è tipicamente atlantica: dicembre, novembre e marzo sono i mesi più piovosi e luglio, agosto e giugno i più secchi, con un deficit di precipitazioni estive compreso tra 100 e 400 mm.

Contesto urbano: Abegondo è un comune di transizione tra una regione urbana costiera e una regione rurale interna. Si divide in due aree:

- Nord-ovest con una marcata influenza sull’area metropolitana di A Coruña , dove si trovano le urbanizzazioni dovute ai collegamenti con l’autostrada A6, che nel tempo hanno aumentato l’accessibilità e accorciato la distanza dalla città.
- Sud-est con insediamenti a spiccato accento rurale legato all’ambiente fisico, che presentano condizioni di ridotta mobilità associate a strade regionali di minore portata.

3. Infrastruttura e Popolazione: 1. le comunicazioni di Abegondo con l’esterno del comune si assestano essenzialmente per via autostradale essendo l’utilizzo della ferrovia molto scarso.

Ad Abegondo mancano gli affari e la rete commerciale, quindi la maggior parte della popolazione si sposta quotidianamente fuori dal comune per andare a lavorare, oltre che per dedicarsi al commercio e allo svago.

La forte dispersione demografica (132 centri abitati con una media di 43 abitanti/cad) è la ragione principale che spiega l'assenza di autobus intracomunali, per cui la mobilità pubblica si riduce al trasporto metropolitano di A Coruña - Ferrol che percorre quotidianamente il municipio (San Marcos, 171 persone). Tuttavia, i sondaggi precedenti indicano un uso limitato a causa della bassa frequenza degli autobus pubblici: il 70% degli abitanti dice di non farlo quasi mai. Queste carenze sono parzialmente compensate da un'adeguata e sufficiente offerta di taxi.

Un altro fattore da considerare è l'importanza della seconda residenza all'interno del comune, dal momento che circa un quarto delle case rientra in questa tipologia, e la maggior parte dei loro proprietari vive in città e le occupa durante i mesi estivi, cercando una buona comunicazione con il costa e centri urbani limitrofi.

Oggi l'estesa rete stradale del comune è priva di piste ciclabili. Inoltre, queste strade e sentieri sono sinuosi e nella maggior parte dei casi mancano di corsie d'emergenza. Da parte sua, la rete dei marciapiedi è limitata e discontinua, quindi non è funzionale nemmeno la mobilità a piedi tra le parrocchie.

Per quanto riguarda la segnaletica stradale, servono solo ad avvisare dell'eventuale presenza di pedoni e ciclisti sulle strade provinciali e regionali.

Infine, frequentemente, gli autoveicoli viaggiano a velocità superiori a quelle consentite sulle strade comunali.

Pertanto, ciclisti e pedoni devono condividere la strada con le auto. In conclusione, si può affermare che andare in bicicletta oa piedi ad Abegondo è pericoloso.

Per le ragioni esposte, è giustificato che la maggior parte dei residenti di Abegondo utilizzi l'auto privata e, di conseguenza, l'aumento del parco auto privato negli ultimi anni.

Pertanto, come confermano i risultati dell'indagine, al momento non esiste alternativa alla mobilità in auto privata.

In conclusione, cambiare le abitudini verso modelli di mobilità sostenibile (ciclisti e pedoni) richiede di migliorare la loro sicurezza e facilitare l'accesso ai veicoli elettrici.

In relazione a quanto sopra, la creazione di "biciestradas" è stata accolta favorevolmente dagli intervistati ed è stato suggerito il prestito di e-bike.

L'implementazione di "biciestradas" sarà sviluppata come "PERCORSI ECOTOURISMO DELLA BIOSFERA" dalla Riserva della Biosfera Mariñas Coruñesas e Terras do Mandeo, grazie ai fondi Next Generation.

4.2 Sondaggio a Karlstad, Svezia

4.2.1 Target group

Oltre agli studenti e al dipendente del consiglio locale della bicicletta, i dati sono stati ricavati da un sondaggio che hanno lanciato dal 2020 con all'incirca le stesse domande del sondaggio TRANSIT. Il tasso di risposta è stato di circa 300 persone. Il gruppo target era costituito dai residenti di Karlstad con reclutamento in un panel Web. Abbiamo anche esaminato il velometro dei ciclisti dove esistono domande simili.

Informazioni sul Velometro ciclista:

L'organizzazione "Cyclist promotion's" è un'indagine sulla soddisfazione a livello nazionale tra le persone che vanno in bicicletta. Lo scopo principale del sondaggio è scoprire come i ciclisti vedono i problemi legati alla bicicletta e valutare la bicicletta a livello comunale. Le risposte sono state ottenute da un sondaggio online auto-reclutato e anonimo che è stato diffuso principalmente da Cykelfrämjandet e dai comuni interessati.

4.2.2 Caratteristiche del campione

Transit:

57% donne e 43% uomini. La maggior parte degli intervistati ha un'età compresa tra i 20 e 40 anni, il 4% tra i 40 e 65 anni e il 5% oltre i 65 anni. Circa la metà degli intervistati ha un titolo di studio, il resto ha un diploma di scuola media superiore o liceo popolare. La maggior parte degli intervistati sono studenti (circa il 60%) o lavoratori e pensionati (circa il 20%).

Velometro ciclista:

59% donne e 39% uomini. La maggior parte degli intervistati ha un'età compresa tra i 26 e 45 anni.

4.2.3 Routine di viaggio

Circa la metà degli intervistati nel sondaggio sul transito afferma di non andare mai in bicicletta. Circa il 40% del ciclo una volta alla settimana o più.

Per avere un quadro più ampio della frequenza con cui i residenti di Karlstad vanno in bicicletta, abbiamo anche esaminato una domanda simile dal velometro del ciclista.

Abitudini dei ciclisti	Quotidiane	Ripetutamente/settimana	Qualche volta/settimana	Qualche volta/mese	Raramente	Mai
DA E PER LAVORO / SCUOLA / UNIVERSITÀ DURANTE L'ESTATE	46%	25%	8%	5%	3%	13%
DA E PER ATTIVITÀ RICREATIVE/AFFARI/AMICI DURANTE L'ESTATE	25%	43%	17%	9%	4%	1%
PER L'ESERCIZIO, L'ALLENAMENTO, LA RICREAZIONE E IL BENESSERE DURANTE L'ESTATE	11%	37%	24%	13%	10%	5%
DA E PER LAVORO / SCUOLA / UNIVERSITÀ DURANTE I MESI INVERNALI	27%	26%	10%	5%	14%	18%
DA E PER ATTIVITÀ RICREATIVE/AFFARI/AMICI DURANTE I MESI INVERNALI	11%	25%	26%	12%	18%	8%
PER L'ESERCIZIO FISICO, L'ALLENAMENTO, LA RICREAZIONE E IL BENESSERE DURANTE I MESI INVERNALI	4%	17%	18%	16%	27%	18%

N=297

Oltre il 70% va in bicicletta regolarmente ogni settimana durante l'estate, diminuendo leggermente durante l'inverno fino a circa il 50%. Passa attraverso altri sondaggi sulle abitudini di viaggio e in punti di misurazione in tempo reale a Karlstad, dove possiamo vedere che il ciclismo diminuisce di circa il 50% in inverno. Da e per le attività del tempo libero riduce anche il ciclismo.

La maggior parte degli intervistati nel sondaggio sui trasporti pubblici non utilizza un veicolo elettrico. Di coloro che utilizzano veicoli elettrici, si tratta principalmente di biciclette elettriche. A Karlstad ci sono servizi di noleggio di scooter elettrici e auto elettriche.

4.2.4 Ambiente ciclistico

Karlstad è generalmente classificata come una buona città per ciclisti dai cittadini del comune. Nel Transit Survey, la maggior parte sono positivi. The Cyclist Velometer ha la stessa domanda e anche la maggioranza è positiva. Oltre l'80% è d'accordo o completamente d'accordo con questa affermazione. Poi alla domanda se nel mio comune è sicuro per bambini e ragazzi andare in bicicletta le risposte differiscono un po' rispetto al se si è positivi in generale. Qui, solo il 50% circa è d'accordo con le affermazioni nel velometro del ciclista. È quindi vissuto come un po' più pericoloso per i bambini. Per l'accesso alle piste ciclabili, la maggior parte delle persone concorda con questa affermazione. Nella domanda su cosa ti impedisce di pedalare di più oggi, sono principalmente il tempo e la distanza ad essere evidenziati come ragioni. Il Cyclist Velometer evidenzia anche un ambiente di traffico non sicuro e che hai troppo da trasportare.

4.2.5 Ostacoli ciclistici

L'offerta di piste ciclabili è generalmente percepita come elevata. Nelle indagini precedenti sono stati segnalati come problema i cosiddetti "anelli mancanti", ovvero le piste ciclabili che si esauriscono. Che le piste ciclabili siano sufficientemente larghe è una domanda che accomuna gli intervistati. Circa la metà d'accordo. Nel velometro del ciclista, le risposte sembrano simili. Può anche essere correlato al fatto che i ciclisti spesso sperimentano di finire in conflitto sia con i pedoni che con i ciclisti, il che può essere attribuito al fatto che nelle corsie ad alto traffico c'è concorrenza per le aree tra diverse modalità di trasporto. Nel Cyclist Velometer, quasi il 50% pensa che ciclisti e automobilisti finiscano in conflitto e oltre il 60% tra ciclisti e pedoni. Alla domanda se le piste ciclabili sono prive di ostacoli, circa la metà pensa che sia un bene. Può anche essere visto nel velometro del ciclista. Spesso si tratta di segnaletica e accessibilità attraverso i cantieri in cui gli appaltatori non sempre si prendono cura del traffico di biciclette o pedoni in modo corretto.

4.2.6 Motivatori e stimolatori del ciclismo

Analisi dei principali stimolatori scelti dagli intervistati e discussione delle possibili ragioni. Ciò che è particolarmente evidenziato sono le brevi distanze verso la mia destinazione, che la bicicletta è un modo per mantenermi in salute e che esiste un'infrastruttura ciclistica coerente. La salute e l'esercizio fisico sono aspetti che vengono evidenziati anche in altri sondaggi, soprattutto quando si tratta di spostamenti per lavoro. Un'infrastruttura ciclistica veloce ed efficiente è un prerequisito per convincere più persone a pedalare, indipendentemente dal gruppo target. È quindi importante che l'infrastruttura sia collegata fino alla destinazione, aumenta anche la sicurezza per far pedalare i bambini ed è un prerequisito per poterla sperimentare rapidamente. Le brevi distanze vengono solitamente evidenziate quando si chiede ai residenti, ma possiamo anche vedere che tra i residenti di Karlstad che hanno fino a 5 km per lavorare, circa il 50% degli spostamenti viene effettuato in auto. Convincere più persone a pedalare è un lavoro a lungo termine che richiede misure che rendano più facile, più sicuro e più attraente andare in bicicletta, ma allo stesso tempo deve diventare più complicato guidare un'auto e introdurre tariffe di parcheggio.

4.2.7 Suggerimenti

Ripassa i suggerimenti che hai raccolto ed evidenzia quelli più significativi.

Attraversamenti ciclabili ai passaggi a livello. Separazione tra pedoni e ciclisti sulle principali piste ciclabili, dare priorità alla ciclabilità. Rendere le nuove aree residenziali completamente prive di auto.

Le nuove infrastrutture del traffico declassano la ciclabilità a favore delle auto, ad esempio rimuovendo gli attraversamenti ciclabili, lasciando meno spazio per le biciclette e soluzioni come rotonde con più corsie per auto dove il ciclista può rimanere all'estremità e più lontano.

4.3 Sondaggio in UPP, Italia

4.3.1 Gruppi target

Il gruppo target dell'indagine sono state le persone che lavorano in otto importanti aziende private con sede nei cinque comuni dell'Unione Pedemontana Parmense, all'Unione Pedemontana Parmense stessa, compresi i suoi cinque comuni e la Pedemontana sociale (società che fornisce servizi di welfare).

Le otto società private erano: Agugiaro & Figna Molini, Casappa Spa, Fornovo Gas Spa, Compressori alternativi, Frigomeccanica Spa, Mutti, Parmalat (Gruppo Lactalis in Italia), Parma is e Procomac GEA Group.

Il sondaggio potrebbe essere inviato via e-mail a un numero potenziale di 2.639 persone.

4.3.2 Caratteristiche del campione

Al sondaggio hanno risposto 849 lavoratori (33%), 58% uomini e 42% donne. Il 28 per cento ha tra i 20 ei 40 anni, il 72% tra i 40 ei 65 anni. Per quanto riguarda il livello di istruzione, il 43,3% è laureato, il 51,8% ha un diploma di scuola superiore e il 4,7% una licenza media.

Il 78 per cento sono dipendenti privati, mentre il 22 per cento sono dipendenti pubblici.

4.3.3 Routine di viaggio

Il 91,5 per cento si reca al lavoro in auto, il 2,94 per cento a piedi, il 2,59 per cento in bicicletta (e-bike e non) e il 2,12 per cento si sposta con mezzi pubblici (autobus o treno).

Il 47,35 per cento delle auto è alimentato a gasolio, il 22,38% a benzina, il 10,13% a metano e il 9,89% a gas liquido (GPL). Solo l'1,77% dei veicoli è elettrico.

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto pubblico a disposizione, Collecchio dispone di un servizio di autobus e di una stazione ferroviaria. Negli altri territori dell'UPP esiste solo un servizio di autobus. Tutte le autolinee partono però da Parma e non ci sono collegamenti diretti tra i cinque comuni. Le fermate degli autobus sono spesso troppo lontane dalle aree industriali e gli orari degli autobus non sono in linea con l'orario di lavoro. In UPP non ci sono servizi di noleggio bici o scooter.

Il 47,50 per cento delle persone che hanno risposto al sondaggio è disposto a iniziare a recarsi al lavoro in bicicletta, mentre il 63,8 per cento non ha intenzione di prendere un autobus o un treno. Ciò è dovuto principalmente alla mancanza di linee dirette casa- lavoro (15%), al fatto che per spostarsi con i mezzi pubblici ci vorrebbe troppo tempo (13,9%), alla mancanza di libertà (13,3%) e all'incompatibilità del pubblico intende orari con orari di lavoro (11,5%).

4.3.4 Ambiente ciclistico

Le risposte mostrano che le piste ciclabili non sono sufficienti e non sono sicure: il 55% chiede di più, mentre il 35% dice che non sono sicure. Per quanto riguarda i mezzi pubblici, i lavoratori segnalano la mancanza di collegamenti, orari scomodi con l'orario di lavoro e la distanza tra le fermate degli autobus e le aziende in cui lavorano. C'è anche un problema di distanza tra casa e luogo di lavoro, soprattutto per gli spostamenti in bicicletta.

4.3.5 Ostacoli ciclistici

Il 35 % dei lavoratori ha risposto di non poter viaggiare in bicicletta perché la propria abitazione è troppo lontana dal luogo di lavoro. Ma il 31% che sarebbe disposto a viaggiare in bici chiede piste ciclabili più sicure e comode.

Inoltre, l'8,48% dei lavoratori sarebbe disposto a pedalare se la propria azienda privata o pubblica concedesse loro un incentivo economico in base ai chilometri percorsi.

4.3.6 Motivatori e stimolatori del ciclismo

Le persone andrebbero al lavoro in bicicletta se ci fossero più piste ciclabili (32%), se fossero più comode (22%) e se fossero più sicure (55%) le piste ciclabili fossero più sicure (55%). Un altro 18% andrebbe in bicicletta se fosse possibile fare la doccia negli spogliatoi dell'azienda.

4.3.7 Suggerimenti

Più incentivi economici, più piste ciclabili comode e sicure, mezzi pubblici più comodi. Per quanto riguarda i collegamenti, per ridurre tempi di percorrenza, soste e orari adeguati all'orario di lavoro.

4.4 Survey in Imola, Italy

4.4.1 Gruppi target

Il gruppo target individuato dal Comune di Imola è rappresentato dai lavoratori che sono impiegati nelle imprese locali localizzate nel distretto industriale comunale. Le aziende sono le seguenti: Teapak, Hera, Cooperativa Ceramica, Industria Romagnola Conduttori Elettrici (IRCE), Cefla, Sacmi. Il sondaggio è stato inviato via e-mail dai Mobility Manager di ogni azienda privata coinvolta.

4.4.2 Caratteristiche del campione

Al sondaggio hanno risposto 1166 intervistati. Tra questi il 59% uomini e il 39% donne, 13 persone (1%) non hanno voluto inserire un genere e 1 persona (0,09%) ha scelto altro. La maggior parte degli intervistati ha un'età compresa tra 40-65 o 20-40 anni. La maggior parte degli intervistati ha un diploma di scuola secondaria superiore (56%) e il 39% ha un'università o un titolo di altra istruzione superiore. L'80% lavora nel settore privato, l'11% nel settore pubblico e l'8% dichiara di avere un contratto di lavoro a tempo determinato.

4.4.3 Routine di viaggio

Gli intervistati sono residenti in tutto il comune; il 19% dichiara di viaggiare dal quartiere Pedagna, il 9% dal quartiere centrale e circa il 36% dichiara di viaggiare da un altro comune. Il 76% dichiara di lavorare all'interno della zona industriale, il 12% in un altro comune e il 6% nel centro del comune.

Inoltre, le risposte alla frequenza con cui l'intervistato utilizza una bicicletta sono state distribuite in modo abbastanza uniforme tra le cinque opzioni. Il 25% afferma di utilizzare la bicicletta più volte alla settimana, il 20% afferma di utilizzare la bicicletta una volta alla settimana, il 22% afferma di utilizzarla una volta al mese, il 14% afferma di utilizzarla una volta all'anno e il 19% afferma che non lo usano mai. Il motivo principale addotto per cui non usano mai la bicicletta è perché non possiedono una bicicletta. Oltre a questo, il 75% dichiara di non utilizzare mai la bicicletta per gli spostamenti da e per il lavoro. L'83% ha dichiarato di non utilizzare alcun tipo di veicolo elettrico e l'82% ha anche affermato di non avere accesso a veicoli elettrici nel distretto in cui vive. La maggior parte degli intervistati ha affermato di avere una distanza compresa tra 6-10 o 11-20 km dal lavoro.

Il mezzo di trasporto più utilizzato in una tipica giornata lavorativa è l'auto, con una percentuale del 90% degli intervistati che ha inviato questa risposta. Tra le poche persone che viaggiano in autobus/treno/battello per andare al lavoro, il modo più diffuso per recarsi alla stazione degli autobus/treno/battello è la bicicletta. Quando si tratta di trasporto nel tempo libero, il mezzo di trasporto più popolare è l'auto (64%) o la bicicletta (18%), inoltre l'auto è il mezzo di trasporto più popolare quando si va a fare la spesa, con l'84% che ha inviato questa risposta. Per la maggior parte degli intervistati (44%) ci vogliono circa 11-20 minuti per raggiungere il posto di lavoro. Ancora, affermano che il mezzo di trasporto più comune utilizzato per andare e tornare dal lavoro è l'auto (88%) e il carburante più comune da utilizzare è il gasolio (45%). Agli intervistati è stato chiesto se effettuano soste durante il viaggio di andata e ritorno dal lavoro e il 69% afferma di non farlo e il 31% afferma di sì. I motivi più comuni per cui vengono effettuate le fermate sono perché vanno a prendere i bambini a scuola o per altri motivi.

Per quanto riguarda l'utilizzo dei mezzi pubblici, il 64% degli intervistati dichiara di non avere la volontà di utilizzarli, contro il 36% che lo ha.



I motivi principali alla base del non voler utilizzare i mezzi pubblici hanno a che fare con l'orario; il 18% afferma di non poter fare affidamento sui mezzi pubblici, il 15% afferma che l'orario non è adeguato al proprio orario di lavoro e il 12% afferma che l'utilizzo dei mezzi pubblici richiede troppo tempo.

Il 70% afferma di non utilizzare biciclette o monopattini elettrici in abbonamento contro il 30% che afferma di sì. Gli intervistati hanno affermato che la distanza o altro sono i motivi principali per cui non utilizzano bici elettriche o monopattini in abbonamento. Inoltre, gli intervistati affermano che la ragione principale che li spingerebbe a utilizzare cicli elettrici e scooter attraverso l'abbonamento sono le piste ciclabili comode e sicure.

4.4.4 Ambiente ciclistico

La maggior parte degli intervistati (48%) risponde di essere in qualche modo d'accordo sul fatto che il comune sia un luogo bike friendly e il 45% è in qualche modo d'accordo sul fatto che consiglierebbe ad altri di andare in bicicletta nel comune mentre il 30% afferma che raccomanderebbe assolutamente ad altri di andare in bicicletta il Comune. Il 47% afferma inoltre che è sicuro andare in bicicletta nel comune e il 44% afferma che è sicuro per giovani e bambini andare in bicicletta nel comune.

Per quanto riguarda l'infrastruttura dell'ambiente ciclabile, agli intervistati è stato chiesto di prendere posizione su varie domande. Il 41% è in qualche modo d'accordo sul fatto che sia disponibile un parcheggio per biciclette, il 22% è totalmente d'accordo sul fatto che sia disponibile un parcheggio e il 19% non ne è sicuro. Il 32% ha risposto di non essere sicuro che i semafori siano ben regolati per i ciclisti e il 28% ha risposto che sono piuttosto ben regolati per i ciclisti. Il 42% ha risposto di essere abbastanza d'accordo sulla disponibilità di piste ciclabili senza ostacoli nel comune e il 48% ha risposto di essere abbastanza d'accordo sul fatto che le piste ciclabili siano in buone condizioni. Per quanto riguarda la possibilità di portare con sé la bicicletta sui mezzi pubblici la maggioranza afferma che vi sia una scarsa possibilità di farlo, nel dettaglio; il 24% ha risposto che non c'è alcuna possibilità, il 27% ha risposto che non è molto d'accordo con la possibilità di portare una bicicletta con sé e il 36% ha dichiarato di non saperlo.

Il 48% afferma di essere abbastanza d'accordo con l'affermazione secondo cui gli piace andare in bicicletta nel comune. Per quanto riguarda la conoscenza della rete di piste ciclabili il 43% ha dichiarato di non avere una buona conoscenza dei sentieri e il 57% ha dichiarato di avere una buona conoscenza.

Inoltre, agli intervistati è stato chiesto di rispondere ad alcune domande riguardanti il loro cambiamento di abitudini durante e dopo la pandemia di covid-19. Il 78% riferisce che la pandemia di covid-19 non ha cambiato le proprie abitudini sulla mobilità. Del 22% che ha affermato che la pandemia ha di fatto modificato le proprie abitudini in materia di mobilità, il motivo più comune alla base del cambiamento è dovuto alla possibilità di lavorare da casa. Il 73% degli intervistati ha anche affermato che sarebbe tornato alle vecchie abitudini sulla mobilità dopo la pandemia.

Il 57% afferma di avere la volontà di iniziare a pedalare e il 43% afferma il contrario. Il motivo principale per cui gli intervistati hanno presentato il motivo per cui non vogliono iniziare a pedalare è che vivono troppo lontano. D'altra parte, i due motivi principali che hanno motivato gli intervistati a iniziare a pedalare sono buone piste ciclabili (31%) e altri motivi (43%).

Per quanto riguarda gli elementi che stimolerebbero di più l'uso della bicicletta, le risposte sono distribuite su vari aspetti: il 44% sostiene che piste ciclabili più sicure li farebbero usare di più la bicicletta, il 36% afferma che la bicicletta è un modo per mantenersi in salute e l'esercizio fisico che li stimola a pedalare di più, il 30% afferma che anche una maggiore disponibilità di piste ciclabili dopo le loro esigenze lo farebbe, il 29% afferma che vantaggi economici come sconti sugli acquisti stimolerebbero più ciclabili e il 20% ha risposto che incroci per la mobilità automobilistica più sicuri e fluidi stimolerebbero più ciclabili.

La maggioranza (45%) ha risposto 3 su una scala da 1 a 5 se ritiene che gli argomenti trattati nel sondaggio possano stimolare un cambiamento nelle proprie abitudini verso una mobilità sostenibile. 1 indica non d'accordo e 5 d'accordo.

4.4.5 Ostacoli ciclistici

Quando si risponde alla domanda su cosa impedisce l'uso della bicicletta nel comune, le risposte sono principalmente distribuite su 6 motivi; la maggioranza (42%) ha risposto che la distanza è eccessiva, il 39% ha risposto che non vuole pedalare in condizioni meteorologiche avverse, il 34% ha addotto come motivo problemi di sicurezza stradale, il 20% ha risposto perché deve portare lavoro strumenti e altri beni con sé, il 12% ha affermato di non andare in bicicletta perché non vuole sudare e il 12% ha indicato altro come motivo.

Inoltre, il 68% ha affermato che il proprio comportamento di mobilità non cambia a seconda del tempo. Tra gli intervistati che hanno affermato che il loro comportamento di mobilità dipende dalle condizioni meteorologiche, il 19% afferma di utilizzare l'auto 5 volte a settimana durante i mesi da ottobre a marzo.

4.4.6 Motivatori e stimolatori del ciclismo

Le principali motivazioni per stimolare la ciclabilità che possono essere identificate tra le risposte del sondaggio sono la disponibilità ad accedere a piste ciclabili buone e sicure, incroci più sicuri e ad avere una maggiore disponibilità di piste ciclabili che corrispondano alle esigenze. Le risposte mostrano anche che anche i vantaggi economici come gli sconti e l'uso della bicicletta per mantenersi in salute e fare esercizio motiverebbero gli intervistati a pedalare.

Allo stesso tempo, le risposte al sondaggio mostrano che i motivi principali per cui gli intervistati non vanno in bicicletta sono la distanza o il fatto che non possiedono una bicicletta. Qualcosa che potrebbe risolvere la sfida per quanto riguarda la distanza sarebbe la possibilità di portare la bicicletta sui mezzi pubblici. Una sezione del sondaggio ha esaminato la disponibilità percepita a farlo e le risposte hanno mostrato che c'è una scarsa possibilità di portare la bicicletta con sé o che gli intervistati non sanno se possono farlo. Poiché le risposte hanno mostrato anche che alcuni intervistati non possiedono una bicicletta, potrebbero esserci opportunità di fornire sconti e altri vantaggi economici per motivare questi rispondenti a iniziare a pedalare e in questo modo cercare di affrontare la sfida. Questa misura è stata anche evidenziata come qualcosa che stimolerebbe maggiormente l'uso della bicicletta da parte degli intervistati.

4.4.7 Suggerimenti

I 277 degli intervistati forniscono un feedback al sistema della mobilità del comune di Imola. I principali suggerimenti sono i seguenti:

- 1.** Molti degli intervistati si sono lamentati della mancanza di infrastrutture ciclabili sicure che collegano le principali arterie della città ai distretti industriali. Questo elemento è il principale deterrente per i cittadini a non utilizzare la bicicletta per gli spostamenti casa-lavoro. In particolare, i cittadini suggeriscono di migliorare la sicurezza delle piste ciclabili in quanto spesso interrotte da incroci con auto di passaggio oltre che dagli alleggerimenti che rendono difficile ai cittadini tornare a casa in sicurezza. Inoltre, i cittadini lamentano la mancanza di parcheggi sicuri per le biciclette a causa dei frequenti furti di biciclette che si verificano soprattutto in stazione.
- 2.** Il secondo elemento che porta gli utenti a preferire l'auto alla bicicletta per recarsi al lavoro è la mancanza di trasporto pubblico locale. Secondo gli intervistati, il trasporto pubblico locale in autobus e treno è carente, di scarsa qualità e sottodimensionato. Ciò non consente ai cittadini di coprire grandi distanze con i mezzi pubblici e di utilizzarli in combinazione con la bicicletta. Inoltre, gli intervistati lamentano la scarsa capillarità del trasporto pubblico, la riduzione degli orari e della puntualità del trasporto pubblico nonché la difficoltà di trovare soluzioni convenienti ed economiche che consentano il trasporto delle biciclette a bordo.
- 3.** Un altro aspetto che gli intervistati ritengono essere uno stimolo essenziale all'uso della bicicletta per recarsi al lavoro è l'introduzione di incentivi per i dipendenti sotto forma di:

- Sconti e incentivi economici non solo per uso bici per km, ma anche per auto elettriche.
- Incentivi per l'acquisto di biciclette o monopattini elettrici.
- tariffe basse per i pendolari sui trasporti pubblici e il noleggio di biciclette.
- Noleggio annuale di bici/scooter elettrici con contratto comune/azienda per dividere il costo in tre parti.
- Servizio di car sharing organizzato a livello di azienda/comune tramite app mobile.

4. Infine, gli intervistati ritengono che la comunicazione sui percorsi ciclabili disponibili (Piano Bici) debba essere migliorata tra lavoratori e cittadini. Ritengono inoltre che le iniziative bike friendly (organizzate dal Comune o dalle Imprese locali) debbano essere meglio promosse e pubblicizzate. Ritengono inoltre che il numero di progetti intercomunali che promuovono la mobilità sostenibile dovrebbe aumentare trasmettendo il messaggio che la bicicletta è un modo per contribuire al proprio benessere”.

4.5 Sondaggio con Ecocity, Grecia

4.5.1 Gruppi target

Lo scopo dell'indagine condotta nell'area metropolitana di Atene è stato quello di raccogliere il punto di vista delle persone che hanno influenza su altre persone, indagando così possibili percorsi informali di trasferimento di conoscenze sui temi della mobilità urbana. I gruppi target erano **genitori, insegnanti e dipendenti pubblici**.

Le risposte di genitori, insegnanti e dipendenti pubblici sono state raggiunte attraverso le autorità locali. L'area metropolitana di Atene è divisa in comuni che hanno la responsabilità di costruire strutture ciclabili locali e gestire scuole. L'intenzione era quella di raccogliere il punto di vista di genitori, insegnanti e dipendenti pubblici che lavorano o vivono nei comuni di Atene che hanno investito nella costruzione di un'infrastruttura ciclistica locale. Il comune di Vrilissia, Agia Paraskevi e Zografou sono stati scelti dove esistono le reti ciclabili locali più fitte (per chilometro quadrato dell'area urbana del comune). A Vrilissia le reti coprono quasi l'intero territorio comunale, ad Agia Paraskevi e Zografou la rete copre alcuni quartieri lasciando scoperte parti importanti dell'area urbana. Sfortunatamente, il comune di Zografou non ha inoltrato il questionario elettronico e sono state raccolte pochissime risposte. Per colmare il gap è stato scelto il comune di Egaleo che è stato contattato da Ecocity. Il comune di Egaleo ha costruito una rete ciclabile attorno a un parco urbano situato nel nucleo urbano del comune e ha implementato un'estensione pilota dell'infrastruttura durante la Settimana europea della mobilità 2021. L'esistenza di una rete ciclabile locale è stata valutata come importante per contattare un comune perché migliora l'affidabilità delle risposte raccolte: gli intervistati hanno un quadro chiaro di ciò che stanno valutando. Oltre a invitare i comuni con strutture ciclabili implementate, la **diffusione del questionario elettronico tra le comunità ciclistiche di Atene** ha anche aiutato a raccogliere risposte da persone con esperienza sui problemi di mobilità sostenibile che potrebbero fornire valutazioni affidabili e commenti utili: quindi la maggior parte delle risposte sono state fornite da genitori, insegnanti e dipendenti pubblici che risiedono o lavorano nelle **aree metropolitane di Atene con una rete di infrastrutture ciclabili implementate o da ciclisti abituali**.

4.5.2 Caratteristiche del campione

Al sondaggio hanno risposto 554 persone, il 48% uomini e il 50% donne.

Le età più giovani e più alte sembrano essere sottorappresentate nel campione, poiché il 75% ha tra i 40 ei 65 anni, solo il 5% è più anziano e il 16% ha tra i 20 ei 40 anni.

Anche i laureati sono sovrarappresentati. Il 79 % possiede una laurea o un diploma universitario. Le caratteristiche del campione sono in linea con i gruppi target scelti in quanto insegnanti e dipendenti pubblici sono generalmente di mezza età e in possesso di un titolo universitario.

Nel campione finale il 22% degli intervistati ha dichiarato di essere dipendente pubblico, il 13% insegnanti. Altre occupazioni dichiarate includono: studenti (6%), disoccupati (5%), lavoratori privati (30%), imprenditori (10%), consulenti (5%), pensionati (5%) e lavoratori part-time (4%).

4.5.3 Routine di viaggio

Nel campione i ciclisti sono sovrarappresentati in quanto il questionario è stato condiviso tramite e-mail e social network tra ciclisti. Il 14% ha riferito di aver utilizzato il giorno prima del sondaggio principalmente una bicicletta per raggiungere le proprie destinazioni, il che è in linea con la quota di intervistati (13%) che ha riferito di pedalare quasi quotidianamente (più di 3 volte a settimana) per il loro lavoro. Il 29% ha risposto che va in bicicletta più della settimana. Più del normale sono anche i livelli di deambulazione degli intervistati. Il 16% ha riferito di aver camminato principalmente il giorno prima del sondaggio. Nell'area metropolitana i livelli di quota modale a piedi e in bicicletta sono bassi. Ciò significa che il campione non è rappresentativo dell'intera popolazione urbana, riflettendo il fatto che il questionario ha ricevuto più risposte da persone con cultura e conoscenza della mobilità sostenibile. Solo il 45% ha riferito di aver guidato principalmente un'auto e il 19% di aver utilizzato un autobus o un treno per i propri viaggi il giorno prima dell'indagine. Il 5% aveva guidato una motocicletta e solo l'1% uno scooter elettrico o una bicicletta, dimostrando che in Grecia la ripartizione modale della mobilità elettrica non ha ancora raggiunto un livello soddisfacente. Sebbene il 19% degli intervistati abbia risposto positivamente quando gli è stato chiesto se disponesse di un sistema di condivisione di veicoli elettrici vicino al luogo di residenza (sistema di e-scooter o e-bike o e-car sharing), il 91% degli intervistati non ha mai utilizzato un veicolo elettrico. Inoltre, il 12% ha dichiarato di non fare il pendolare, il 28% di fare il pendolare per meno di 5 km e il 20% tra 6-10 km per raggiungere il posto di lavoro e tornare a casa, il che significa che molti degli intervistati potrebbero facilmente andare in bicicletta al posto di lavoro. Il 60% ha dichiarato di non cambiare abitudini a seconda del tempo. Infine, il 24% degli intervistati ha raramente o mai guidato un'auto, il 53% non ha mai o raramente utilizzato i mezzi pubblici e il 52% non ha mai o raramente utilizzato la bicicletta. Se ci concentriamo sui viaggi di piacere, la ripartizione modale del trasporto pubblico diminuisce in modo significativo e si registrano più viaggi in auto, in bicicletta o a piedi. Un altro risultato importante delle risposte è che la quota di ciclismo diminuisce in modo significativo se l'attenzione è rivolta ai viaggi di shopping. Più viaggi a piedi e in auto sono dichiarati a scopo di shopping. Infine, un risultato delle risposte è che comunemente (circa il 70-80%) le persone combinano l'uso del trasporto pubblico con l'andare a piedi, nonostante vi sia una percentuale di utenti del trasporto pubblico che raggiunge la stazione utilizzando la propria auto (park and ride). Solo il 4% degli utenti del trasporto pubblico va in bicicletta per raggiungere la stazione o la fermata dell'autobus (bike and ride). A causa del denso ambiente urbano di Atene, l'accesso ai parcheggi e alle attrazioni è scarso. Quindi gli utenti del trasporto pubblico sono principalmente coloro che possono raggiungere le stazioni del trasporto pubblico a piedi. La promozione della bicicletta per accedere alle stazioni dei trasporti pubblici potrebbe rendere le strutture di trasporto accessibili a un maggior numero di residenti di Atene.

4.5.4 Ambiente ciclistico

Sebbene la maggior parte degli intervistati (68 %) visse in comuni dell'area metropolitana di Atene dotati di infrastrutture per le biciclette, la "ciclabilità" della loro area è stata valutata bassa.

Solo il 24% degli intervistati considera il proprio comune adatto ai ciclisti e la maggior parte degli intervistati considera inefficienti le infrastrutture ciclabili costruite.

Più specificamente, il 56% preferirebbe una superficie della struttura più liscia che produca livelli inferiori di accelerazione verticale per i ciclisti, il 64% pensa che la maggior parte delle strutture abbia ostacoli che ne impediscono l'uso effettivo e il 69% degli intervistati preferirebbe piste ciclabili più larghe.



La maggior parte delle persone (83%) non definisce sicuro l'ambiente ciclistico e l'86% non considera sicuro l'uso della bicicletta da parte dei bambini, dimostrando che la maggior parte dei comuni fa molto di più per migliorare la sensazione di sicurezza e dovrebbe espandere le infrastrutture esistenti e limitare la velocità e l'uso delle auto. Molto alta (60%) è anche la percentuale di intervistati che considera difficile salire a bordo della propria bicicletta su un veicolo di trasporto pubblico, il che dimostra che anche la cooperazione tra i servizi di trasporto pubblico e l'uso della bicicletta potrebbe essere migliorata.

4.5.5 Ostacoli ciclistici

Come accennato in precedenza, l'ostacolo principale per l'uso della bicicletta è la mancanza di sicurezza soggettiva. La maggior parte delle persone (77%) ha dichiarato di essere frustrata dalla mancanza di sicurezza sulla rete stradale e che impedisce loro di pedalare.

Alta è la percentuale di persone (35%) che ha affermato che un ostacolo importante per la bicicletta è la mancanza di parcheggi per biciclette.

Come accennato in precedenza, alcuni ciclisti evitano di utilizzare la bicicletta per visitare le aree commerciali e in effetti molti (29%) hanno riferito che il peso delle borse della spesa è un ostacolo importante.

Infine, molti si dimostrano ciclisti " del bel tempo " poiché il 23% degli intervistati ha dichiarato che il tempo è un importante ostacolo per la bicicletta.

4.5.6 Motivatori e stimolatori del ciclismo

L'analisi delle risposte al sondaggio di Atene dimostra che i più importanti motivatori e stimolatori del ciclismo sono quelli che aiutano a superare alcuni degli ostacoli ciclabili presentati sopra. La maggior parte degli intervistati (46%) ritiene che più persone andrebbero in bicicletta se il comune aumentasse la densità delle infrastrutture per la bicicletta.

Lo stesso numero di intervistati (44%) penserebbe che anche la costruzione di parcheggi per biciclette motiverebbe le persone a pedalare.

Molti intervistati (38%) pensano che le persone debbano solo esplorare piste ciclabili attraenti e sicure per essere motivate a pedalare.

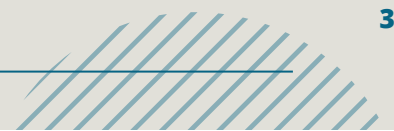
Infine, un numero significativo di intervistati (23 %) ritiene che il miglioramento della qualità delle infrastrutture ciclabili possa fungere da motivatore per la mobilità ciclistica.

4.5.7 Suggerimenti

116 su 554 intervistati (21%) non si sono limitati a completare il questionario, ma hanno condiviso i propri commenti e pensieri su come migliorare l'uso della bicicletta.

I loro suggerimenti sottolineano che, oltre alle risposte preformate del questionario analizzato in precedenza, i decisori potrebbero anche promuovere il ciclismo se:

1. taxa d'uso – incentivi per i ciclisti,
2. collegare l'infrastruttura ciclabile frammentata di diversi comuni all'interno dell'area metropolitana di Atene in modo da ottenere la continuità tra i comuni dell'area metropolitana,
3. l'infrastruttura ciclabile è costruita per collegare le stazioni di transito con le città e il quartiere e migliorare l'uso della bicicletta come modalità di alimentazione del trasporto pubblico,
4. facilitare la cooperazione tra l'uso della bicicletta e del trasporto pubblico
5. migliorare la sicurezza in bicicletta attraverso campagne di sensibilizzazione dei ciclisti
6. educare bambini e adulti sull'importanza della promozione della bicicletta
7. ha reso la bicicletta più sicura attraverso la restrizione dei parcheggi e la limitazione del traffico
8. proteggere le infrastrutture ciclabili esistenti dai parcheggi illegali
9. consentito ai ciclisti di utilizzare le corsie riservate agli autobus





5. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

I partner del consorzio hanno concordato di includere nel sondaggio due domande relative alle attività di monitoraggio e valutazione di IO1 con l'obiettivo di valutare se il sondaggio stava affrontando bene il tema della mobilità sostenibile e chiedere ai partecipanti di fornire la loro comprensione circa la chiarezza e la completezza delle domande.

Il livello di soddisfazione degli intervistati è stato specificato utilizzando una scala Likert a 5 punti, dove 1 è il più basso e 5 il più alto.

Per quanto riguarda la domanda “In che misura ritieni che i temi trattati in questa indagine rispondano all'esigenza di cambiamento della mobilità nel luogo in cui vivi?”, il 27% del totale degli intervistati è soddisfatto e il 9% è molto soddisfatto.

To what extent do you find the topics covered in this survey meet the need for a change in mobility in the place you live in?

	1	2	3	4	5
Abegondo	3 (9%)	7(21%)	4(12%)	14 (43%)	5 (15%)
Karlstad		4 (13%)	9(30%)	12(40%)	5(17%)
Ecocity	15 (2,71%)	62 (11,19%)	161 (29,06%)	241 (43,5%)	75 (13,54%)
Imola	122 (10,46%)	286 (24,53%)	406 (34,82%)	271 (23,24%)	81 (6,95%)
Upp	117 (13,78%)	237 (27,92%)	288 (33,92%)	149 (17,55%)	58 (6,83%)
Total	257 (10%)	534(20%)	868 (34%)	687 (27%)	224 (9%)

Per quanto riguarda la domanda “Ritieni che le domande siano state chiare ed esaustive?”, entrambe le percentuali di intervistati soddisfatti e molto soddisfatti salgono rispettivamente al 41% e al 23%.

Do you think the questions were clear and exhaustive?

	1	2	3	4	5
Abegondo	0	6(18%)	6(18%)	15(46%)	6 (18%)
Karlstad		2(7%)	10(33%)	10(33%)	8(27%)
Ecocity	4	43 (7,76%)	135 (24,37%)	226 (40,79%)	146 (26,35%)
Imola	27 (2,32%)	111 (9,52%)	282 (24,19%)	485 (41,6%)	261 (22,38%)
Upp	22 (2,59%)	78 (9,19%)	233(27,44%)	338 (39,41%)	178 (20,97%)
Total	53 (2%)	240 (9%)	666 (25%)	1074 (41%)	599 (23%)



6. MODELLO PER LA RACCOLTA DELLE BUONE PRATICHE (A6)

Nella fase 1 del progetto TRANSIT i partner del progetto hanno lavorato all'identificazione dei bisogni di apprendimento e alla definizione del Country Profile. Dopo aver raccolto i dati sulla mobilità sostenibile a livello locale e sviluppato l'indagine, i partner del progetto hanno scelto di presentare le loro iniziative passate considerate storie di successo facilmente replicabili in un contesto diverso da quello in cui sono state inizialmente sviluppate e concepite.

Quindi, per identificare e raccogliere le buone pratiche implementate nei territori delle organizzazioni partner del progetto TRANSIT, è stato predisposto uno strumento di raccolta chiamato Good Practice Template (GPT).

L'obiettivo del GPT è quello di raccogliere e sistematizzare le esperienze pregresse delle organizzazioni partecipanti rispetto al tema della promozione della mobilità sostenibile.

Il gruppo di lavoro che si proponeva di articolare il GPT era composto da rappresentanti del SERN, dell'Università di Karlstad e di Lepida. Lo strumento, infatti, è stato preparato in bozza dal SERN e poi presentato al gruppo di lavoro per il perfezionamento. Successivamente, la bozza di GPT è stata inviata agli altri partner del progetto, che hanno presentato il proprio punto di vista sullo strumento individuato e formulato commenti costruttivi volti a migliorarlo.

Il GPT utilizzato per descrivere sinteticamente le pratiche legate al tema della promozione della mobilità sostenibile, individua una serie di elementi ritenuti dai partner di progetto essenziali per l'eventuale replica della pratica stessa in un contesto diverso, con tutti i passi da compiere affinché per metterlo in pratica.

Il modello di buona pratica è in inglese e può essere scaricato [qui](#). Nel prossimo futuro sarà disponibile nel sito web del progetto.



Nella prima sezione del documento, una parte introduttiva contestualizza il GPT, il suo utilizzo all'interno del progetto TRANSIT e lo scopo principale dello strumento per le organizzazioni partner del progetto. Questa sezione è dedicata specificamente alle attività del progetto TRANSIT

1. Detailed description	
Leading Organization	
Contact person and email	
Focus of good practice evidence	Please, define the type of the practice in one sentence (for example, economic incentives, awareness raising activity, citizens engagement, improvement of sustainable mobility service)
Short summary of the practice	This text works as a preview for the good practice and it will be used for dissemination purposes (up to 200 words)
Detailed description on the practice	Please provide information on the practice itself. In particular: (up to 1000 words) <ul style="list-style-type: none"> - What is the problem addressed and the context which triggered the introduction of the practice? - How does the practice reach its objectives and how it is implemented?

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

La seconda sezione è stata dedicata alla descrizione dell'Ente Capofila della pratica (detto anche Titolare della pratica), e del referente, nel caso l'utente voglia saperne di più sull'attuazione della pratica; seguono la tipologia e un breve riassunto della pratica che ne riassume i contenuti a fini divulgativi.

La sezione centrale del GPT è rappresentata dalla sezione di descrizione dettagliata in cui il rappresentante dell'organizzazione partner ha spiegato il problema che innesca l'ideazione della pratica e che ha voluto affrontare attraverso la sua implementazione. Definisce inoltre gli obiettivi da raggiungere.

Inoltre, il GPT indica i gruppi target che sono direttamente interessati dall'implementazione della pratica e il messaggio da trasmettere loro. Inoltre, nel GPT sono chiaramente definiti i Passi da seguire per l'attuazione della pratica, prevedendo una tempistica specifica per l'utente.

2. Detailed description	
Target Groups	Please, indicate which the target groups of the practice implemented (up to 500 words)
Message conveyed to the target groups	Please, indicate the message conveyed to the target groups (up to 500 words)
Steps to implement the action (please, define also time required – sequence of the action)	Please, indicate which are the steps to implement the action (up to 1000 words)
Role and Responsibilities of the actors involved in the implementation and stakeholders	Please, indicate which are roles and responsibilities assigned to each actor involved in the good practice implementation (up to 700 words)

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Inoltre, vengono sottolineati anche i ruoli e le responsabilità degli attori che collaborano nella fase di implementazione (chi fa cosa?) nonché gli strumenti/strategia di comunicazione adottati per diffondere informazioni sulla buona pratica.

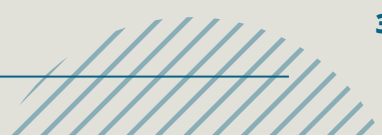
Communication methods and tools: media, printed... (explain which type of communication tool you adopted ...)	
Remarks (issues to pay attention to when implementing the activity)	
Resources needed to implement the practice	<i>Please specify the amount of funding/financial resources used and/or the human resources required to set up and to run the practice (300 words)</i>
Timescale (start/end date)	<i>e.g. June 2012 – May 2014/ongoing</i>
Materials to be used	
Evidence of success (results achieved)	<i>Why is this practice considered as good? Please provide factual evidence that demonstrates its success or failure (e.g. measurable results/indicators of success) Up to 600 words.</i>
Challenges encountered (optional)	<i>Please specify any challenges encountered/lessons learned during the implementation of the practice (up to 1000 words).</i>
Potential for learning or transfer	<i>Please explain why you consider this practice (or some aspects of this practice) as being potentially interesting for other partners to learn from. This can be done e.g. through information on key success factors for a transfer or on factors that can hamper a transfer. Information on transfer(s) that already took place can also be provided</i>
Further information	<i>Link to where further information on the good practice can be found</i>
Keywords related to your practice	
Upload image, links, or other communication materials	

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
 The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Nel modello sono stati inclusi dal gruppo di lavoro anche gli aspetti tecnici relativi all'implementazione della buona pratica, come la tempistica con l'indicazione della data di inizio e di fine della pratica, le risorse umane, materiali ed economiche necessarie per metterla in pratica.

Infine, le sezioni più interessanti sono quelle relative alla dimensione dell'apprendimento che ha seguito l'implementazione della pratica da parte del Titolare: a questo proposito, è fondamentale sottolineare le questioni a cui prestare attenzione durante l'implementazione della pratica (Osservazioni) - le sfide incontrate dal Titolare e le eventuali soluzioni ideate per risolverli; l'evidenza del successo, cioè la prova che la pratica può essere considerata buona per essere trasferita in un contesto diverso e gli aspetti delle pratiche interessanti per altri partner da cui imparare.

Pertanto, l'ultima parte di questo documento contiene informazioni che sono chiaramente annegate dall'esperienza diretta del Titolare della pratica, seguendo l'approccio learning by the experience che potrebbe essere un fattore inestimabile per il trasferimento in un diverso contesto europeo.





7. INDIVIDUAZIONE E RACCOLTA DI BUONE PRATICHE

Per quanto riguarda l'identificazione delle buone pratiche, il capofila (Università di Karlstad) ha chiesto a ciascuno di loro di condividere da 2 a 3 iniziative che erano già state implementate localmente dai partner del progetto TRANSIT sul tema della promozione di mobilità sostenibile. I partner hanno selezionato le suddette iniziative considerando come elementi principali l'evidenza del successo e il potenziale di trasferibilità.

Questa esigenza deriva dal fatto che pochi dei partner coinvolti nel progetto, sulla base del sostegno politico ricevuto e delle risorse a cui possono concretamente accedere, hanno l'intenzione di sperimentare almeno una pratica promossa dagli altri colleghi europei del progetto TRANSIT.

In questo modo, capiranno efficacemente se potrebbe essere facilmente trasferibile e adattabile per affrontare prontamente le loro sfide locali sulla mobilità sostenibile, indipendentemente dalla loro diversità di background sociale, ambientale e politico.

Nelle pagine seguenti verranno presentate due Buone Pratiche per ciascuna organizzazione partner.

A.1.1 A.1.1 LE BUONE PRATICHE DEL COMUNE DI ABEGONDO (SPAGNA)

Il Comune di Abegondo ha presentato due pratiche per promuovere la mobilità sostenibile e sono:

La pratica **Sharing taxi gratuitamente**: il comune offre il servizio di taxi gratuito su richiesta come soluzione di mobilità intracomunale per anziani senza veicolo.

1. DESCRIZIONE DETTAGLIATA	
ORGANIZZAZIONE PARTNER	Comune di Abegondo
PERSONA DI CONTATTO ED E-MAIL	ISABEL MANTEIGA / isabel.manteiga@abegondo.gal
FOCUS DELLA BUONA PRATICA	Miglioramento dei servizi di mobilità sostenibile: SHARING TAXI GRATIS
BREVE RIASSUNTO DELLA PRATICA	Il comune offre il servizio di taxi gratuito su richiesta come soluzione di mobilità intracomunale per anziani senza veicolo



DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELLA PRATICA	<p>Ad Abegondo, il servizio pubblico intracomunale di autobus è antieconomico a causa della forte dispersione della popolazione: 132 paesini con una media di 43 abitanti/cad. In alternativa, il comune offre il servizio gratuito di sharing taxi su richiesta ai cittadini anziani sprovvisti di auto privata, per recarsi presso ambulatorio, farmacia, banca, negozi e municipio.</p> <p>-In che modo la pratica raggiunge i suoi obiettivi e come viene implementata?</p> <p>Il cittadino chiama il Comune chiedendo un taxi, l'operatore dei servizi sociali trasferisce la richiesta al tassista disponibile, secondo i turni stabiliti.</p> <p>Il servizio è offerto due giorni alla settimana: lunedì e mercoledì, in concomitanza con l'analisi del centro sanitario.</p> <p>L'orario di ritiro è alle 8:15 del mattino presso la fermata più vicina all'abitazione e il rientro alle 11:30 presso il centro sanitario.</p>
GRUPPI TARGET	<p>Cittadini Anziani:</p> <p>-1.659 persone, il 30 per cento della popolazione di Abegondo , hanno più di 65 anni.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 308 I cittadini di Abegondo con più di 65 anni vivono soli.
MESSAGGIO TRASMESSO AI GRUPPI TARGET	<p>Se hai più di 65 anni e non disponi di un veicolo, ora puoi utilizzare il servizio taxi condiviso per le tue visite mediche e fare acquisti ad Abegondo</p>
FASI DI IMPLEMENTAZIONE (PER FAVORE, DEFINISCI ANCHE IL TEMPO RICHIESTO - LA SEQUENZA DELLE ATTIVITÀ)	
RUOLO E RESPONSABILITÀ DEGLI ATTORI COINVOLTI NELL'ATTUAZIONE E DEGLI STAKEHOLDERS	
METODI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE: MEDIA, STAMPATI... (SPIEGA CHE TIPO DI STRUMENTO DI COMUNICAZIONE HAI ADOTTATO...)	<p>Comunicato stampa del comune che annuncia il servizio</p>

OSSERVAZIONI (QUESTIONI A CUI PRESTARE ATTENZIONE DURANTE L'IMPLEMENTAZIONE DELL'ATTIVITÀ)	
RISORSE NECESSARIE PER IMPLEMENTARE LA PRATICA	Il comune ha 5 licenze di taxi che a turno offrono 2 auto a settimana.
TEMPISTICA (DATA DI INIZIO/FINE)	Data di inizio: aprile 2017, ancora in corso.
MATERIALI DA UTILIZZARE	
PROVE DI SUCCESSO (RISULTATI RAGGIUNTI)	Attualmente, un totale di 77 famiglie si sono iscritte al servizio. La domanda mensile media è di 10 viaggi di andata e ritorno.
SFIDE INCONTRATE (OPZIONALE)	
POTENZIALE DI APPRENDIMENTO O TRASFERIMENTO	Questa piccola esperienza è un buon esempio di come aiutare a risolvere le esigenze di mobilità degli anziani con un budget limitato, evitando il costo di mezzi di trasporto più costosi e inquinanti.
ULTERIORI INFORMAZIONI	
PAROLE CHIAVE RELATIVE ALLA PRATICA	Persone anziane - Taxi condiviso
CARICA IMMAGINI , LINK O ALTRI MATERIALI DI COMUNICAZIONE	

- La seconda pratica è **BIOSPHERE ECOTOURISM TRAILS** e mira a migliorare la mobilità attiva del territorio della Riserva della Biosfera, collegando i comuni urbani con quelli rurali e i territori costieri con quelli dell'interno, attraverso il recupero dei percorsi tradizionali.

2. DESCRIZIONE DETTAGLIATA	
ORGANIZZAZIONE PARTNER	Riserva della Biosfera Mariñas Coruñas e Terras do Mandeo

PERSONA DI CONTATTO ED E-MAIL	Diego LÓPEZ / diego.lopez@marinabetanzos.gal
FOCUS DELLA BUONA PRATICA	Con l'obiettivo di promuovere la mobilità sostenibile basata sulla decarbonizzazione della destinazione turistica della Riserva della Biosfera che aiuta a mitigare gli effetti dei cambiamenti climatici, sarà lanciato un Piano di mobilità sostenibile per migliorare la connettività urbano-rurale e costiera-entroterra.
BREVE RIASSUNTO DELLA PRATICA	L'obiettivo di BIOSPHERE ECOTOURISM TRAILS è quello di migliorare la mobilità attiva del territorio della Riserva della Biosfera, collegando i comuni urbani con quelli rurali e territori costieri con quelli dell'interno, attraverso il recupero dei percorsi tradizionali.
DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELLA PRATICA	<p>Si prega di fornire informazioni sulla pratica stessa. In particolare: (fino a 1000 parole)</p> <p>-Qual è il problema affrontato e il contesto che ha innescato l'introduzione della pratica? Attualmente non esiste una rete di sentieri con preferenza per pedoni e biciclette, che consenta di collegare i principali nodi di attrazione dei comuni.</p> <p>-In che modo la pratica raggiunge i suoi obiettivi e come viene implementata? L'azione consiste nell'individuare i principali "nodi" di mobilità, progettare percorsi, e segnalarli, per favorirne la fruizione sia da parte della popolazione locale che dei visitatori, promuovendo un modello di ecoturismo nel territorio. Verrà realizzato un progetto "pilota" denominato Biosphere Ecotourism Paths. Articolare una destinazione ecoturistica adattata al nuovo scenario climatico e basata sulla natura. Sviluppare nuovi prodotti basati sulle risorse e sulla cultura locali, che contribuiscano alla riattivazione economica, abilitando una rete di percorsi con garanzie di sicurezza per pedoni e ciclisti, concordati con la popolazione locale.</p>
GRUPPI TARGET	<p>Popolazione locale e visitatori della Riserva della Biosfera " Mariñas Coruñas e Terras do Mandeo ".</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Riserva della Biosfera " Mariñas Coruñas e Terras do Mandeo " copre un totale di 190.708 abitanti e 1.167 km² (1.139 km² di zone interne e 275 km² di zone costiere), che rappresenta il 14,33% della superficie della provincia di A Coruña, distribuita in 17 comuni: Abegondo, Aranga, Arteixo, Bergondo, Betanzos, Cambre, Carral, Coirós, Culleredo, Curtis, Irixoa, Miño, Oleiros, Oza -Cesuras, Paderne, Sada e Sobrado.

MESSAGGIO TRASMESSO AI GRUPPI TARGET	<p>Al fine di aumentare la sostenibilità dei trasporti intorno alla riserva e ridurre l'uso di veicoli a motore privati, sarà promosso l'uso dei Sentieri Ecoturistici della Biosfera tra la popolazione locale e i visitatori.</p>
FASI DI IMPLEMENTAZIONE (PER FAVORE, DEFINISCI ANCHE IL TEMPO RICHIESTO - LA SEQUENZA DELLE ATTIVITÀ)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificare percorsi per migliorare la mobilità turistica e promuovere un modello di ecoturismo nei comuni delle Mariñas Reserva della Biosfera di Coruñas . 2. Eseguire il progetto pilota "Ecoturismo Sentieri della Biosfera".
RUOLO E RESPONSABILITÀ DEGLI ATTORI COINVOLTI NELL'ATTUAZIONE E DEGLI STAKEHOLDERS	<p>ADR Mariñas-Betanzos , come soggetto gestore del Piano di Sostenibilità e come attori coinvolti: comuni della Riserva della Biosfera, consiglio provinciale (Deputación da Coruña) e governo regionale (Xunta de Galicia).</p>
METODI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE: MEDIA, STAMPATI... (SPIEGA CHE TIPO DI STRUMENTO DI COMUNICAZIONE HAI ADOTTATO...)	<p>Metodi e strumenti di comunicazione saranno decisi in una fase successiva.</p>
OSSERVAZIONI (QUESTIONI A CUI PRESTARE ATTENZIONE DURANTE L'IMPLEMENTAZIONE DELL'ATTIVITÀ)	<ul style="list-style-type: none"> • Definizione di itinerari (assistenza tecnica). • Indagini, per definire i punti di interesse della popolazione e la loro ricettività alla proposta. • Audizioni pubbliche ambientali per la condivisione con i vicini e gli enti competenti. • Segnaletica stradale: verticale e orizzontale. • Miglioramento della pavimentazione (solo in casi giustificati) • Diffusione dei Sentieri Ecoturistici della Biosfera tra la popolazione.
RISORSE NECESSARIE PER IMPLEMENTARE LA PRATICA	<p>112.000 €. Ministero dell'Industria, del Commercio e del Turismo del governo spagnolo, attraverso i fondi Next Generation dell'UE.</p>
TEMPISTICA (DATA DI INIZIO/FINE)	<p>Inizio: ottobre 2022 – Data di fine: ottobre 2024</p>
MATERIALI DA UTILIZZARE	



PROVE DI SUCCESSO (RISULTATI RAGGIUNTI)	<p>Indicatori per la valutazione:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Individuazione dei principali percorsi ecoturistici da promuovere e che costituiscono autentici “nodi” per favorire la mobilità sostenibile. 2. Distanza (in km) dei sentieri adattati e segnalati. 3. Diagnosi e documenti di identificazione dei bisogni di mobilità sostenibile.
SFIDE INCONTRATE (OPZIONALE)	Ricettività dei vicini alla restrizione dei veicoli a motore presso Ecotourism Paths of the Biosphere
POTENZIALE DI APPRENDIMENTO O TRASFERIMENTO	La marcata dispersione demografica del territorio della Riserva della Biosfera ha motivato l'esistenza di un'estesa rete viaria, che consente di progettare percorsi sicuri per favorire la mobilità attiva, senza la necessità di realizzare nuove infrastrutture.
ULTERIORI INFORMAZIONI	https://www.marinasetanzos.gal/
PAROLE CHIAVE RELATIVE ALLA PRATICA	Ecoturismo Sentieri della Biosfera / fondi Next Generation / percorsi con preferenza per pedoni e biciclette
CARICA IMMAGINI , LINK O ALTRI MATERIALI DI COMUNICAZIONE	https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1qoZ3aR9RRt2JliivC12pP2VyKL3FU-_w&ll=43.217513699335676%2C-8.290681700000002&z=11

A.1.2 LE BUONE PRATICHE DELL' UNIONE PEDEMONTANA PARMENSE (ITALIA)

L'Unione Pedemontana Parmense ha presentato una pratica per promuovere la mobilità sostenibile ed è la seguente:

- Il Piedibus: I volontari accompagnano e riportano i bambini a scuola a piedi, seguendo percorsi pedonali sicuri.

3. DESCRIZIONE DETTAGLIATA	
ORGANIZZAZIONE PARTNER	Unione Pedemontana Parmense
PERSONA DI CONTATTO ED E-MAIL	Giovanna Ravanetti – +39 0521 344 543 g.ravanetti@unionepedemontana.pr.it

FOCUS DELLA BUONA PRATICA	<p>Attività di sensibilizzazione sull'educazione ambientale, coinvolgimento dei cittadini, miglioramento della mobilità sostenibile.</p>
BREVE RIASSUNTO DELLA PRATICA	<p>I volontari accompagnano i bambini a scuola e tornano a piedi, seguendo percorsi pedonali sicuri; grazie alla tecnologia, il Piedibus può essere anche "Smart". I bambini vengono dotati di un dispositivo Bluetooth che registra la distanza percorsa e un'app la trasforma in un viaggio virtuale.</p>
DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELLA PRATICA	<p><i>·Ogni giorno molte auto viaggiano per portare i bambini a scuola. Questo produce ingorghi e inquinamento. Inoltre, le strade intorno alle scuole diventano spesso poco sicure. Il Piedibus riduce il numero di auto e quindi le emissioni, diminuisce il traffico aumentando la sicurezza; educa i bambini al rispetto dell'ambiente; favorisce la socializzazione, aiutando a prevenire il bullismo; combatte l'obesità infantile grazie all'esercizio fisico</i></p> <p><i>Come si raggiungono gli obiettivi e come viene attuata la pratica?</i></p> <p><i>- I volontari accompagnano i bambini a scuola e li riportano a piedi, seguendo percorsi pedonali prestabiliti e sicuri. I percorsi sono suddivisi in diverse "linee Piedibus", identificate da colori diversi (giallo, rosso, ecc.) con fermate in tutte le aree da cui è possibile andare a scuola percorrendo una distanza ragionevole.</i></p> <p><i>I "passeggeri" indossano una pettorina con il colore della loro linea. Alcuni bambini, accompagnati dai genitori, partono dalla prima fermata della linea, mentre altri "salgono" sul Piedibus lungo il percorso. Ogni linea è guidata almeno da due volontari: uno la conduce, l'altro la chiude.</i></p>
GRUPPI TARGET	<p>I gruppi target sono gli studenti delle scuole elementari (dai 6 ai 10 anni) e le loro famiglie..</p>
MESSAGGIO TRASMESSO AI GRUPPI TARGET	<p>Il Piedibus è il modo migliore per andare a scuola. Camminare fa bene alla salute. Si possono fare nuove amicizie e viaggiare virtualmente in tutto il mondo con i chilometri raccolti.</p>
FASI DI IMPLEMENTAZIONE (PER FAVORE, DEFINISCI ANCHE IL TEMPO RICHIESTO - LA SEQUENZA DELLE ATTIVITÀ)	<ul style="list-style-type: none"> •Ogni comune promuove il servizio tra le famiglie, con un piano di comunicazione ed eventi per onorare i volontari e i bambini che viaggiano in Piedibus . Fornisce pettorali, assicurazioni per i volontari, gadget e premi per gli alunni (ad esempio matite, penne, quaderni e pennarelli).

	<ul style="list-style-type: none"> I volontari, per lo più pensionati o nonni degli alunni, devono seguire un breve corso di formazione per imparare le linee ea “guidare un Piedibus”.
RUOLO E RESPONSABILITÀ DEGLI ATTORI COINVOLTI NELL'ATTUAZIONE E DEGLI STAKEHOLDERS	I Comuni predispongono le linee, il piano di comunicazione per le famiglie e gli alunni, coinvolgono le associazioni, organizzano corsi di formazione per i volontari. I volontari e le associazioni devono prendersi cura dei bambini e portarli a scuola in sicurezza. Le famiglie devono aderire al progetto, compilando un modulo di iscrizione, e accompagnare i propri figli alle fermate del Piedibus
METODI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE: MEDIA, STAMPATI... (SPIEGA CHE TIPO DI STRUMENTO DI COMUNICAZIONE HAI ADOTTATO...)	Piedibus è promosso dai Comuni con l'ausilio di testimonial (Ad esempio famosi campioni dello sport). I Comuni realizzano anche volantini, e li distribuiscono agli alunni e alle loro famiglie, eventi, gadget, copertine di quaderni per bambini, per invitare a prendere il Piedibus o premiare chi già lo percorre.
OSSERVAZIONI (QUESTIONI A CUI PRESTARE ATTENZIONE DURANTE L'IMPLEMENTAZIONE DELL'ATTIVITÀ)	La cosa più importante è comunicare molto bene il progetto ai genitori, al fine di garantire loro la sicurezza, ed è molto importante selezionare e formare volontari. È importante premiare anche i “passeggeri”.
RISORSE NECESSARIE PER IMPLEMENTARE LA PRATICA	Piedibus è completamente gratuito per le famiglie ei volontari non hanno stipendio. Ogni comune investe da 1.500 € fino a 3.500 € all'anno, a seconda del numero e del tipo di eventi, gadget, premi e piani di comunicazione (volantini, locandine ecc.).
TEMPISTICA (DATA DI INIZIO/FINE)	Settembre 2005 - In corso
MATERIALI DA UTILIZZARE	Flyer, locandine per identificare le fermate Piedibus , pettorali e, per “ Piedibus smart”, smartphone per utilizzare app e dispositivi bluetooth per registrare la distanza percorsa.
PROVE DI SUCCESSO (RISULTATI RAGGIUNTI)	Questa pratica è buona perché costa poco e aiuta a ridurre il numero di auto che viaggiano tutti i giorni casa-scuola-casa e quindi le emissioni; ridurre il traffico intorno alle scuole, aumentando la sicurezza; educare i bambini al rispetto dell'ambiente; favorire la socializzazione, contribuendo a prevenire il bullismo; combattere l'obesità infantile grazie all'esercizio fisico. Piedibus è anche economico. Quando Piedibus era disponibile in tutti i comuni UPP, c'erano circa 180 passeggeri al giorno. Oggi sono , più o meno, 80 .

SFIDE INCONTRATE (OPZIONALE)	Ogni anno la sfida principale è trovare volontari sufficienti e affidabili.
POTENZIALE DI APPRENDIMENTO O TRASFERIMENTO	Piedibus è semplice, economico e può essere realizzato ovunque ci siano percorsi pedonali sicuri per andare a scuola.
ULTERIORI INFORMAZIONI	
PAROLE CHIAVE RELATIVE ALLA PRATICA	Sostenibile, ecologico, divertente, socializzante, salutare, semplice, economico
CARICA IMMAGINI , LINK O ALTRI MATERIALI DI COMUNICAZIONE	

A.1.3 LE BUONE PRATICHE DEL COMUNE DI KARLSTAD

Il Comune di Karlstad ha presentato due pratiche per promuovere la mobilità sostenibile e sono le seguenti:

- **La governance e le strategie per l'aumento della ciclabilità:** come il comune di Karlstad lavora con il controllo e le strategie per l'aumento della ciclabilità e i principi nella pianificazione fisica che sono importanti per l'aumento della ciclabilità.

4. DESCRIZIONE DETTAGLIATA	
ORGANIZZAZIONE PARTNER	Comune di Karlstad
PERSONA DI CONTATTO ED E-MAIL	Mikael Haster, Mikael.haster@karlstad.se
FOCUS DELLA BUONA PRATICA	Governance e strategie per aumentare la ciclabilità
BREVE RIASSUNTO DELLA PRATICA	<p>Questo modello descrive come il comune di Karlstad lavora con il controllo e le strategie per aumentare la ciclabilità e i principi nella pianificazione fisica che sono importanti per aumentare la ciclabilità.</p> <p>Il comune di Karlstad è classificato come una delle migliori città ciclabili della Svezia e ha anche vinto il premio per 3 anni consecutivi tra il 2018 e il 2020.</p>



	<p>Ciò non sarebbe stato possibile senza un lavoro strategico a lungo termine e orientato agli obiettivi sia per ridurre le emissioni climatiche ma anche aumentare la percentuale di viaggi sostenibili a Karlstad. Dalla metà degli anni '90, il comune di Karlstad ha lavorato con strategie decise politicamente come il piano del traffico adattato all'ambiente (1995), la strategia ambientale e climatica (2006) e il piano del traffico e il piano per la bicicletta (2014) in cui i viaggi e la bicicletta sostenibili sono stati messo a fuoco.</p> <p>Il sondaggio sulle abitudini di viaggio ricorrenti tra il 2014 e il 2020 mostra che la bicicletta nell'area urbana di Karlstad ha una quota di mercato di circa il 20% della percentuale totale di viaggi. Il traffico automobilistico rappresenta il 55-60% del viaggio totale. Il ciclismo a Karlstad è principalmente aumentato a questi livelli dalla metà degli anni '90 al 2010, quando sono stati effettuati importanti investimenti nelle infrastrutture ciclabili. Negli ultimi 8 anni sono avvenuti piccolissimi cambiamenti. Sono quindi necessarie ulteriori misure per un sistema di trasporto sostenibile e funzionale.</p>
<p>DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELLA PRATICA</p>	<p><i>La spina dorsale viene prima (qualifiche per un sistema di trasporto sostenibile):</i></p> <p><i>Per ridurre al minimo il traffico passeggeri, si tratta di creare strutture sicure che stimolino più persone a camminare e andare in bicicletta, soprattutto all'interno dell'area urbana. Si tratta anche di creare un sistema di trasporto pubblico attraente con interscambi ben pianificati che stimolino il pendolarismo lavorativo con mezzi di trasporto sostenibili e favoriscano il treno o l'autobus come scelta di viaggio per i viaggi più lunghi. Le strutture edilizie dense e miste con la vicinanza ai servizi e ad altre funzioni da casa sono una parte importante della riduzione delle esigenze di viaggio.</i></p> <p>Raccogli piuttosto che diffondere</p> <p>Sia in città che in campagna, è necessario un modo diverso di progettare e costruire per creare ambienti attraenti nelle nostre aree urbane e nei nostri quartieri. Collezionare gli edifici invece di sparpagliarli contribuisce a ridurre le esigenze di spostamento tra casa e lavoro o abitazione e tempo libero. Fornisce comunità più vivaci, rafforzando al contempo le basi per i trasporti pubblici e i nodi dei servizi.</p> <p>Ridotta necessità di viaggiare</p> <p>Ridurre al minimo le esigenze di trasporto e di viaggio è una parte importante di una città climaticamente intelligente. Localizzando le operazioni ad alta intensità di traffico vicino alle vie di comunicazione nazionali e regionali, si creano strutture logistiche più efficienti, il che significa anche meno disagi. Nelle aree rurali, dovrebbe principalmente essere densificato in luoghi raggiungibili a piedi e in bicicletta da attività di servizio e tempo libero, in modo che sia possibile camminare e andare in bicicletta a funzioni importanti per la vita quotidiana.</p>

Allo stesso modo, la densificazione attorno a importanti nodi del trasporto pubblico rende possibile spostarsi con i mezzi pubblici.

Cordialità a piedi e in bicicletta

I viaggi brevi devono essere effettuati in misura maggiore con mezzi di trasporto sostenibili. Il che significa che più persone devono scegliere di andare in bicicletta entro i limiti della città. La probabilità di pedalare o camminare è maggiore se la distanza dal punto di partenza al punto di arrivo non supera 1,5-2 km. L'unica struttura urbana che ne beneficia su larga scala è quella città densa e concentrata. Un altro problema è l'attrattiva dei percorsi pedonali e ciclabili, sia visivamente, funzionalmente e come viene vissuta in termini di sicurezza. La densificazione attorno alle vie di traffico aumenta la sicurezza percepita, ma allo stesso tempo sono necessari sforzi anche nei passaggi pedonali e ciclabili di oggi. I tunnel e i ponti di oggi sono spesso stretti e fortemente trascurati, il che significa che si sentono poco sicuri, soprattutto di sera. Può creare riluttanza a camminare e andare in bicicletta in queste sezioni. Le piste ciclabili veloci devono essere aggiornate in modo che sia possibile pedalare rapidamente senza conflitti con i pedoni e poco chiare.

Nodi di mobilità qualitativa

La mobilità deve essere diversificata, deve essere facile scegliere il mezzo di trasporto giusto per il viaggio giusto e deve essere facile cambiare mezzo di trasporto. Creando hub di mobilità che facilitino cambiamenti climatici intelligenti, la congestione nelle parti centrali di Karlstad può essere ridotta in una certa misura. Allo stesso tempo, una vita senza bisogno di un'auto può essere resa possibile, se l'accessibilità per l'individuo aumenta attraverso maggiori condizioni per la scelta di modi di trasporto flessibili ed ecologici. Nodi di mobilità qualitativa facili da raggiungere a piedi e in bicicletta, e che possono anche facilitare la vita quotidiana e il pendolarismo con i mezzi pubblici, saranno elementi importanti nel futuro paesaggio urbano. Affinché i nodi della mobilità siano percepiti come accessibili e sicuri indipendentemente dall'ora del giorno, è bene che siano co-localizzati con altri edifici come attività commerciali, servizi o abitazioni.

Parcheggio

Il parcheggio come mezzo di controllo è uno strumento importante che può influenzare sia l'uso dell'auto che la proprietà dell'auto. È necessario un buon equilibrio laddove noi come comune offriamo parcheggi residenziali sufficienti, anche se forse non proprio accanto a casa, ma comunque non più di quelli che in realtà non hanno bisogno di un'auto possono considerare di rinunciarvi.

Per migliorare la possibilità per i residenti nelle zone rurali di spostarsi collettivamente, dovrebbero esserci parcheggi per pendolari intorno al comune. Nelle parti più centrali delle aree urbane, tuttavia, può essere difficile giustificare il parcheggio dei pendolari come uso del suolo in relazione alla densificazione con abitazioni e attività commerciali.

	<p>In periferia delle aree urbane, in collegamento diretto con le fermate esistenti, è generalmente considerato un luogo più adatto.</p> <p>Il parcheggio delle biciclette è necessario per soddisfare il bisogno di parcheggio dei ciclisti, ma anche per consentire un ambiente urbano ordinato e funzionale. La norma sui parcheggi impone ai proprietari di immobili di predisporre il parcheggio per le biciclette in relazione ai permessi edilizi, inoltre, il comune predispone i posti, tra l'altro, nei centri urbani e nelle fermate dei mezzi pubblici. Oltre al giusto numero di posti auto, la posizione è determinante per gli spazi da utilizzare e utili. Con sempre più diverse tipologie di biciclette (biciclette da carico, biciclette elettriche, carrelli per biciclette, ecc.), sarà importante predisporre un parcheggio che possa gestire in modo soddisfacente anche questi veicoli.</p> <p>Piano del traffico, piano della bicicletta, piano della mobilità</p> <p>A Karlstad esiste un piano del traffico e un piano per le biciclette adottati politicamente dal 2014. Per lavorare in modo più chiaro su come viaggiamo e su come possiamo aumentare i viaggi sostenibili, nel 2023 verrà sviluppato un piano di mobilità.</p> <p>Fornisce le condizioni per l'aspetto di un lavoro a lungo termine per aumentare la mobilità ciclistica in una regione o in una città. Il piano può funzionare come strategia o piano d'azione con misure che descrivono cosa deve essere fatto per raggiungere gli obiettivi a lungo termine per lo sviluppo sostenibile nell'area del traffico. Con l'ausilio di un piano del traffico, di un piano per la bicicletta o di un piano della mobilità, il comune può realizzare quanto segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il piano del traffico descrive come dovrebbe essere il sistema del traffico e propone misure per raggiungere gli obiettivi adottati. • In sostanza, ciò significa che deve aumentare la proporzione di coloro che camminano, vanno in bicicletta e si spostano con i mezzi pubblici e che il traffico automobilistico non deve aumentare allo stesso ritmo di finora. • Identificare lo sviluppo futuro della rete di piste ciclabili • Come dovrebbe essere il finanziamento delle misure infrastrutturali • Misure morbide nella mobilità che promuoveranno la transizione verso un aumento dei viaggi sostenibili
<p>GRUPPI TARGET</p>	<p>Politico</p> <p>La politica stabilisce il quadro e la direzione per un comune e quindi deve essere un organo decisionale per quanto riguarda gli obiettivi e le misure che vengono sviluppate attorno a come deve essere sviluppato il sistema di trasporto e come sono descritti in piani e programmi.</p> <p>Funzionari:</p> <p>I funzionari elaborano le basi necessarie affinché la politica sia in grado di prendere decisioni su obiettivi e misure. I funzionari sono quindi incaricati di attuare le misure decise dalla politica.</p>

	<p>Nazionale :</p> <p>Interessato in modi diversi da ciò che viene deciso e come utente del sistema di trasporto.</p> <p>Attività commerciale. Associazioni</p> <p>Colpiti anche dalle decisioni prese e dagli utenti del sistema di trasporto.</p>
MESSAGGIO TRASMESSO AI GRUPPI TARGET	
FASI DI IMPLEMENTAZIONE (PER FAVORE, DEFINISCI ANCHE IL TEMPO RICHIESTO - LA SEQUENZA DELLE ATTIVITÀ)	
RUOLO E RESPONSABILITÀ DEGLI ATTORI COINVOLTI NELL'ATTUAZIONE E DEGLI STAKEHOLDERS	
RISORSE NECESSARIE PER IMPLEMENTARE LA PRATICA	
TEMPISTICA (DATA DI INIZIO/FINE)	
MATERIALI DA UTILIZZARE	
PROVE DI SUCCESSO (RISULTATI RAGGIUNTI)	
SFIDE INCONTRATE (OPZIONALE)	
POTENZIALE DI APPRENDIMENTO O TRASFERIMENTO	
ULTERIORI INFORMAZIONI	
PAROLE CHIAVE RELATIVE ALLA PRATICA	
CARICA IMMAGINI , LINK O ALTRI MATERIALI DI COMUNICAZIONE	

- **Le misure soft per aumentare l'uso della bicicletta:** Di seguito è riportata una breve descrizione delle fasi attuate per l'attuazione di progetti di gestione della mobilità (Mobility Management - MM) o misure soft come vengono anche chiamate. Quando si eseguono progetti MM, è importante tenere traccia del gruppo target e delle condizioni per il gruppo target nell'ambiente del traffico. Seguendo e valutando, l'apprendimento viene creato durante tutto il processo. Infine, vengono descritti alcuni progetti MM a Karlstad.

5. DESCRIZIONE DETTAGLIATA	
ORGANIZZAZIONE PARTNER	Comune di Karlstad
PERSONA DI CONTATTO ED E-MAIL	Mikael Haster, Mikael.haster@karlstad.se
FOCUS DELLA BUONA PRATICA	Misure soft per aumentare l'uso della bicicletta
BREVE RIASSUNTO DELLA PRATICA	Di seguito è riportata una breve descrizione delle fasi attuate per l'attuazione di progetti di gestione della mobilità (MM) o misure soft come viene anche chiamato. Quando si eseguono progetti MM, è importante tenere traccia del gruppo target e delle condizioni per il gruppo target nell'ambiente del traffico. Seguendo e valutando, l'apprendimento viene creato durante tutto il processo. Infine, vengono descritti alcuni progetti MM a Karlstad.
DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELLA PRATICA	<p>Informazioni su M.M (misure soft) La gestione della mobilità (MM) è un concetto per promuovere il trasporto sostenibile e influenzare l'uso dell'auto modificando atteggiamenti e comportamenti dei viaggiatori. Fondamentali per la gestione della mobilità sono le misure "soft", come l'informazione, la comunicazione, l'organizzazione dei servizi e il coordinamento delle attività. Le misure soft spesso migliorano l'efficacia delle misure "hard", ad esempio nuove linee tranviarie, parcheggi per biciclette o piste ciclabili.</p> <p>Analisi Strutturale e Gruppi Target Un'analisi strutturale fornisce le condizioni per diversi tipi di traffico come le infrastrutture per biciclette e il trasporto pubblico. Ma può anche essere l'accesso al parcheggio e le tariffe di parcheggio, la differenza nel rapporto tra i tempi di viaggio tra i diversi tipi di traffico, ecc. Un'analisi del gruppo target fornisce un quadro attuale delle abitudini di viaggio di un gruppo target o del potenziale per viaggiare in modo sostenibile. Un'analisi del gruppo target è generalmente limitata a un posto di lavoro oa un distretto. Un'analisi completa della struttura e del gruppo target fornisce sia le condizioni che una situazione attuale per un progetto di mobilità.</p>

La combinazione di misure soft e hard produce un effetto migliore (a lungo termine)

In generale, le misure di informazione e marketing da sole hanno un effetto relativamente ridotto sugli spostamenti. I maggiori benefici si ottengono se una misura di gestione della mobilità viene implementata insieme ad altre misure. Combinando diverse misure, sia di gestione della mobilità che fisiche, l'effetto complessivo può essere rafforzato rispetto a quello che si otterrebbe se le misure fossero attuate separatamente. Le misure di marketing hanno un effetto maggiore in quelle condizioni in cui i comportamenti che si vogliono cambiare sono facilitati da buone condizioni fisiche, ad esempio per gli spostamenti a piedi e in bicicletta. Combinando le misure si ottiene un guadagno in termini di coordinamento, ma anche i segnali agli utenti vengono rafforzati quando diventa chiaro che si sta facendo un chiaro investimento. La valutazione dei cosiddetti piani di mobilità (piani che prevedono una combinazione di misure) ha portato a riduzioni del traffico automobilistico del 10-30%, in alcuni casi superiori al 40%, a seconda delle misure incluse e delle condizioni che sono state create.

I maggiori cambiamenti si ottengono se vengono implementati insieme strumenti finanziari, miglioramenti alle infrastrutture e misure di gestione della mobilità.

Valutazione e follow-up (SUMO)

Il follow-up e la valutazione sono una parte importante delle iniziative per l'aumento degli spostamenti sostenibili, per poter verificare se le attività e le misure hanno avuto effetto e dove è necessario compiere ulteriori sforzi. Il follow-up continuo di attività specifiche può essere effettuato con l'aiuto dello strumento SUMO (System for evaluation of mobility projects), sviluppato da Trivector Traffic AB per il dipartimento Traffico dell'autorità.

Gruppo target:

Un gruppo target diretto in SUMO è costituito da coloro che cambieranno il loro comportamento di viaggio. Ad esempio, i gruppi target diretti del sottoprogetto Viaggi d'affari sostenibili sono le aziende partecipanti e i dipendenti dei luoghi di lavoro partecipanti e comprendono i viaggi di pendolarismo che effettuano da e verso il luogo di lavoro, nonché i viaggi effettuati nel servizio. I gruppi target indiretti sono altri gruppi necessari a creare le condizioni per il lavoro, in primo luogo la direzione aziendale/il gruppo di gestione che viene utilizzato per raggiungere i dipendenti, il gruppo direttivo del progetto e altri responsabili delle decisioni.

Scopo:

Misurando, documentando, seguendo e valutando il progetto, aumenta la conoscenza degli effetti e delle connessioni con i comportamenti modificati. A lungo termine, ciò consente di ampliare notevolmente le opportunità di produrre relazioni di effetto certe, che possono essere utilizzate per calcolare gli effetti attesi di varie misure.

Valutare è descrivere e spiegare perché è avvenuto un cambiamento e trarre conclusioni su causa ed effetto. Durante un follow-up, i dati vengono raccolti in modo sistematico, che descrivono cosa è successo e quale effetto si è verificato, che è la base per la valutazione. A breve termine, il vantaggio della valutazione è principalmente quello di mostrare e comprendere gli effetti del singolo progetto. A lungo termine, è molto utile raccogliere esperienze da una serie di valutazioni di progetti individuali al fine di ottenere una base per relazioni efficaci.

Esempi di misure

Campagna di sensibilizzazione Bike to School

Lo scopo della campagna bike to school è incoraggiare un maggior numero di bambini a scegliere di andare e tornare a scuola a piedi e in bicicletta, promuovere la salute dei bambini e dei giovani e contribuire a migliorare l'ambiente e la sicurezza del traffico nelle immediate vicinanze degli studenti. La campagna ha la priorità per le aree scolastiche in cui sono stati apportati miglioramenti alla sicurezza del traffico, ma tutti gli studenti dalla scuola materna al sesto anno a Karlstad hanno l'opportunità di partecipare.

La sfida dovrebbe essere semplice e divertente da completare. La partecipazione è stata motivata da premi che vengono sorteggiati tra i partecipanti.

Il progetto non ha un obiettivo specifico per il numero di partecipanti, tuttavia l'effetto sulla sfida viene valutato sulla base del numero di viaggi in auto che vengono giudicati rimborsabili a breve termine durante la sfida ma anche a lungo termine. È importante anche il modo in cui il progetto contribuisce a ridurre le emissioni e a creare un ambiente scolastico più sicuro.

La valutazione secondo SUMO mostra che 100 auto al giorno sono state sostituite andando a scuola a piedi e in bicicletta durante la campagna. Ciò significa meno emissioni, bambini più sani e chilometri più sicuri. Si prevede che una certa parte dell'effetto ottenuto sarà duraturo quando la campagna verrà attuata contemporaneamente alle misure di miglioramento fisico in un certo numero di scuole.

Sistema di condivisione di biciclette di Karlstads

Le bici in prestito tramite l'app MOQO è un progetto pilota che si estende fino al volgere dell'anno 2022/2023 che sperimenta nuovi modi di viaggiare combinati. Il gruppo target del progetto sono i pendolari verso i comuni di Karlstad e Arvika e lo scopo è verificare se la combinazione di viaggiare con i mezzi pubblici e la bicicletta nel pendolarismo di lavoro sia attraente per i cittadini.

Nel 2019 è stato condotto uno studio di fattibilità in cui sono stati esaminati il ruolo dei sistemi di bike sharing del comune e della regione e quali potenziali gruppi target esistono.

L'indagine ha proposto un sistema fisso mirato a punti di riferimento più grandi per il pendolarismo lavorativo. Ci sono un totale di 10 biciclette alla stazione ferroviaria di Karlstad e 5 biciclette ad Arvika . La regione, responsabile del trasporto pubblico, si è procurata le biciclette e i sistemi di prenotazione, i comuni sono responsabili dell'esercizio e della manutenzione delle biciclette, del parcheggio per le biciclette e del marketing locale. Le valutazioni che sono state fatte hanno dimostrato che il sistema ha reso più agevole la mobilità dei passeggeri del trasporto pubblico facendo sostituire le biciclette al cambio con i mezzi pubblici.

Ciclisti invernali

Le Winter Cyklists sono un progetto che mira a incentivare più persone a scegliere la bicicletta, anche durante i mesi invernali

Nell'analisi strutturale e del gruppo target per le misure di mobilità che è stata effettuata, per questo progetto è stata data priorità al collegamento Viken della corsia di traffico e ai suoi punti target per il pendolarismo di lavoro. Ci sono buone condizioni qui sia per la bicicletta che per il trasporto pubblico nel pendolarismo di lavoro, nonostante ciò, circa il 50% dei viaggi brevi viene effettuato in auto ed è qui che si trova il gruppo target per i ciclisti invernali. 97 conducenti regolari con un punto di partenza o di arrivo in connessione con la corsia di traffico Il collegamento Viken è stato reclutato per la campagna di quest'anno con l'obiettivo di recarsi al lavoro in bicicletta almeno tre giorni alla settimana tra dicembre e marzo. Per facilitare il ciclismo invernale, ad ogni partecipante sono stati offerti gratuitamente pneumatici chiodati, montaggio pneumatici e servizio biciclette. Quando le abitudini di viaggio dei partecipanti prima di partecipare al progetto vengono confrontate con le abitudini di viaggio stimate il prossimo inverno, si stima che il progetto nel collegamento Viken sostituirà poco più di 17.000 viaggi in auto nel pendolarismo di lavoro, principalmente con viaggi in bicicletta. Ciò corrisponde a una riduzione di circa 700 viaggi in auto a settimana. La maggior parte dei partecipanti ha scoperto durante il progetto che indipendentemente dal fatto che si tratti di finanze, tempo di viaggio, salute o ambiente, il ciclismo vince sull'auto. Invece di abituarsi all'auto, è avvenuto un cambiamento di atteggiamento verso un modo di pensare più flessibile quando si tratta di scegliere un viaggio.

Vägbanarna (Percorsi stradali) (Durante l'avvio)

Lo scopo di Vägbanarna è aumentare la percentuale di viaggi effettuati in modo intelligente dal punto di vista climatico. Il progetto cerca autisti regolari che viaggino in auto da e per il lavoro almeno tre giorni alla settimana. Il progetto è realizzato in collaborazione con i trasporti pubblici della regione Värmland e durerà un anno.



	<p>L'inizio è nell'autunno del 2022 e l'ultimo giorno per presentare domanda di adesione è il 22 maggio.</p> <p>Sorrytelling e comunicazione attraverso i social media: Ogni mese, i partecipanti si incontrano con i responsabili del progetto per trarre ispirazione, conoscenza e riflettere su un tema. Ogni tema è anche legato a una sfida o a un compito. I partecipanti documentano i progressi e le difficoltà sul proprio account Instagram o Facebook in modo che gli altri possano seguire come va ed essere ispirati a viaggiare in modo più intelligente dal punto di vista climatico.</p> <p>Vogliamo che tu viva nel comune di Karlstad o che ti rechi al comune di Karlstad e che tu possa partecipare a una riunione di progetto una sera al mese. Dovresti essere disposto a condividere il "tuo viaggio" in foto e testo sul tuo account Instagram aperto o Facebook su base continuativa, per ispirare ed essere un modello per gli altri.</p>
<p>GRUPPI TARGET</p>	<p>Gruppo target principale: Funzionari e project manager che lavorano con problemi di traffico o ambientali</p> <p>Gruppo target secondario : Decisori e politici che devono aggiungere risorse alle misure MM e capire quali effetti può avere sull'ambiente del traffico per la salute umana e il clima.</p> <p>Gruppo target secondario : Cittadini che partecipano ai progetti.</p>
<p>MESSAGGIO TRASMESSO AI GRUPPI TARGET</p>	
<p>FASI DI IMPLEMENTAZIONE (PER FAVORE, DEFINISCI ANCHE IL TEMPO RICHIESTO - LA SEQUENZA DELLE ATTIVITÀ)</p>	
<p>RUOLO E RESPONSABILITÀ DEGLI ATTORI COINVOLTI NELL'ATTUAZIONE E DEGLI STAKEHOLDERS</p>	
<p>METODI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE: MEDIA, STAMPATI... (SPIEGA CHE TIPO DI STRUMENTO DI COMUNICAZIONE HAI ADOTTATO...)</p>	

OSSERVAZIONI (QUESTIONI A CUI PRESTARE ATTENZIONE DURANTE L'IMPLEMENTAZIONE DELL'ATTIVITÀ)	
RISORSE NECESSARIE PER IMPLEMENTARE LA PRATICA	
TEMPISTICA (DATA DI INIZIO/FINE)	
MATERIALI DA UTILIZZARE	
PROVE DI SUCCESSO (RISULTATI RAGGIUNTI)	
SFIDE INCONTRATE (OPZIONALE)	
POTENZIALE DI APPRENDIMENTO O TRASFERIMENTO	
ULTERIORI INFORMAZIONI	
PAROLE CHIAVE RELATIVE ALLA PRATICA	
CARICA IMMAGINI , LINK O ALTRI MATERIALI DI COMUNICAZIONE	

A.1.4 LE BUONE PRATICHE DEL COMUNE DI IMOLA - SERN (ITALIA)

SERN ha presentato come buone pratiche due iniziative che sono state implementate dal comune di Imola, che è un membro attivo della rete SERN nonché partner associato del progetto TRANSIT.

- La **'Imola Verde' (Mappa Verde Imola)**, è una mappa che indica 46 spazi verdi di proprietà comunale, accomunati da oltre 90 km di piste ciclabili e pedonali, sempre fruibili in ogni periodo dell'anno. Mostra la ricchezza e la diversità degli spazi verdi del comune, dai grandi parchi storici ai piccoli giardini, il parco fluviale, i boschi appena nati, e poi ancora, le aree sportive, gli orti, i centri sociali e le piste ciclabili, evidenziando come questo intero ecosistema sia raggiungibile a piedi e in bicicletta. La mappa descrive anche quali attività i cittadini possono svolgere negli spazi verdi pubblici, come le attività per stimolare la mobilità attiva.



6. DESCRIZIONE DETTAGLIATA	
ORGANIZZAZIONE PARTNER	Comune di Imola
PERSONA DI CONTATTO ED E-MAIL	Elisa Spada – Assessore all'Ambiente elisa.spada@comune.imola.bo.it
FOCUS DELLA BUONA PRATICA	La pratica è un'attività di sensibilizzazione volta a stimolare l'uso delle piste ciclabili del Comune di Imola.
BREVE RIASSUNTO DELLA PRATICA	La 'Imola Verde' (Green Imola Map), è una mappa che indica 46 aree verdi di proprietà comunale, accomunate da più di 90 km di piste ciclabili e pedonali, sempre fruibili in ogni periodo dell'anno. Mostra la ricchezza e la diversità degli spazi verdi del comune, dai grandi parchi storici ai piccoli giardini, il parco fluviale, i boschi appena nati, e poi ancora, le aree sportive, gli orti, i centri sociali e le piste ciclabili, evidenziando come questo intero ecosistema sia raggiungibile a piedi e in bicicletta. La mappa descrive anche quali attività i cittadini possono svolgere negli spazi verdi pubblici, come le attività per stimolare la mobilità attiva.
DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELLA PRATICA	<p>Il punto di partenza di questa buona pratica è stata la scarsa conoscenza da parte dei cittadini delle infrastrutture per la mobilità sostenibile, come le infrastrutture di piste ciclabili disponibili all'interno del Comune di Imola. Si accoppia anche con la scarsa conoscenza degli spazi verdi pubblici, come i giardini pubblici, le riserve naturali e le foreste ubicate nel territorio comunale, e di tutto ciò che possono fare in quegli spazi, come le attività per stimolare la mobilità attiva (jogging, osservazione degli animali nel riserva naturale, visita ai giardini pubblici). Ciò ha comportato un uso improprio e sottoutilizzo delle piste ciclabili da parte dei cittadini, che preferiscono optare per soluzioni meno sostenibili, come l'uso di automobili private inquinanti, con un grave impatto negativo sulla qualità dell'aria e sull'ambiente del territorio comunale. Infatti solo il 10% della popolazione comunale conosce e utilizza i 90 km di piste ciclabili e pedonali. Inoltre, la rete delle piste ciclabili e pedonali del Comune di Imola fa parte della bicipolitana che collega tramite piste ciclabili la città metropolitana di Bologna agli altri comuni limitrofi, racchiudendo Imola in un contesto territoriale più ampio.</p> <p>Gli obiettivi principali della buona pratica sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • far capire che tutti gli spazi verdi sono raggiungibili con piste ciclabili;

	<ul style="list-style-type: none"> evidenziare tutto ciò che un cittadino può fare negli spazi verdi, per stimolare la mobilità attiva (correre, vedere gli animali della riserva, andare a vedere i giardini pubblici). <p>L'elemento innovativo della pratica è che combina la mappa della mobilità sostenibile (percorsi pedonali/ciclabili) con la mappa del verde pubblico in un unico luogo, non separatamente.</p>
GRUPPI TARGET	<p>I destinatari di questa pratica sono tutti i cittadini, in particolare le scuole e le associazioni culturali che organizzano attività che coinvolgono il ciclismo.</p>
MESSAGGIO TRASMESSO AI GRUPPI TARGET	<p>Il messaggio che la mappa vuole comunicare ai cittadini è la disponibilità di infrastrutture ciclabili e pedonali affidabili che colleghino tutti gli spazi verdi della città.</p>
FASI DI IMPLEMENTAZIONE (PER FAVORE, DEFINISCI ANCHE IL TEMPO RICHIESTO - LA SEQUENZA DELLE ATTIVITÀ)	<p>Al fine di attuare la pratica, il Comune di Imola ha provveduto a:</p> <p>Fase 1: L'Ufficio Sviluppo Sostenibile/Ambiente collabora con l'Ufficio Mobilità del Comune per ottenere una mappa aggiornata e accurata di tutte le infrastrutture ciclabili e pedonali del Comune.</p> <p>Fase 2: L'Ufficio Sviluppo Sostenibile/Ambiente collabora con l'Ufficio Verde Pubblico per ottenere una mappa puntuale di tutte le aree verdi (parchi, riserve naturali, ecc.) presenti nel Comune.</p> <p>Fase 3: Le mappe vengono consegnate all'illustratore incaricato dal comune di occuparsi del design della mappa.</p> <p>Fase 4: Approvazione della mappa e stampa/caricamento sul sito web del Comune in modo da renderla accessibile a tutti i cittadini e alle associazioni locali.</p>
RUOLO E RESPONSABILITÀ DEGLI ATTORI COINVOLTI NELL'ATTUAZIONE E DEGLI STAKEHOLDERS	<p>Questo tipo di cartografia è stata realizzata dall'Assessorato all'Ambiente del Comune di Imola insieme al CEAS - Centro Intercomunale di Educazione alla Sostenibilità.</p> <p>Gli attori coinvolti nella progettazione e definizione della Green Map sono:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comune di Imola: Ufficio Mobilità, Ufficio Verde Pubblico, Ufficio Sviluppo Sostenibile e Partecipazione, che ha definito i contenuti della mappa 2. CEAS Centro di Educazione alla Sostenibilità Ambientale che ha collaborato alla realizzazione della mappa 3. Illustratore esterno che ha disegnato la mappa e il suo layout. <p>Invece, gli attori locali che hanno collaborato con il Comune di Imola nella diffusione e distribuzione della mappa sono:</p>



	<ul style="list-style-type: none"> • Autorità Scolastiche Locali che hanno distribuito la Mappa Verde tra studenti, insegnanti e famiglie. • Associazioni che promuovono la mobilità attiva e l'iniziazione sportiva che hanno distribuito l'amplificatore tra i loro membri. • Associazioni sportive o culturali che hanno elaborato circuiti sportivi, partendo dalle aree individuate dalla Mappa Verde. • CAI: Club Alpino Italiano
<p>METODI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE: MEDIA, STAMPATI... (SPIEGA CHE TIPO DI STRUMENTO DI COMUNICAZIONE HAI ADOTTATO...)</p>	<p>La diffusione della mappa è stata effettuata in:</p> <ul style="list-style-type: none"> -scuole di ogni ordine e grado. -associazioni impegnate nella promozione della mobilità attiva e dell'iniziazione sportiva. -La mappa è stampata e anche sul sito del comune scaricabile in pdf quello digitale è sempre il più aggiornato -La versione scaricabile ad alta definizione può essere scaricata da tutti <p>campagna di comunicazione Green Map ha previsto le seguenti attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Presentazione della mappa in occasione di eventi locali -agli studenti della mappa e della sua fruibilità nelle scuole del territorio -Onlus Campagna Social Media: il Comune ha chiesto alle associazioni locali di pubblicare un post con l'immagine della mappa sui social media in modo che possa circolare anche online. Questa iniziativa è stata totalmente gratuita, ma l'associazione locale ha guadagnato maggiore visibilità. -È stato citato nelle riviste online di Mobilità Sostenibile e Ciclismo che lavorano per promuovere la mobilità sostenibile a livello nazionale. -La Mappa è stata anche inserita come buona pratica nel sito web dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani.
<p>OSSERVAZIONI (QUESTIONI A CUI PRESTARE ATTENZIONE DURANTE L'IMPLEMENTAZIONE DELL'ATTIVITÀ)</p>	<p>Le illustrazioni della mappa devono essere facilmente leggibili e comprensibili da tutti, devono essere trasversali e le illustrazioni non devono essere troppo infantili.</p> <p>La mappa deve contenere i punti di riferimento della città (autodromo , fiume, rocca, stazione ecc.) e chiarire che appena arrivati in città ci si può muovere in bicicletta (intramodalità).</p> <p>Infine, la Carta dovrebbe dare informazioni precise sulla base della geografia dell'area che rappresenta</p>
<p>RISORSE NECESSARIE PER IMPLEMENTARE LA PRATICA</p>	<p>Il prerequisito per la realizzazione di una tale mappa è disporre di una buona infrastruttura ciclabile e pedonale che raggiunga tutti gli spazi verdi della città.</p>

	<p>Le risorse che devono essere introdotte da un ente pubblico per realizzare una mappa come la mappa verde di Imola sono le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orario di lavoro degli uffici comunali interessati • Costi relativi all'Incarico dell'Illustratore • Costi relativi alla Stampa della Mappa
TEMPISTICA (DATA DI INIZIO/FINE)	<p>Potrebbero essere necessari circa 2 mesi per preparare la mappa. È legato al tempo della burocrazia locale di un Comune.</p>
MATERIALI DA UTILIZZARE	
PROVE DI SUCCESSO (RISULTATI RAGGIUNTI)	<p>Questa mappa ha prodotto molti impatti positivi sul territorio come i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Libreria indipendente organizza un evento chiamato Bicircle , ovvero un circolo di lettura nei parchi cittadini (spazio verde) è un giro in bicicletta lungo le piste ciclabili ei parchi di Imola , un incontro con gli autori, una chiacchierata sui loro libri. Un'occasione unica per incontrare un autore e parlare dei suoi libri, scoprendo anche le piste ciclabili ei parchi di Imola . Maggiori informazioni qui: https://www.ilmosaicocooperativa.com/eventi/bicircolo • Incontro con l'ASL per organizzare le attività di prevenzione: utilizzo della mappa per evidenziare tutte le attività di prevenzione: l'Agenzia ha inoltre chiesto l'ulteriore implementazione dell'inserimento delle palestre all'aperto ubicate nei parchi pubblici in modo da stimolare la mobilità attiva dei cittadini. • Sperimentale Bicibus con l' Istituto comprensivo di Imola : il progetto prevede la promozione dell'uso della bicicletta per i percorsi scuola-casa dei bambini. Inoltre, le attività del progetto sono molteplici e comprendono sia la definizione di specifici percorsi casa/scuola che i bambini possono utilizzare per andare a scuola, ovviamente accompagnati e in gruppo, sia attività di insegnamento dell'uso della bicicletta per andare a scuola. • I negozi pubblici frequentati da famiglie, turisti e giovani hanno chiesto di valorizzare la mappa e di farla diffondere tra i propri clienti • associazioni sportive e di trekking che hanno sviluppato specifici circuiti di allenamento sulla base della mappa. • Poiché la Mappa è stata inclusa come buona pratica anche nel sito web dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani , molti Comuni italiani hanno chiesto la consulenza di Imola per trasferirla nei loro contesti locali. • Bike Italia - rete ciclistica che promuove buone pratiche di mobilità sostenibile ha pubblicato la mappa sul proprio sito



<p>SFIDE INCONTRATE (OPZIONALE)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Non ci sono criticità perché lo strumento è semplice e alla portata di tutti. • La mappa deve essere aggiornata in base allo sviluppo delle infrastrutture e dei percorsi ciclabili e pedonali nell'area.
<p>POTENZIALE DI APPRENDIMENTO O TRASFERIMENTO</p>	<p>Il progetto è molto semplice perché si basa sullo sviluppo della mappa e ogni comune può modularla secondo le proprie esigenze il contesto, il territorio .</p>
<p>ULTERIORI INFORMAZIONI</p>	<p>La preparazione della mappa può richiedere circa 2 mesi. È legato ai tempi della burocrazia locale di un Comune.</p>
<p>PAROLE CHIAVE RELATIVE ALLA PRATICA</p>	<p>#Mobilità #attività #verdepubblico #outdoor</p>
<p>CARICA IMMAGINI , LINK O ALTRI MATERIALI DI COMUNICAZIONE</p>	<p>https://www.bikeitalia.it/2022/02/22/imola-verde-il-connubio-vincente-tra-mobilita-attiva-e-uso-degli-spazi-ricreativi/ https://www.comune.imola.bo.it/aree-tematiche/territorio/notizie-comunicati/imola-verde-mappa-della-ricchezza-e-la-diversita-degli-spazi-verdi-della-citta https://www.comune.imola.bo.it/scuola-formazione/notizie/al-via-imola-ciclabile-bicibus</p>



- La campagna di sensibilizzazione **Andrà tutto in bici** adottata dal Comune di Imola utilizza la cartellonistica stradale per stimolare i cittadini ad adottare la bici come mezzo di trasporto sostenibile per le loro attività quotidiane.

7. DESCRIZIONE DETTAGLIATA	
ORGANIZZAZIONE PARTNER	Consulta della Bicicletta di Bologna - luogo di attività partecipative per promuovere l'uso della bicicletta in città.
PERSONA DI CONTATTO ED E-MAIL	Assessore all'Ambiente – Comune di Imola Elisa Spada email: elisa.spada@comune.imola.bo.it
FOCUS DELLA BUONA PRATICA	La buona pratica si concentra sulla promozione della mobilità sostenibile attraverso messaggi accattivanti sui cartelloni inclusi nella campagna Andrà tutto in bici
BREVE RIASSUNTO DELLA PRATICA	Attraverso la campagna di sensibilizzazione Andrà tutto in bici sviluppato dall'Assessorato alla Bicicletta di Bologna, il Comune di Imola ha utilizzato cartelloni stradali per stimolare i cittadini ad adottare la bicicletta come mezzo di trasporto sostenibile per le loro attività quotidiane.
DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELLA PRATICA	La pratica consiste nella predisposizione di manifesti da diffondere in ogni angolo della città, soprattutto in prossimità di percorsi ciclo-pedonali per stimolare in maniera attrattiva i cittadini all'uso della bicicletta.
GRUPPI TARGET	I manifesti si rivolgono principalmente a giovani e adulti che possono interpretare al meglio le suggestive immagini dei manifesti.
MESSAGGIO TRASMESSE AI GRUPPI TARGET	I messaggi veicolati dalla campagna possono essere diversi per argomento, ma in generale ogni messaggio è legato ai vantaggi per le persone e per l'ambiente dell'utilizzo della bici per coprire le distanze urbane quotidiane.
FASI DI IMPLEMENTAZIONE (PER FAVORE, DEFINISCI ANCHE IL TEMPO RICHIESTO - LA SEQUENZA DELLE ATTIVITÀ)	Il primo passo è contattare la Consulta della Bicicletta tramite il loro sito e scarica le immagini che vorresti utilizzare nella tua campagna di sensibilizzazione tra quelle disponibili. Poi devi donare alla Consulta della bicicletta una piccola somma di denaro che verrà utilizzata dall'organizzazione per finanziare ulteriormente nuove iniziative a favore del modo di vivere e muoversi sostenibile.

	<p>Il terzo passo sarebbe inviare alla tipografia le immagini e farle stampare in un paio di settimane.</p> <p>L'ultimo passo sarà la diffusione di tutti i manifesti in tutta la città, sugli spazi disponibili per le campagne di sensibilizzazione del Comune.</p>
RUOLO E RESPONSABILITÀ DEGLI ATTORI COINVOLTI NELL'ATTUAZIONE E DEGLI STAKEHOLDERS	<p>Il comune riceve i manifesti dalla Consulta della Bicicletta che ha organizzato la campagna pubblicitaria, le fa stampare in una tipografia locale e le affigge in tutta la città.</p>
METODI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE: MEDIA, STAMPATI... (SPIEGA CHE TIPO DI STRUMENTO DI COMUNICAZIONE HAI ADOTTATO...)	<p>Le attività di comunicazione consistono nella stampa di manifesti, corredati da comunicati stampa e promozione sui social media .</p>
OSSERVAZIONI (QUESTIONI A CUI PRESTARE ATTENZIONE DURANTE L'IMPLEMENTAZIONE DELL'ATTIVITÀ)	<p>Scegli il messaggio da trasmettere bene e dovrebbe essere collegato alle attività in corso di attuazione a livello comunale. Ad esempio, il Comune di Imola ha legato il tema delle attività di mobilità al tema della salute personale dei cittadini .</p>
RISORSE NECESSARIE PER IMPLEMENTARE LA PRATICA	<p>Costo dello spazio poster (può essere gratuito per gli enti pubblici)</p> <p>Costo della stampa dei manifesti (circa 1000€)</p> <p>Costo legato ad una donazione volontaria per sostenere le attività di sensibilizzazione della Consulta della Bicicletta: il denaro viene reinvestito in attività di promozione della bicicletta.</p>
TEMPISTICA (DATA DI INIZIO/FINE)	<p>Il tempo di consegna è molto breve (da una settimana a un mese). Dipende dal tempo necessario al Comune per preparare il cartellone, far approvare questa campagna dal consiglio comunale e diffonderla a livello locale.</p>
MATERIALI DA UTILIZZARE	
PROVE DI SUCCESSO (RISULTATI RAGGIUNTI)	<p>Il successo è dimostrato dalla massiccia adesione dei comuni italiani alla campagna. La campagna ha viaggiato molto sui social media attraverso altri che scattavano foto e poi le pubblicavano sui social media per diffondere il messaggio</p>
SFIDE INCONTRATE (OPZIONALE)	

POTENZIALE DI APPRENDIMENTO O TRASFERIMENTO	Data l'immediatezza, l'efficacia e la semplicità dei messaggi proposti, basati essenzialmente sulle immagini altamente evocative dei manifesti, questa campagna potrebbe essere adottata anche in un altro Paese. La possibilità di tradurre i messaggi nella lingua locale dovrebbe essere verificata con la Consulta della Bicicletta .
ULTERIORI INFORMAZIONI	Diffondi - andrattutinbici (andrattutinbici.it)
PAROLE CHIAVE RELATIVE ALLA PRATICA	#campagnadisensibilizzazione #smartmobility #stayhealthybybike #andrattutinbici
CARICA IMMAGINI , LINK O ALTRI MATERIALI DI COMUNICAZIONE	

- Attraverso la Buona Pratica **Bike To work** il Comune di Imola offre alle aziende che hanno consegnato i piani di spostamento casa-lavoro la possibilità di accedere a un'app che i lavoratori devono scaricare indicando il proprio indirizzo di casa, quello di lavoro e l'azienda per cui lavorano. L'app traccia gli spostamenti casa-lavoro dei lavoratori, calcolando i chilometri effettivi e la CO2 non prodotta e ogni 3 mesi effettua un bonifico sul conto corrente del lavoratore.

8. DESCRIZIONE DETTAGLIATA	
ORGANIZZAZIONE	Comune di Imola
PERSONA DI CONTATTO E EMAIL	Assessore Ambiente – Comune di Imola Elisa Spada email: elisa.spada@comune.imola.bo.it
FOCUS DELLA BUONA PRATICA	Dare un incentivo economico ai lavoratori che scelgono di recarsi al lavoro in bicicletta. L'incentivo è calcolato sulla base dei chilometri effettivi ha percorso negli spostamenti casa-lavoro ed è tracciato attraverso un'app georeferenziata. Questa buona pratica è promossa e finanziata dalla Regione Emilia Romagna attraverso i Comuni che, con i finanziamenti, devono definire le modalità per realizzarla.
BREVE RIASSUNTO DELLA BUONA PRATICA	Il Comune di Imola offre alle aziende che hanno consegnato i piani di spostamento casa-lavoro la possibilità di accedere a un'app che i lavoratori devono scaricare indicando il proprio indirizzo di casa, quello di lavoro e l'azienda per cui lavorano. L'app tiene traccia degli spostamenti casa-lavoro dei lavoratori, calcolando i chilometri effettivi e la CO2 non prodotta e ogni 3 mesi effettua un bonifico sul conto corrente del lavoratore
DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELLA PRATICA	La pratica dell'incentivo chilometrico mira a rompere le abitudini legate agli spostamenti casa-lavoro attraverso una leva che è quella dell'incentivo economico. I lavoratori scaricano un'app con la quale si traccia l'effettivo percorso casa-lavoro e si verificano i chilometri che si fanno in bicicletta. Ogni tre mesi l'app riconosce il valore economico del lavoratore in relazione ai chilometri percorsi. Ogni lavoratore può essere riconosciuto fino ad un massimo di 50 euro mensili. Questa buona pratica, promossa dalla Regione Emilia Romagna nell'ambito della strategia Bike to Work e attuata attraverso il Comune, è uno dei suggerimenti che i lavoratori hanno fornito nel questionario.
GRUPPI TARGET	La buona pratica è aperta ai lavoratori delle aziende del territorio comunale che hanno consegnato al Comune il piano spostamenti casa-lavoro

MESSAGGIO TRASMESSO AI GRUPPI TARGET	<p>Il messaggio trasmesso è: Il Comune di Imola promuove il ciclismo in bicicletta. Con il progetto Imola Bike to Work fino a 50 euro al mese per chi va al lavoro in bicicletta. È un invito ad adottare uno stile di vita sano, che fa bene a tutta la comunità. Un'occasione per conoscere la rete di piste ciclabili della nostra città</p>
FASI DI IMPLEMENTAZIONE (PER FAVORE, DEFINISCI ANCHE IL TEMPO RICHIESTO - LA SEQUENZA DELLE ATTIVITÀ)	<p>I passaggi per implementare la pratica sono i seguenti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizzare il progetto di comunicazione coordinata (1 mese) 2. Creazione del sito e video tutorial (2 mesi) 3. Scegli e acquista l'app (2 mesi) 4. Creare il tavolo del mobility manager (1 mese + incontri periodici ogni 3 mesi) 5. Lancio di buone pratiche (conferenza stampa, social media, campagna di comunicazione) 2 settimane 6. Monitorare le buone pratiche (ogni mese)
RUOLO E RESPONSABILITÀ DEGLI ATTORI COINVOLTI NELL'ATTUAZIONE E DEGLI STAKEHOLDERS	<p>Regione Emilia Romagna: ha definito la strategia bike to work e stanziato le risorse per finanziare le buone pratiche. Comune di Imola: coordina le buone pratiche in collaborazione con il settore mobilità e comunicazione. Il Comune ha creato il tavolo dei Mobility manager delle imprese del territorio che insieme al mobility manager del Comune condivide strategie di arredo sostenibile, e attraverso i mobility manager aziendali promuove la partecipazione dei lavoratori</p>
METODI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE: MEDIA, STAMPATI... (SPIEGA CHE TIPO DI STRUMENTO DI COMUNICAZIONE HAI ADOTTATO...)	<p>Realizzazione di un progetto di comunicazione coordinata con logo che renda chiaramente identificabile il progetto Imola bike to work. Creazione di un sito web www.imolabiketowork.it che contiene tutte le informazioni relative al progetto, con:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. presentazione del progetto e motivazioni per le quali è preferibile scegliere la bici per gli spostamenti quotidiani 2. Mappa del piano ciclabile della città con itinerari che facilitino i collegamenti tra le diverse parti della città per far conoscere la rete delle piste ciclabili 3. Video degli itinerari 4. Video che sensibilizzano all'uso della bicicletta 5. Info sui lavori in corso per il miglioramento della rete ciclabile 6. Informazioni sulle app
OSSERVAZIONI (QUESTIONI A CUI PRESTARE ATTENZIONE DURANTE L'IMPLEMENTAZIONE DELL'ATTIVITÀ)	<p>È fondamentale lavorare molto sulla comunicazione in sinergia con i responsabili della mobilità aziendale</p>

RISORSE NECESSARIE PER IMPLEMENTARE LA PRATICA	Dare continuità al finanziamento della pratica attraverso la Regione Emilia Romagna Allargare il tavolo dei mobility manager a quante più aziende possibile.
TEMPISTICA (DATA DI INIZIO/FINE)	ottobre 2022/dicembre 2023
MATERIALI DA UTILIZZARE	Web, giornali
PROVE DI SUCCESSO (RISULTATI RAGGIUNTI)	Numero di lavoratori che utilizzano l'app Numero di chilometri percorsi.
SFIDE INCONTRATE (OPZIONALE)	Cura molto bene la comunicazione. Organizzare incontri periodici con il tavolo dei mobility manager per monitorare i progressi e comprendere potenziali e criticità . Fornire ai responsabili della mobilità gli strumenti per facilitare la comunicazione all'interno dell'azienda . Dare ai lavoratori strumenti per conoscere la rete di piste ciclabili.
POTENZIALE DI APPRENDIMENTO O TRASFERIMENTO	È interessante per i partner che hanno già una rete ciclabile capillare e hanno bisogno di trovare un meccanismo che inneschi il cambiamento. L'interesse dei lavoratori è molto alto e anche delle aziende. L'app è molto semplice e permette di tracciare con precisione gli spostamenti, quantificare i chilometri percorsi ed effettuare direttamente i pagamenti. Queste caratteristiche sono fattori importanti per l'adesione delle aziende.
ULTERIORI INFORMAZIONI	Adesso continuiamo a lavorare sulla comunicazione, e vorremmo anche creare delle gite in bicicletta/eventi collettivi che stimolino le persone a partecipare
PAROLE CHIAVE RELATIVE ALLA PRATICA	Bici, lavoro, incentivo chilometrico, app, mobility manager, comunicazione
CARICA IMMAGINI , LINK O ALTRI MATERIALI DI COMUNICAZIONE	https://imolabiketowork.it/



**Pedala per Imola.
Lascia la macchina a casa.**

Imola Bike To Work è una delle azioni più importanti per rendersi protagonisti del cambiamento. Un po' di organizzazione, qualche informazione, qualche incentivo ed un pizzico di entusiasmo per partecipare a questo passaggio: l'inizio di un cambiamento sempre più vicino, per tutti.

Scegli di usare la bici per i percorsi da casa verso il lavoro: il Comune ti premia, l'azienda ti premia, la Regione ti plaude, tutta la comunità ti ringrazia. Respiriamo volentieri il tuo entusiasmo, non i tuoi gas di scarico.

www.imolabiketowork.it



A.1.5 LE BUONE PRATICHE DI ECOCITY ONG (GRECIA)

ECOCITY ha presentato due buone pratiche che intendono promuovere la mobilità sostenibile, un'attività scolastica annuale che copre ogni regione della Grecia e un evento locale nell'isola di Astypalea nel gruppo di isole del Dodecaneso nella regione sud-orientale del Mar Egeo.

- **ECOMOBILITÀ** è una campagna di sensibilizzazione che ha incoraggiato più di 4.600 studenti dell'istruzione secondaria in centinaia di città in tutta la Grecia a sviluppare iniziative sulle pratiche di mobilità sostenibile principalmente a livello locale. Gli studenti della scuola sono motivati a conoscere le politiche di mobilità sostenibile e il loro impatto sull'ambiente a livello locale e globale. A loro viene chiesto di sviluppare una campagna che miri a influenzare e cambiare il comportamento e le pratiche di mobilità urbana tra i giovani e gli adulti nel loro comune. Allo stesso tempo gli studenti sviluppano le loro capacità di presentazione, la loro capacità di interagire con diversi gruppi della società e con le autorità locali e regionali.

8. DESCRIZIONE DETTAGLIATA	
ORGANIZZAZIONE	ECOCITY NGO
PERSONA DI CONTATTO ED E-MAIL	Christiana Pirasmaki – Vice President Christiana.Pirasmaki@ecocity.gr
FOCUS DELLA BUONA PRATICA	Educare gli adolescenti e sensibilizzare le comunità locali sulla mobilità sostenibile attraverso attività scolastiche di volontariato.
BREVE RIASSUNTO DELLA PRATICA	<i>ECOMOBILITY è un'attività scolastica volontaria annuale di sensibilizzazione che dal 2004 incoraggia più di 4.600 studenti dell'istruzione secondaria in centinaia di città in tutta la Grecia a sviluppare iniziative sulle pratiche di mobilità sostenibile. Gli studenti della scuola sono motivati a conoscere le politiche di mobilità sostenibile e il loro impatto sull'ambiente a livello locale e globale. A loro viene chiesto di proporre soluzioni realistiche ai problemi di trasporto del loro comune e di sviluppare una campagna volta a influenzare e cambiare il comportamento e le pratiche di mobilità urbana tra giovani e adulti. Allo stesso tempo gli studenti sviluppano le loro capacità di presentazione, la loro capacità di interagire con diversi gruppi della società e con le autorità locali e regionali. Le azioni di ECOMOBILITY sono sviluppate principalmente dal lavoro di volontariato offerto dai membri di ECOCITY e da organizzazioni scientifiche, enti civili e autorità locali cooperanti.</i>
DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELLA PRATICA	<i>Le aree urbane in Grecia sono densamente popolate e i loro nuclei urbani soffrono di ingorghi e parcheggi illegali che sono il risultato di infrastrutture stradali scadenti non in grado di accogliere efficacemente il flusso del traffico e dei parcheggi, nonché il comportamento negligente dei conducenti. Lo spazio pubblico urbano è quasi interamente occupato da automobili parcheggiate legalmente o illegalmente e ciò causa il degrado ambientale che minaccia la crescita economica sostenibile e ostacola la mobilità degli utenti più vulnerabili come pedoni, ciclisti e di gruppi sociali speciali come bambini, persone su sedia a rotelle e anziani. L'unico modo per superare questi problemi è favorire la presenza umana sulla strada proteggendo e stimolando l'uso sociale tradizionale dello spazio pubblico, in altre parole rimodellando l'infrastruttura stradale a favore del trasporto attivo come camminare, andare in bicicletta e trasporto pubblico. D'altra parte le persone non amano i cambiamenti radicali e le politiche di mobilità sostenibile devono superare il conservatorismo politico. La campagna/concorso ECOMOBILITY è un programma di apprendimento volontario, approvato dal Ministero dell'Istruzione e altamente distinto tra i programmi scolastici ambientali. È attuato sotto gli auspici del Ministero dell'Ambiente, del Ministero dei Trasporti e delle Infrastrutture, del Ministero degli Affari Interni e della Governance e del Ministero della Salute.</i>

Il supporto scientifico è svolto dall'Università Tecnica Nazionale-Laboratorio della Mobilità Sostenibile e la Commissione giudicatrice è composta dai rappresentanti di 40 associazioni ed enti cooperanti legati all'ideazione e al contenuto dei programmi.

ECOMOBILITY comprende tre azioni:

- *di ecomobilità realizzati da studenti della scuola secondaria,*
- *Libera mobilità progetti realizzati dagli studenti delle Scuole Speciali e*
- *di Eco2mobility realizzati da adulti che frequentano le Scuole della Seconda Opportunità.*

Le squadre scolastiche partecipanti sono composte da 8 studenti delle scuole superiori ciascuno coordinato da uno o due insegnanti. Il loro compito è completare uno studio sulla mobilità sostenibile nel loro comune, presentando modi per incoraggiare scelte di mobilità rispettose dell'ambiente da parte dei residenti locali. I leader delle autorità locali vengono informati dagli organizzatori sui compiti degli studenti e sono invitati a facilitare il loro lavoro ea ospitare un evento locale al termine . Durante gli eventi finali vengono presentati progetti e suggerimenti degli studenti. I decisori locali a livello di città e regione sono invitati a promuovere la discussione confrontando la visione degli studenti con la realtà, stimolando così la consapevolezza politica e l'attivismo degli studenti. Rappresentanti di organizzazioni scientifiche, enti civili e autorità locali offrono il loro prezioso aiuto durante i processi di elaborazione e valutazione dei progetti scolastici. Vengono utilizzati 20 criteri diversi per selezionare i migliori progetti di tutte le scuole partecipanti in Grecia. Il primo premio per i progetti Ecomobility è un viaggio di istruzione al Parlamento Europeo a Bruxelles, per i progetti Eco2mobility un viaggio in aree urbane caratterizzate come "Smart Cities" e per i progetti di mobilità libera una visita di un giorno a una spiaggia accessibile ai disabili. Inoltre quattro squadre scolastiche che usano la loro creatività e immaginazione presentando eccellenti lavori artistici vincono quattro viaggi a ECOCAMPS. Tutti i viaggi di cui sopra si svolgono in estate.

La cerimonia di premiazione si svolge ad Atene, la capitale della Grecia, in primavera o attraverso l'uso di una piattaforma Internet. Tra il pubblico della cerimonia di premiazione sono presenti rappresentanti di varie autorità politiche e locali, nonché di istituti ambientali, educativi e scientifici. Inoltre, all'inizio del periodo della campagna si tiene un seminario virtuale al fine di avviare e promuovere informazioni e conoscenze sui problemi del cambiamento climatico e delle emissioni, sulla mobilità sostenibile e sugli elementi di trasporto a livello locale-regionale-nazionale-europeo-globale e sulle possibili interazioni. Studenti e insegnanti comprendono e sono sfidati a vedere come l'immagine piccola e grande degli stessi problemi rifletta e influenzi la qualità della vita umana a tutti i livelli.

*Il primo gruppo target della campagna ECOMOBILITY sono **gli adolescenti, gli insegnanti** e tra loro viene incoraggiato l'attivismo politico a favore di politiche di mobilità sostenibile.*

*Agli eventi partecipano i **genitori degli studenti**, che appartengono anche al gruppo target in prima linea della campagna ECOMOBILITY. Attraverso gli occhi dei propri figli le persone possono cambiare atteggiamenti e valori. Agli eventi partecipano anche i **decisori** a livello di governo locale, regionale e nazionale. Sindaci, ministri, consiglieri comunali o regionali ascoltano la visione dei giovani il cui sguardo è spesso trascurato nei processi politici. Infine i giornalisti vengono contattati e coprono gli eventi per allargare il pubblico tra **ogni residente**.*

<p>MESSAGGIO TRASMESSO AI GRUPPI TARGET</p>	<p>Gli adolescenti (comunità della scuola di secondo grado) apprendono che l'ambiente urbano non è statico e che la loro realtà quotidiana potrebbe cambiare radicalmente se fosse attuata un'agenda politica più progressista a favore degli utenti della strada vulnerabili.</p> <p>I genitori vengono informati dai loro figli sull'impatto ambientale e sociale del loro comportamento di mobilità quotidiano e apprendono come ridurre la loro impronta ambientale e sociale.</p> <p>I decisori vengono stimolati dagli studenti ad agire in modo più radicale verso l'attuazione di politiche di mobilità sostenibile e viene sensibilizzata dai residenti la necessità di cambiare le abitudini quotidiane e le priorità della pianificazione urbana e dei trasporti.</p>
<p>FASI DI IMPLEMENTAZIONE (PER FAVORE, DEFINISCI ANCHE IL TEMPO RICHIESTO - LA SEQUENZA DELLE ATTIVITÀ)</p>	<p>Per attuare la campagna ogni anno, l'ONG ECOCITY adotta le seguenti misure:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase 1: Divulgazione nelle scuole. Le scuole superiori (palestre) vengono contattate e informate sulla campagna. Viene data una scadenza per l'applicazione della squadra di studenti interessati. Durata: 2 mesi • Fase 2: Orientamento scolastico. La guida sul processo ai team scolastici interessati è fornita dai volontari della ONG ECOCITY e da terze parti che collaborano alla campagna. Durata: 2 mesi (parallelamente alla fase 3) • Fase 3 Implementazione locale. Viene condotto un Comitato Organizzativo composto da membri di ECOCITY ONG e terze parti che cooperano per la campagna. I decisori locali e gli sponsor vengono contattati in ogni comune che ospita le scuole che partecipano alla campagna per fornire aiuto nell'organizzazione degli eventi locali. Durata: 3 mesi (in parallelo con la fase 2). • Fase 4: Valutazione dei progetti. Viene condotto un comitato di valutazione composto da membri della ONG ECOCITY e terze parti che cooperano per la campagna. Tutti i progetti vengono valutati e vengono selezionati i team scolastici premiati. Durata: 1 mese. • Step 5: Organizzazione finale dell'evento. Il Comitato Organizzativo contatta decisori e giornalisti a livello nazionale per partecipare all'evento finale e organizza l'evento finale. Durata: 1 mese
<p>RUOLO E RESPONSABILITÀ DEGLI ATTORI COINVOLTI NELL'ATTUAZIONE E DEGLI STAKEHOLDERS</p>	<p>Gli studenti si concentrano sull'individuazione di problemi di mobilità sostenibile, sui problemi di trasporto della loro area o città e sono tenuti a proporre soluzioni realistiche a beneficio della società locale e più nel suo complesso. Ai membri del team di studenti di ECOMOBILITY viene offerta l'opportunità di coltivare la loro cooperazione, le loro capacità creative e artistiche, di sviluppare il loro senso di responsabilità e di prendere iniziative nei confronti della società. Gli studenti spesso invitano gli organismi sociali delle loro città a collaborare</p>

	<p>I decisori locali supportano il progetto degli studenti presentando e spiegando il piano quadriennale della città e l'interazione dei prerequisiti sul dialogo pubblico e il processo decisionale. Forniscono anche aiuto nell'organizzazione di eventi locali e offrono ai giovani adolescenti una voce politica. L'attuazione della visione e delle idee degli studenti sarebbe l'azione più influente dei decisori locali, ma è raramente così.</p> <p>I giornalisti hanno la responsabilità di coprire gli eventi e sensibilizzare tutti i cittadini interessati a migliorare l'ambiente urbano.</p>
<p>METODI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE: MEDIA, STAMPATI... (SPIEGA CHE TIPO DI STRUMENTO DI COMUNICAZIONE HAI ADOTTATO...)</p>	<p>I gruppi di studenti presentano durante gli eventi locali il sondaggio documentato e i fatti della loro ricerca sui vari problemi di mobilità della loro area di studio e il loro punto di vista attraverso presentazioni di diapositive. I team studenteschi sono anche molto attivi sulla connessione e l'interazione con gli altri partecipanti tramite le pagine FB, la produzione di una moltitudine di videoclip su You Tube, le interviste con opinion leader e decisori. Gli studenti sono inoltre incoraggiati a utilizzare la comunicazione artistica durante gli eventi locali come canzoni, poesie, poster, disegni 3D, fumetti, grafica, giochi, drammatizzazioni.</p> <p>ECOCITY realizza una campagna di comunicazione multimediale a livello nazionale, principalmente tramite sponsor di comunicazione. Giornali, riviste, stazioni radio, blog e media Internet rispondono al materiale di stampa distribuito costantemente. Lo spot televisivo è approvato dall'organizzazione di riferimento e ottiene tempo libero in onda per 3-5 mesi. Il moto supportato è ampiamente comunicato e gli studenti ricercano, le città si informano, la società diventa sensibile – sulla mobilità sostenibile</p>
<p>OSSERVAZIONI (QUESTIONI A CUI PRESTARE ATTENZIONE DURANTE L'IMPLEMENTAZIONE DELL'ATTIVITÀ)</p>	<p>La campagna ECOMOBILITY è il risultato della collaborazione di dirigenti scolastici, insegnanti, studenti delle scuole superiori, decisori, organizzazioni ambientaliste, istituzioni sociali, università, centri di ricerca e sponsor. Serve un Comitato Organizzativo con capacità comunicative che supporti le numerose telefonate e visite necessarie per organizzare gli eventi e fornire agli studenti gli incentivi e l'aiuto per partecipare alla campagna.</p>
<p>RISORSE NECESSARIE PER IMPLEMENTARE LA PRATICA</p>	<p>Le azioni di ECOMOBILITY sono sviluppate principalmente dal lavoro volontario offerto dai membri di ECOCITY e dai rappresentanti delle organizzazioni cooperanti. Sono dedicate più di 300.000 ore uomo. Comunicazione Gli sponsor promuovono la campagna durante il periodo di preparazione e attuazione, gli sponsor del settore privato coprono le spese di bilancio (in denaro o in natura) e un membro del Parlamento europeo ospita a Bruxelles la squadra di studenti del primo premio</p>

TEMPISTICA (DATA DI INIZIO/FINE)	<p>Potrebbero essere necessari circa 7 mesi (da ottobre ad aprile) per l'implementazione della campagna. Le azioni includono visite scolastiche durante l'autunno e l'inverno per aiutare gli studenti a preparare il loro progetto e numerose telefonate durante questo periodo per organizzare gli eventi locali e l'evento finale ad Atene, invitare i decisori a ogni livello di governo a fornire aiuto e le organizzazioni cooperanti a intraprendere parte. Infatti, la preparazione e la conclusione dei rapporti richiedono 3-5 mesi di anticipo e 2-5 mesi dopo il completamento.</p>
MATERIALI DA UTILIZZARE	<p>Poster, inviti, programma, adesivi, tie-in e materiali di branding vengono stampati per gli eventi e l'evento finale per favorire la partecipazione. Una scenografia teatrale e attrezzature audio e video sono fondamentali anche per la presentazione del progetto dello studente ad ogni evento. A supporto della campagna di comunicazione vengono realizzati spot televisivi e radiofonici e banner digitali. Vengono consegnati diplomi di partecipazione e premi targati a soggetti interessati e cooperative.</p>
PROVE DI SUCCESSO (RISULTATI RAGGIUNTI)	<p>ECOMOBILITY nasce nel 2003 e da allora viene realizzato annualmente a livello nazionale. 35 città in tutta la Grecia sono state rappresentate da scuole nell'anno scolastico 2018-19 e più di 12.500 insegnanti, studenti e membri delle società locali sono stati informati direttamente sulle questioni di mobilità sostenibile e sulle questioni presentate dagli studenti. Sono state organizzate e sviluppate 65 iniziative e sono state dedicate oltre 400.000 ore di volontariato.</p> <p>2019-20, sebbene si siano realizzate una partecipazione e una preparazione simili, la campagna è stata interrotta a causa del COVID-19.</p> <p>È stata introdotta e testata la versione 2020-21 ECOMOBILITY HYBRID con tutte le azioni e le presentazioni svolte principalmente a distanza con 14 scuole partecipanti con progetti virtuali.</p> <p>Negli ultimi anni l'obiettivo finale dei progetti scolastici è stato la formazione di suggerimenti riguardanti misure relative alla riduzione delle emissioni di anidride carbonica e inquinanti, il contrasto al cambiamento climatico e l'uso esteso di biciclette e veicoli elettrici. Ciò che vale la pena notare è che molti suggerimenti e soluzioni degli studenti delle scuole in materia di mobilità sono stati presi in considerazione dalle autorità locali e sono stati implementati riconosciuti come miglioramenti ispirati e ben guidati per pratiche di mobilità tangibili.</p>
SFIDE INCONTRATE (OPZIONALE)	<p>L'ambizione per il futuro è motivare un numero maggiore di scuole e incoraggiare più città a partecipare alla campagna ECOMOBILITY, in modo che un numero maggiore di cittadini diventi consapevole delle pratiche di mobilità sostenibile.</p>

POTENZIALE DI APPRENDIMENTO O TRASFERIMENTO	La campagna potrebbe essere implementata in ogni paese, regione o città europea.
ULTERIORI INFORMAZIONI	www.ecomobility.gr/wp-content/uploads/ecomobility_web_2021.pdf
PAROLE CHIAVE RELATIVE ALLA PRATICA	Metodi di apprendimento informale, mobilità sostenibile, partecipazione pubblica.
CARICA IMMAGINI , LINK O ALTRI MATERIALI DI COMUNICAZIONE	https://www.ecomobility.gr/



- **Evento ecologico di 3 giorni sull'isola di Astypalea 2020 "La voce dei cittadini"**. Il Comune dell'Isola di Astypalea è stato chiamato ad avviare un dialogo pubblico tra i cittadini su questioni ambientali critiche come: Fonti di energia rinnovabile e installazione di mulini ad aria, economia circolare legata al turismo verde e principi di mobilità sostenibile che influenzano i progetti pilota di mobilità elettrica. ECOCITY ha progettato un evento multilaterale di 3 giorni - un giorno per ogni approccio tematico con l'obiettivo di informare, sensibilizzare e influenzare positivamente il comportamento dei cittadini verso le tecnologie verdi e la sostenibilità.

9. DESCRIZIONE DETTAGLIATA	
ORGANIZZAZIONE PARTNER	ECOCITY NGO
PERSONA DI CONTATTO ED E-MAIL	Christiana Pirasmaki – Vice President Christiana.Pirasmaki@ecocity.gr
FOCUS DELLA BUONA PRATICA	Sostegno e partecipazione dei cittadini al processo decisionale, formazione ambientale degli educatori che lavorano nelle isole vicine, volontariato dei giovani studenti e coinvolgimento nel processo di formazione delle politiche, ampia pubblicità quotidiana da parte dei giornalisti invitati e ospitati.
BREVE RIASSUNTO DELLA PRATICA	ECOCITY ha progettato e realizzato un evento multilaterale di 3 giorni - un giorno per ogni approccio tematico con l'obiettivo di informare, sensibilizzare e influenzare positivamente il comportamento dei cittadini verso le tecnologie verdi e la sostenibilità.

	<p>Gli specialisti sono stati invitati a presentare, parlare e discutere in un evento in stile conferenza ogni approccio tematico la sera, seguito da un dialogo pubblico aperto la mattina successiva. Sono state date risposte alle domande, sono stati discussi i vincoli dei cittadini e sono stati presentati i prerequisiti per la proposta alle autorità pubbliche e alla governance. Nello stesso periodo sono state realizzate azioni parallele per ottenere percezioni trasversali. Gli studenti delle scuole di volontariato sono stati formati per ricercare e riportare le conoscenze e le idee dei cittadini sui temi da discutere durante la conferenza e il dialogo aperto. I risultati sono stati presentati su poster alla conferenza. Inoltre, gli studenti hanno partecipato ad azioni creative legate ai temi sopra citati, decorando l'area scolastica. Inoltre, il seminario di due giorni sulla formazione ambientale degli educatori che lavorano ad Astypalea e nelle isole vicine è stato gestito dal team dell'Università dell'Attica occidentale.</p>
<p>DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELLA PRATICA</p>	<p>L'idea dell'evento e tutte le azioni sopra menzionate, insieme all'ampia pubblicità, miravano - e sono riuscite - a diventare il tema centrale per il governo greco, i cittadini e i media sulle pratiche messe in atto per stabilire il coinvolgimento dei cittadini nel processo decisionale di settembre e ottobre 2020 e oltre. I cambiamenti non sono sempre ben accettati dalla società, soprattutto quando vengono imposti. Le autorità e il governo dovrebbero mostrare rispetto per le opinioni e le idee dei cittadini. Per discutere e ottenere l'accettazione di decisioni importanti sono necessarie informazioni e consapevolezza. Questo è ciò che il progetto Astypalea ha dimostrato e raggiunto: una nuova era per i metodi di approccio alle piccole società insulari al fine di cambiare atteggiamenti e comportamenti e creare un piano modello per realizzare un dialogo sociale efficiente.</p> <p>Astypalea è una piccola isola di 97 km² di superficie e 1200 abitanti, piuttosto isolata tra i complessi delle Cicladi e del Dodecaneso. L'economia locale si basa sull'agricoltura, sull'allevamento all'aperto e sull'apicoltura. Il turismo è un settore in via di sviluppo, incentrato sulle scelte ambientali e agro-tematiche dei visitatori. Un forte atteggiamento negativo è stato sollevato quando il governo ha deciso di installare un gran numero di mulini ad aria sull'isola senza alcuna preparazione o documentazione preliminare. I consiglieri comunali hanno chiesto una consultazione. ECOCITY ha proposto, progettato e realizzato una campagna di due o tre mesi (preparazione - azione - follow-up) per offrire ai cittadini spiegazioni e informazioni sui temi cruciali dei mulini ad aria - fonti di energia rinnovabili, economia circolare - riciclo - turismo verde e mobilità sostenibile - mobilità elettrica. Gli esperti sono stati invitati a un evento multilaterale di 3 giorni con 5 ore di sessioni di conferenze pomeridiane seguite da 4 ore di dibattiti pubblici aperti al mattino</p>

	<p>Gli studenti delle scuole sono stati informati, formati e coinvolti direttamente per sondare l'atteggiamento e le conoscenze sociali durante il giorno precedente la conferenza. I rappresentanti delle associazioni professionali e gli opinion leader sono stati invitati a esprimere pubblicamente i vincoli e a partecipare ai tavoli/sessioni di dialogo pubblico. Gli insegnanti delle scuole delle isole vicine sono stati formati sulla teoria e la pratica dell'educazione ambientale. Governo centrale, autorità regionali e locali, parlamentari europei e ONG hanno partecipato attivamente con la loro presenza o a distanza. L'ultimo giorno sono state effettuate prove di guida in bicicletta. Tutte le azioni e le attività sono state riportate quotidianamente dai giornalisti ospitati che rappresentano i media nazionali e regionali. L'efficacia dei risultati è dimostrata dai numeri raggiunti e dalle osservazioni di qualità presentate nella sezione "prove del successo".</p> <p>L'interazione e la sovrapposizione degli obiettivi secondo un calendario accuratamente progettato sono stati il fulcro del piano e dell'intera iniziativa.</p>
GRUPPI TARGET	<p>Destinatari principali: 1. cittadini di Astypalea - adulti rappresentati principalmente da associazioni professionali e sociali 2. opinion leader come funzionari dei servizi pubblici, sindaco, ex sindaco, capo dell'opposizione comunale, scrittore famoso, ecc. Opinion leader come funzionari dei servizi pubblici, sindaco, ex sindaco, capo dell'opposizione comunale, scrittori famosi, ecc. 3. Giovani studenti delle scuole. Giovani studenti delle scuole 4. Educatori di Astypalea e delle isole vicine 5. Giornalisti dei media nazionali. Giornalisti dei media nazionali. Tutti i target agiscono come moltiplicatori e influenzatori su una tela trasversale con le autorità e i cittadini delle isole del Dodecanneso.</p>
MESSAGGIO TRASMESSO AI GRUPPI TARGET	<p>La consapevolezza dei cittadini e le informazioni vitali fornite dagli specialisti sono un punto di forza non negoziabile. Il coinvolgimento dei cittadini nel processo decisionale è necessario e vantaggioso per la società, se adeguatamente sviluppato.</p> <p>Tutti i segmenti della società locale sono in grado di partecipare e apprendere in modo formale e informale per essere coinvolti nel processo decisionale.</p> <p>La difesa dei cittadini fa parte del diritto di essere informati in modo completo e responsabile.</p>
RUOLO E RESPONSABILITÀ DEGLI ATTORI COINVOLTI NELL'ATTUAZIONE E DEGLI STAKEHOLDERS	<p>Il comitato organizzatore di ECOCITY ha ideato e coordinato l'intero progetto. Il vice-sindaco del comune di Astypalea, il consulente del sindaco e il coordinatore dell'assistenza sociale hanno sostenuto il piano di attuazione in loco.</p> <p>Esperti e scienziati hanno spiegato e presentato in un linguaggio semplice gli aspetti tecnici e ambientali, le tendenze e le esigenze internazionali, le connessioni e le interazioni con il cambiamento climatico, le opportunità e i benefici da acquisire a livello locale.</p>

	<p>I facilitatori del dialogo hanno dovuto adattare i metodi ufficiali sul posto per procedere e ottenere fiducia e accettazione (confrontandosi con l'opposizione e i cittadini disinformati).I funzionari statali e governativi hanno presentato le loro posizioni, ma hanno dovuto ascoltare i vincoli dei cittadini.</p> <p>Le autorità regionali e locali si sono rese conto dei benefici ottenuti dal dialogo pubblico con i cittadini, condotto con metodi democratici e appropriati.</p> <p>I giornalisti hanno agito come moltiplicatori dei messaggi principali della conferenza (un interesse simile era vivo in altre isole) e anche come "giudici" di parole e posizioni responsabili da parte degli opinion maker</p> <p>Gli educatori hanno acquisito nuove competenze sui metodi di formazione, nuove conoscenze sulle questioni ambientali e hanno arricchito il loro ruolo nella missione educativa. I professionisti dell'isola e gli operatori del turismo si sono detti colpiti dal fatto che sono stati mostrati aspetti alternativi relativi allo sviluppo economico e sociale dell'isola.</p>
<p>METODI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE: MEDIA, STAMPATI... (SPIEGA CHE TIPO DI STRUMENTO DI COMUNICAZIONE HAI ADOTTATO...)</p>	<p>Sono stati progettati e prodotti materiali stampati, virtuali e audiovisivi. Sono stati creati il logo, i poster, il programma della conferenza e delle sessioni di dialogo, le cartelline per i giornalisti, i relatori e i vip, i tie-in memorabili. è stato effettuato il live stream durante le sessioni della conferenza È stato gestito/utilizzato il canale You Tube per caricare le sessioni della conferenza con interventi, presentazioni e discussioni.</p> <p>Il piano media integrato è stato realizzato prima - durante - dopo l'evento per tutte le categorie di media con il pieno supporto dei giornalisti ospitati e dell'agenzia di stampa attivata.</p>
<p>OSSERVAZIONI (QUESTIONI A CUI PRESTARE ATTENZIONE DURANTE L'IMPLEMENTAZIONE DELL'ATTIVITÀ)</p>	<p>Obiettivi da raggiungere - i messaggi devono essere trasmessi da specialisti in un linguaggio semplice - gli influencer devono essere ben preparati e attivati per tempo - invitare a esprimere pareri e opinioni opposte e a discuterne pubblicamente con gli specialisti coinvolti - il calendario/la sequenza delle azioni è molto importante - lo stile e l'atmosfera del tempo libero aiutano molto - il carattere pubblico degli eventi favorisce buoni risultati in quanto vengono dimostrati i valori di trasparenza, responsabilità e accuratezza</p>
<p>RISORSE NECESSARIE PER IMPLEMENTARE LA PRATICA</p>	<p>Il Comune invita e assicura sponsor per finanziare il budget Educatori - insegnanti potenziati per coinvolgere e formare gli studenti Relazioni con i media e piano mediatico da implementare con precisione</p>

TEMPISTICA (DATA DI INIZIO/FINE)	<p>L'organizzazione e la preparazione richiedono 2-3 mesi. Parte della preparazione è anche il tempo della campagna vera e propria. Gli eventi devono essere in sequenza e con un calendario serrato</p> <p>È meglio che vengano attuati prima che si sviluppino reazioni e atteggiamenti negativi nella società.</p> <p>Briefing, progettazione, stesura del testo, selezione dei sostenitori, team di lavoro completato e delega dei compiti - un mese (tre mesi prima - giugno 2020)</p> <p>Informare e invitare esperti, funzionari, rappresentanti della società locale, giornalisti e altri stakeholder spiegando la portata dell'iniziativa, la necessità e il loro ruolo, il beneficio sociale atteso. Due mesi prima - luglio 2020) Comunicati stampa che annunciano l'iniziativa, post e interviste (giugno-ottobre 2020)</p> <p>Evento di 3 giorni 27,28,29 settembre 2020</p> <p>Sessioni di conferenza 27,28,29 settembre pomeriggio</p> <p>Sessioni di dialogo pubblico 28,29,30 settembre mattina</p> <p>Sondaggio da parte degli studenti 27 settembre mattina - presentazione dei risultati in ogni sessione della conferenza nel pomeriggio</p> <p>Seminario di educazione ambientale 27,28 mattina - partecipazione alle sessioni della conferenza e alle sessioni di dialogo pubblico in giorni e orari equivalenti</p>
MATERIALI UTILIZZATI	<p>Sono stati stampati manifesti, inviti, programmi, materiali di collegamento e di branding/firma. Sono stati prodotti materiali visivi e video introduttivi per enfatizzare il problema di ogni giorno del tema della conferenza.</p>
PROVE DI SUCCESSO (RISULTATI RAGGIUNTI)	<p>L'efficienza dei risultati è dimostrata dai numeri raggiunti e dalla qualità delle osservazioni.</p> <p>670 cittadini hanno partecipato alle sessioni della conferenza, ottenendo informazioni sui temi all'ordine del giorno; sono state poste e date risposte a domande che hanno costituito l'agenda delle sessioni di dialogo pubblico 633 persone hanno seguito a distanza per tutta la durata della conferenza (partecipanti da 12 Paesi)</p> <p>3817 spettatori, principalmente tramite Face Book</p> <p>110 cittadini hanno partecipato alle sessioni di dialogo pubblico. Le proposte, i prerequisiti e i vincoli dei cittadini sono stati riportati e consegnati al Sindaco e al Consiglio comunale. Hanno chiesto di ripetere queste sessioni in futuro 31 insegnanti provenienti dalle isole di Kos, Kalymnos, Leros e Astypalea hanno partecipato al seminario di due giorni sull'educazione ambientale (nel pomeriggio hanno partecipato alle sessioni della conferenza). Hanno anche creato 3 disegni che hanno offerto alle scuole di Astypalea come ricordo del ruolo dell'isola per il loro avanzamento. Tra questi, 12 insegnanti si sono iscritti agli studi post-laurea.</p>

PROVE DI SUCCESSO (RISULTATI RAGGIUNTI)	<p>17 studenti delle scuole superiori hanno partecipato volontariamente all'indagine (volontariamente significa che i genitori hanno firmato il permesso). Hanno riportato e presentato i risultati di 110 questionari (il 10% della popolazione dell'isola!). Gli studenti hanno anche sviluppato lavori creativi sperimentali legati ai temi discussi nelle sessioni della conferenza e nel sondaggio. 140 relazioni e apparizioni sui media (di cui 3 trasmissioni)</p>
SFIDE INCONTRATE (OPZIONALE)	<p>I mulini ad aria di nuova tecnologia saranno installati in aree accettate dai cittadini e in numero equivalente alle esigenze dell'isola.</p> <p>I professionisti del turismo hanno visto e accettato gli aspetti del turismo verde e dell'economia circolare come strumenti di sviluppo.</p> <p>Il progetto pilota di mobilità elettrica è stato perfettamente supportato dalla necessità di mobilità sostenibile e dalle politiche da approvare da parte delle autorità locali.</p> <p>A livello nazionale, il dialogo pubblico di Astypalea con i cittadini è diventato un caso di successo per i funzionari e i consigli comunali (oggi, a due anni di distanza, è considerato uno dei progetti di cambiamento del comportamento dei cittadini di maggior successo realizzati a livello locale).</p>
POTENZIALE DI APPRENDIMENTO O TRASFERIMENTO	<p>Ogni comune in tutto il Paese (Grecia) e in altre città europee può organizzare e implementare metodologie uguali o simili per aumentare l'interesse e il coinvolgimento dei cittadini nel processo decisionale, al fine di ottenere l'accettazione e ridurre al minimo l'opposizione.</p>
ULTERIORI INFORMAZIONI	<p>Segretariato ECOCITY (info@ecocity.gr) - Autorità comunale di Astypalea</p>
PAROLE CHIAVE RELATIVE ALLA PRATICA	<p>Difesa dei cittadini, dialogo pubblico e partecipazione al processo decisionale, metodi di apprendimento informali, educazione ambientale, metodi di apprendimento informali ed esperti.</p>
CARICA IMMAGINI , LINK O ALTRI MATERIALI DI COMUNICAZIONE	





8. TRASFERIMENTO DELLE LEZIONI APPRESE

Questo capitolo fornisce un'analisi dei contesti territoriali insieme a una breve descrizione dei partner che hanno realizzato la raccolta dei dati e le indagini.

L'obiettivo è sistematizzare le informazioni sulla situazione in ciascuna regione, le differenze e le comunanze e le sfide comuni che queste regioni devono affrontare.

Questi risultati forniscono un'utile lezione appresa che aiuterà nella progettazione e realizzazione dei prodotti IO2 e IO3.

8.1 Informazioni sulla situazione nell'area del comune di Abegondo, Spagna

8.1.1 Breve biografia



CONCELLO DE
ABEGONDO

[Link: http://abegondo.gal/](http://abegondo.gal/)

Il comune di Abegondo si trova nella regione della Galizia, a nord-ovest della Spagna, 23 km a sud della città di A Coruña. Nonostante la sua vicinanza a questa città, Abegondo ha conservato il suo forte carattere rurale e i suoi valori naturali, per questo motivo è stato distinto come parte della Riserva della Biosfera " Mariñas Coruñesas e Terras do Mandeo " adottato dall'UNESCO.

Transit Project è il primo passo del comune per cambiare il comportamento dei cittadini verso la mobilità sostenibile.

8.1.2 Il contesto territoriale

ABEGONDO IN NUMERI	
ABITANTI (2020)	5,398 (LA POPOLAZIONE STA DIMINUENDO)
AZIENDE (2019)	357 (AZIENDE OPERANTI NEL SETTORE TERZIARIO)
DATI DEMOGRAFICI (2020):	<ul style="list-style-type: none"> • 0-15 ANNI: 596 • 16-64 ANNI: 3,146 • 65 ANNI 1,659

Per quanto riguarda la piramide della popolazione, si osserva che ad Abegondo l'età media supera i 50 anni. Ciò comporta una mobilità più focalizzata sulla passeggiata quotidiana a piedi e con un minore impatto dello spostamento in bicicletta, sebbene sia apprezzata nella mobilità ricreativa.

Morfologia del territorio

Abegondo (83,9 km²) si trova nel Golfo di Artabro, un grande anfiteatro sul mare, che sale a terra dall'interno attraverso un insieme di coline, la cui vetta arriva fino a 600 m su cui si insedia una serie di valli che salgono, in alcuni casi bruscamente con pendenze superiori al 20%. Il rilievo è il risultato dell'azione erosiva dei corsi d'acqua che percorrono il suo territorio da sud a nord, e che vanno da est a ovest: i fiumi Mero, Gobia e Barcés.

Di conseguenza, la topografia non è favorevole alla mobilità sulle biciclette tradizionali.

Clima

Il clima è tipicamente oceanico, con piogge abbondanti e persistenti per gran parte dell'anno, e temperature per nulla estreme, anche se contiene degradazioni di natura continentale nelle zone più meridionali al di sopra dei 400 m di quota, le meno popolate.

Le precipitazioni sono in media di 1.000 mm. La sua distribuzione stagionale è tipicamente atlantica: dicembre, novembre e marzo sono i mesi più piovosi e luglio, agosto e giugno i più secchi, con un deficit di precipitazioni estive compreso tra 100 e 400 mm.

Nel complesso, il clima è molto accogliente, a causa della situazione riparata dei venti umidi prevalenti del sud-est e del freddo e secco del nord-est. La sua temperatura media è di 13,2 °C.

Contesto Urbano

Abegondo è un comune di transizione tra una regione urbana costiera e una regione rurale interna. Si divide in due aree:

- Nord-ovest con una marcata influenza sull'area metropolitana di A Coruña , dove si trovano le urbanizzazioni dovute ai collegamenti con l'autostrada A6, che nel tempo hanno aumentato l'accessibilità e accorciato la distanza dalla città.
- Sud-est con insediamenti a spiccato accento rurale legato all'ambiente fisico, che presentano condizioni di ridotta mobilità associate a strade regionali di minore portata.

8.1.3 Mezzi di trasporto e infrastrutture disponibili nel territorio

Le comunicazioni di Abegondo con l'esterno del comune si assestano essenzialmente per via autostradale essendo molto scarso l'utilizzo della ferrovia.

Ad Abegondo mancano gli affari e la rete commerciale, quindi la maggior parte della popolazione si sposta quotidianamente fuori dal comune per andare a lavorare, oltre che per dedicarsi al commercio e allo svago.

Per quanto riguarda gli spostamenti intracomunali, la maggior parte sono per recarsi presso i centri educativi e sanitari, la farmacia, la banca e il municipio. Si registrano spostamenti anche verso aree ricreative in prossimità dei due invasi esistenti.

In questo caso, è importante sottolineare il crescente utilizzo della "Pista ciclabile del fiume Mero" (9,1 km) che collega Abegondo con la città di A Coruña . Il suo ampliamento: "Pista ciclabile della Zona Speciale di Conservazione Abegondo – Cecebre Reservoir" (31,9 km) è in corso di realizzazione.

La forte dispersione demografica (132 centri abitati con una media di 43 abitanti/cad) è la ragione principale che spiega l'assenza di autobus intracomunali, per cui la mobilità pubblica si riduce al trasporto metropolitano di A Coruña - Ferrol che percorre quotidianamente il municipio (San Marcos, 171 persone).

Tuttavia, i sondaggi indicano un utilizzo limitato a causa della bassa frequenza degli autobus pubblici: il 70% degli abitanti dice di non farlo quasi mai. Queste carenze sono parzialmente compensate da un'adeguata e sufficiente offerta di taxi.

Per questi motivi, la maggior parte dei residenti di Abegondo utilizza l'auto privata e, pertanto, l'aumento del parco auto ha continuato ad avanzare negli ultimi anni.

Un altro fattore da considerare è l'importanza della seconda residenza all'interno del comune, dal momento che circa un quarto delle case rientra in questa tipologia, e la maggior parte dei loro proprietari vive in città e le occupa durante i mesi estivi, cercando una buona comunicazione con il costa e centri urbani limitrofi.

Il "Cammino di Santiago" conosciuto come Cammino Inglese attraversa 18 comuni (tra cui Abegondo, vedi allegato 05). Questo percorso storico deve il suo nome ai pellegrini provenienti da Irlanda, Gran Bretagna e altri paesi del Nord Europa che attraccavano ai porti di A Coruña e Ferrol per raggiungere la capitale della Galizia.

La lunghezza del percorso da Ferrol è di 113,2 km e 73,4 km da A Coruña , si stima che siano necessari rispettivamente 6 e 3 giorni per il suo viaggio a piedi.

Non sono disponibili servizi di bike sharing (tradizionale, elettrico) o monopattino elettrico. In generale, le strade non hanno banchine (o marciapiedi) e non sono sicure per pedoni e biciclette.

8.2 Informazioni sulla situazione nell'area del comune di Karlstad, Svezia

8.2.1 Breve biografia



Karlstad è una città pianeggiante e adatta alle biciclette, la maggior parte della quale si trova a meno di cinque chilometri dalla piazza principale. Esiste una fitta rete di piste ciclabili che collegano i quartieri della città sia con il centro che tra loro. In totale il comune dispone di circa 25 chilometri di piste ciclabili. Karlstad si trova in un tratto di fiume con molta acqua e molte delle nostre piste ciclabili si trovano naturalmente lungo i rami di Klarälven . La bicicletta è un ottimo modo per spostarsi in città, per coloro che vivono o visitano Karlstad. La bicicletta è un mezzo di trasporto sostenibile. Quando una percentuale maggiore di viaggi viene effettuata in bicicletta, vengono promossi sia l'ambiente che il clima e la salute pubblica.

Contribuisce anche a una Karlstad con meno congestione, meno rumore del traffico e una migliore qualità dell'aria.

Il ciclismo sta aumentando a Karlstad, lavorano costantemente per rendere ancora migliore, più sicuro e più agevole salire in bicicletta, indipendentemente dalla stagione!

8.2.2 Il contesto territoriale

KARLSTAD IN NUMERI
<ul style="list-style-type: none"> • 95,000 ABITANTI A KARLSTAD • 140,000 ABITANTI NELLA REGIONE DI KARLSTAD • 280 000 ABITANTI DI VARMLAND COUNTY, LA METÀ VIVE NEL RAGGIO DI 25 KM DAL CENTRO DI KARLSTAD
<ul style="list-style-type: none"> • 16,000 STUDENTI
<ul style="list-style-type: none"> • 30,000 NUOVE ABITAZIONI ENTRO IL 2050 A KARLSTAD
<ul style="list-style-type: none"> • CONDIVISIONE DELL'AUTO PER IL TRAGITTO CASA-LAVORO NEL 2014 ERA DEL 59%

Karlstad si trova sul delta del fiume Klarälvens , sulla sponda settentrionale del lago Vänern , tra Stoccolma e Oslo. Il comune di Karlstad ha oltre 94.000 abitanti e più di 140.000 persone vivono nella regione di Karlstad.

Karlstad è la capitale della contea di Värmland e ci sono servizi e servizi per l'intera regione di Karlstad composta da Karlstad e dai quattro comuni della corona Forshaga , Grums , Hammarö e Kil . Insieme abbiamo poco più di 140.000 abitanti.

La città regionale

La metà della popolazione della contea vive entro 25 chilometri dal centro di Karlstad. La densità di popolazione nella regione di Karlstad è alla pari con le misure dell'Europa centrale. Al fine di sviluppare il mercato regionale con Karlstad come città centrale, un trasporto passeggeri e merci sicuro ed efficiente è un prerequisito importante. Gli spostamenti locali e regionali avvengono principalmente a Karlstad come città centrale della contea. Negli ultimi dieci anni, il pendolarismo totale all'interno della contea è aumentato del 15%. Questo sviluppo pone crescenti esigenze in termini di infrastrutture e la gamma di interessanti soluzioni per il pendolarismo.

L'aumento del traffico

Circa il 72 per cento delle emissioni di gas serra a Karlstad, con una delimitazione geografica, proviene dai trasporti. È il settore che genera la maggior parte delle emissioni all'interno dei confini geografici. Il trasporto di autovetture rappresenta il 64% di queste emissioni, mentre autobus e camion insieme rappresentano il 31%.

Dal 2010, la guida totale in auto a Karlstad è aumentata del 10,3% nonostante una diminuzione della guida in auto pro capite. La ragione principale di ciò è che il tasso di crescita del numero di automobili è stato più rapido dello sviluppo della popolazione, mentre il chilometraggio pro-capite non è diminuito a sufficienza. L'aumento del traffico è controproducente per la creazione di aree urbane e habitat attraenti e, con l'aumento degli ingorghi, l'accessibilità si sta deteriorando non solo per gli automobilisti ma anche per gli altri utenti della strada. Affinché gli obiettivi climatici del comune di Karlstad possano essere raggiunti e Karlstad possa crescere, è necessario intensificare ulteriormente il lavoro di sostenibilità nell'area di traffico. Ciò significa un sistema di traffico più equilibrato in cui la percentuale di persone che camminano, vanno in bicicletta e viaggiano con i mezzi pubblici è in aumento e il traffico automobilistico non aumenta allo stesso ritmo di quanto è avvenuto finora.

Densificazione e nuove infrastrutture

Karlstad è una regione in rapida crescita ma l'area del comune è limitata ed entro il 2050 dobbiamo fare spazio per 20.000 - 30.000 nuove case. Nelle parti centrali a sud della stazione centrale di Karlstad, sono in corso diversi progetti di densificazione in cui circa 2.000 nuove abitazioni vengono sviluppate su terreni esistenti. Qui ci sono già case, servizi e luoghi di lavoro. Oggi più di 10.000 persone lavorano nel settore del commercio, della sanità e dei servizi e saranno di più.

Al fine di creare migliori flussi di traffico e condizioni per un viaggio sostenibile, nel periodo 2020-2025 saranno realizzati un nuovo centro viaggi, il collegamento Viken per alleggerire il centro città dal traffico di transito e nuovi collegamenti alle autostrade statali. Le nuove soluzioni per il traffico risolvono alcune delle sfide che abbiamo oggi, ma se continueremo a viaggiare allo stesso modo in futuro, il sistema del traffico non funzionerà e la disponibilità di tutte le modalità di traffico diminuirà. Dobbiamo trovare modi più intelligenti per viaggiare su lunghe e brevi distanze e più persone devono scegliere treni, autobus, biciclette e camminare.

Un terzo di tutti i viaggi brevi a Karlstad, fino a tre chilometri, vengono effettuati in auto. E più della metà di tutti i viaggi da tre a cinque chilometri sono anche in auto. Se rendiamo più facile andare in bicicletta, a piedi o in autobus, possiamo sperare di ridurre il numero di brevi viaggi in auto. Il che significa che c'è più spazio sulle nostre strade per chi ha davvero bisogno di prendere la macchina.

L'ultimo sondaggio sui viaggi per Karlstad è stato fatto nel 2014. Quindi abbiamo potuto vedere che la guida a Karlstad è diminuita dal 65 al 59% della quota dei viaggi totali tra il 2004-2014. Nello stesso periodo, la bicicletta è passata dal 18% al 24% e gli spostamenti in autobus dal 7% al 9% in quota sul totale degli spostamenti all'interno dell'area geografica del comune.

Obiettivi generali nel piano strategico del comune di Karlstad

Karlstad dovrebbe diventare un Comune che non utilizza fossili e rispettoso del clima.

Per contribuire al raggiungimento degli obiettivi climatici globali, Karlstad lavorerà per diventare un comune fossil-free entro pochi decenni. Karlstad sarà anche un comune innovativo e che utilizza soluzioni intelligenti per limitare l'impatto climatico.

Links:

- Piano strategico

<https://karlstad.se/Kommun-och-politik/Kommunens-organisation/Kommunens-styrdokument/Strategisk-plan/>

- Vikenförbindelsen (Connessione Viken)

<https://karlstad.se/karlstadvaxer/projekt/vikenforbindelsen---forbattrad-framkomlighet/>

8.2.3 Mezzi di trasporto e infrastrutture disponibili nel territorio

Bicicletta

Karlstad è una città pianeggiante e adatta alle biciclette, dove la maggior parte si trova a meno di cinque chilometri dalla piazza principale. Esiste una fitta rete di piste ciclabili che collegano i quartieri della città sia con il centro città che tra loro. In totale sono circa 250 i km di piste ciclabili in tutto il territorio comunale. Karlstad si trova in un delta fluviale con molta acqua e molte delle nostre piste ciclabili si trovano scenograficamente lungo i rami del fiume klarälven. Karlstad è stata nominata la migliore città ciclistica della Svezia nel 2018, 2019 e 2020.

Trasporto pubblico

Il trasporto pubblico è costituito da un sistema con otto linee di base ad alta frequenza e tre linee centrali che hanno uno scopo più orientato al servizio. Inoltre, ci sono sette linee speciali che includono principalmente il traffico scolastico e quattro linee di hockey che circolano in orari e percorsi dove ci sono esigenze speciali in relazione alle partite casalinghe del Färjestad BK. La frequenza di riferimento varia da 10 minuti di traffico a 20 minuti di traffico diurno, con una frequenza inferiore la sera e nei fine settimana. A Karlstad, durante i mesi estivi, vengono effettuati anche servizi di autobus in barca nel fiume, nonché verso i comuni limitrofi. Anche il binario ferroviario Värmlandsbanan è molto trafficato in treno. Attraverso il progetto infrastrutturale in corso "Trains on time" vengono costruiti nuovi binari presso la stazione centrale con binari di incontro a Karlstad e un nuovo centro viaggi tra il 2020-2025.

Karlstadstråket - BRT (Bus-Rapid-Transit system)

Man mano che la città si sviluppa viene data priorità a pedoni, ciclisti e trasporti pubblici. Una linea di autobus veloce attraverso la città contribuisce a viaggi più sostenibili e allo sviluppo urbano in corso. Oltre a rendere più agevoli gli spostamenti con i mezzi pubblici, con, ad esempio, tour più densi, gli spostamenti saranno anche ancora migliori con i bus elettrici che opereranno sulla tratta. Gli autobus elettrici rendono anche l'ambiente urbano più piacevole perché gli autobus elettrici che percorrono il percorso sono molto più silenziosi.

Pianifichiamo il traffico in base al principio "l'autobus ha la precedenza" per rendere l'autobus competitivo rispetto all'auto. I sondaggi mostrano che molte persone scelgono già di prendere un autobus per il centro di Karlstad, ma potrebbero essercene altre. Il tempo è un fattore importante per molti e il trasporto pubblico deve avere maggiore estensione genetica e priorità agli incroci.

L'ambizione è che la linea accelerata venga gradualmente ampliata in modo da estendersi alla fine dall'Università dell'Est al centro commerciale Bergvik a ovest.

Carpool commerciali

Il comune di Karlstad sta lavorando per migliorare le condizioni per gli operatori di car pooling. Si tratta soprattutto di affittare posti auto a società di car pooling. Attualmente ci sono due servizi di mobilità commerciale che forniscono car pooling.

Solacykeln (La bici del sole) - in estate

Karlstad ha da molti anni un sistema gratuito di noleggio/prestito di biciclette con una stazione di noleggio con personale presso la Biblioteca di Karlstad – Solacykeln. La Sun bike è gestita come progetto per il mercato del lavoro dall'unità Sola presso l'Amministrazione del mercato del lavoro e dei servizi sociali. A causa dell'ubicazione della stazione di noleggio, le biciclette oggi non possono essere viste come un complemento al trasporto pubblico che può essere utilizzato per continuare un viaggio di trasporto pubblico in bicicletta. Allo stesso tempo, il progetto svolge una funzione per i turisti che vogliono scoprire Karlstad in bicicletta.

Sviluppo del sistema di bike sharing

Durante l'autunno 2021 e 2022 il comune di Karlstad, insieme alla regione Värmland e al comune di Arvika, ha pianificato di realizzare un progetto pilota per un sistema di bike sharing adiacente alle stazioni ferroviarie in ogni località. Lo schema è finanziato nell'ambito del progetto UE Stronger Combined. Lo scopo del sistema è facilitare l'intera catena di viaggio nel pendolarismo e rendere il trasporto pubblico più attraente.

8.3 Informazioni sulla situazione nell'area dell'Unione Comuni UPP, Italia

8.3.1 Breve biografia



UPP si trova nel Nord Italia ed è composta da 5 comuni appartenenti alla provincia di Parma: Collecchio, Felino, Montechiarugolo, Sala Baganza e Traversetolo. Si estende su una superficie di 230 kmq dove vivono più di 50.000 abitanti. Si trova inoltre nel cuore della cosiddetta "Food Valley", famosa in tutto il mondo per i prodotti della gastronomia come il Prosciutto di Parma, il Parmigiano Reggiano e il Salame di Felino. Ogni comune promuove la mobilità sostenibile attraverso la realizzazione e manutenzione di percorsi ciclopedonali e infrastrutture di ricarica elettrica.

www.unionepedemontana.pr.it

UPP svolge un ruolo di coordinamento anche attraverso la promozione di progetti pilota, rivolti in particolare ai lavoratori per spostamenti casa-lavoro, e tra i dipendenti pubblici che forniscono e-bike da utilizzare nelle mansioni lavorative.

8.3.2 Il contesto territoriale

UPP IN NUMERI	
ABITANTI	54.637
AZIENDE	4.400

L'economia si basa principalmente su piccole e medie attività artigianali e industriali operanti nel settore agroalimentare. Infatti, UPP si trova nel distretto agroalimentare denominato Food Valley, luogo di produzione di prodotti tipici come il Prosciutto di Parma e il Parmigiano Reggiano.

Il numero di imprese attive nel settore delle costruzioni è significativo così come nel settore manifatturiero. L'agricoltura rappresenta il terzo settore economico più grande.

DEMOGRAFIA	
MEDIUM DENSITY POPULATION	54.637
ETÀ MEDIA	45,2
I NUCLEI FAMILIARI SONO FORMATE IN MEDIA DA	2,29 PERSONE

La popolazione è aumentata, a causa del saldo migratorio e delle persone che si spostano da Parma (capoluogo dell'area), per la migliore qualità della vita che in città.

Morfologia del territorio

Il territorio dell'UPP si trova a sud della città di Parma, tra collina e pianura, e le aree rurali rappresentano la parte più ampia del territorio.



Clima

Il clima della zona è continentale, caratterizzato da estati calde e inverni rigidi. Le precipitazioni sono distribuite durante tutto l'anno, con valori di piovosità giornalieri elevati nei mesi di giugno e ottobre, mentre i valori più bassi si riscontrano tra gennaio-febbraio e settembre-ottobre. Le temperature massime (+33°C) si registrano in luglio-agosto, mentre le temperature minime (-10°C) si registrano in gennaio, con escursioni termiche molto marcate durante tutto l'anno.

Contesto urbano

Il territorio dell'UPP si estende per 230 kmq a sud del capoluogo, Parma, ed è suddiviso in 5 comuni: Collecchio, Sala Baganza, Felino, Traversetolo e Montechiarugolo. Ogni comune è diviso in molte frazioni.

8.3.3 Mezzi di trasporto e infrastrutture disponibili nel territorio

Rete di trasporto pubblico (autobus, treno)

I 5 Comuni sono collegati a Parma da linee di autobus di trasporto pubblico. Rappresenta solo il 20% del trasporto totale e gli utenti sono per lo più studenti diretti a Parma, dove si trovano la maggior parte delle scuole superiori.

Questo trasporto pubblico su gomma è gestito da una società privata, la TEP Spa, con diverse frequenze giornaliere nei giorni feriali o festivi.

La stazione ferroviaria è presente solo a Collecchio (con una seconda fermata una volta al giorno nella frazione di Ozzano) e collega principalmente il paese con Parma.

Situazione del traffico

UPP è interessata da significativi volumi di traffico di attraversamento, per lo più concentrati sulle 2 tangenziali. Viaggiare per lavoro è la motivazione principale.

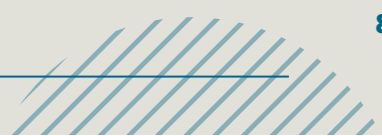
Disponibilità di piste ciclabili (km)

Nel territorio dell'Unione sono presenti circa 50 km di piste ciclabili, che si sviluppano prevalentemente nell'area urbanizzata. Altri 10 km sono in costruzione o in progettazione.

Solo i comuni di Sala Baganza e Felino sono direttamente collegati da una pista ciclabile. È in costruzione una nuova pista che collegherà Sala B. e Collecchio.

Prossimamente verranno implementati anche i collegamenti tra i vari paesi del territorio (ad esempio a Felino e Montechiarugolo).

Non è disponibile un servizio di bike sharing (tradizionale, elettrico) o monopattino elettrico. L'installazione di stazioni di ricarica elettrica per veicoli è stata pianificata in varie parti del territorio.



8.4 Informazioni sulla situazione nell'area del Comune di Imola, Italia

8.4.1 Breve biografia



[Rete civica del comune di Imola - Comune di Imola](#)

Il Comune di Imola ha realizzato negli anni una rete di 100 km di piste ciclabili in grado di collegare tra loro e con il centro storico tutti i quartieri, diventando così una città a 15 minuti. Negli ultimi due anni ha sviluppato una strategia urbana di grande scala che punta su piste ciclabili e aree verdi, siano esse parchi urbani, filari di alberi, aree di rimboschimento o aree di risulta della viabilità per definire un'infrastruttura verde urbana continua in grado di svolgere funzioni ecologiche, paesaggistiche, di adattamento climatico e di connessione urbana.

Negli ultimi due anni ha sviluppato una strategia urbana di grande scala che punta su piste ciclabili e aree verdi, siano esse parchi urbani, filari di alberi, aree di rimboschimento o aree di risulta della viabilità per definire un'infrastruttura verde urbana continua in grado di svolgere funzioni ecologiche, paesaggistiche, di adattamento climatico e di connessione urbana. Negli ultimi anni sono stati affrontati due temi su cui sviluppare la mobilità sostenibile: i percorsi casa-lavoro e casa-scuola. Per fare questo si è deciso di attivare percorsi partecipativi che mettano al centro i gestori della mobilità aziendale, per i primi, e le scuole, le associazioni e l'Ausl per i secondi. Entrambi questi ambiti sono supportati da specifici progetti di comunicazione.

8.4.2 Il contesto territoriale

Imola è un comune italiano di 69885 abitanti distribuiti su una superficie di 205.02Km². È il comune più grande per estensione della Città Metropolitana di Bologna e il secondo per abitanti, dopo Bologna. È la sede amministrativa della Nuova Circoscrizione di Imola che unisce 10 comuni dalla pianura alla collina. Imola si trova in Romagna, lungo la Via Emilia, nel punto in cui la valle appenninica del fiume Santerno sfocia nella Pianura Padana. Il territorio comunale è prevalentemente pianeggiante, ad eccezione di una fascia collinare nella parte meridionale.

È una città caratterizzata da una forte presenza di verde pubblico. Il Polo Sostenibilità dell'Università di Bologna è presente con il Master di Mobilità Sostenibile e l'Autodromo Enzo e Dino Ferrari, con cui, attraverso l'Imola Living Lab, si stanno sviluppando strategie legate alla mobilità sostenibile.

8.4.3 Mezzi di trasporto e infrastrutture disponibili nel territorio

Il Comune di Imola dispone di una rete di 100 km di piste ciclabili. Le piste ciclabili sono sia interne alla città che esterne per collegare frazioni del Comune con il Centro Città e Comuni tra loro. In particolare la Ciclovia del Santerno, fa parte della Bicipolitana della Città Metropolitana di Bologna, è lunga 44km e collega 6 comuni dalla pianura alla collina.

Il Comune dispone di una stazione ferroviaria ben collegata alla rete ciclabile, che negli ultimi anni ha svolto sempre più la funzione di hub intermodale.

La rete di trasporto pubblico dispone di 4 linee che servono sia le zone residenziali del quartiere che la zona industriale.

Il Comune è dotato di:

- un servizio di bike sharing di 150 biciclette, 100 con pedalata muscolare e 50 con pedalata assistita.
- Un servizio di car sharing elettrico di 10 auto presente anche a Bologna e che permette quindi di raggiungere l'aeroporto di Bologna.

8.5 Informazioni sulla situazione nell'area della Regione dell'Attica, Grecia

8.5.1 Breve biografia



Organizzazione non governativa che si occupa di ambiente urbano. È gestita dai suoi membri e da volontari provenienti dalle aree della scienza, affari, media.

È stata fondata ad Atene nel 2004 e gestisce dipartimenti in Salonicco e Patrasso. È governato dal Consiglio di amministrazione e consultato dal Comitato Scientifico.

Le attività principali sono campagne ed eventi annuali, dialoghi pubblici, progetti- programmi, finanziati dall'UE, forum e conferenze relativi a tutti gli aspetti della sostenibilità urbana riguardanti l'aria (inquinamento atmosferico e pubblico salute), acqua, edilizia (sviluppo e urbanistica), energia, trasporti (mobilità sostenibile), gestione dei rifiuti, economia circolare e le emergenze legate al cambiamento climatico.

È un membro attivo della 6 più grande ONG europea e internazionale reti: EEB, T&E, PAN EUROPE, EKO ENERGY, ECOS, MIO/ECSDE.

8.5.2 Il contesto territoriale

ATTIKA IN NUMERI	
ABITANTI	APPROX. 3,8 MILIONI
AREA	3,800 KM2

L'area della regione dell'Attiki è di 3.800 kmq.

L'area metropolitana di Atene (Regione dell'Attica) comprende l'area urbana funzionale dell'agglomerato urbano Atene-Pireo (costituito da queste due città, dalle loro dense espansioni e dalla zona di pendolarismo scarsamente popolata) che ha coperto la penisola dell'Attica a ovest dell'Egeo Mare e alcune isole del Golfo Saronico tra l'Attica e il Peloponneso. e la popolazione

La regione dell'Attiki è divisa in 8 sottoregioni.

- Unità regionale del centro di Atene che copre il nucleo urbano storico di Atene, densamente popolato sin dal periodo tra le due guerre. Oggigiorno 1 milione di persone vivono in questa Unità Regionale, che è una delle aree più densamente popolate d'Europa (12000 abitanti per kmq.).
- Unità regionale del Pireo che copre il nucleo urbano storico del Pireo. Mezzo milione di persone vive in questa Unità Regionale, anch'essa estremamente densamente popolata (8900 abitanti per kmq).
- Unità regionale di Atene nord, Unità regionale di Atene ovest e Unità regionale di Atene sud. Queste 3 sottoregioni coprono le espansioni densamente popolate del nucleo storico durante il XX secolo. La densità di popolazione varia tra 4200 e 7600 ris/kmq). In quelle 3 Unità Regionali vivono circa 1,5 mil. persone. Le suddette 5 unità regionali formano la "città" densamente popolata della Grande Atene con una popolazione di 3 mil. persone. in un'area di 414,6 kmq.
- Unità regionale dell'Attiki orientale e dell'Attiki occidentale. Queste 2 unità regionali coprono la zona interna scarsamente popolata dei pendolari dell'area della Grande Atene (0,7 milioni di persone vivono in queste 2 aree).
- Unità Regionale delle Isole. Comprende isole vicine ad Atene che appartengono alla zona di pendolari della Grande Atene (Salamina, Aigina , Agistri) con una popolazione totale di ca . 50.000 e alcune isole distanziate con una popolazione molto piccola.

Le unità regionali sono ulteriormente suddivise in comuni. L'area metropolitana di Atene è divisa in 60 comuni.

La regione dell'Attiki è famosa per il clima sano e secco con una durata media annuale del sole di 7 ore al giorno (tra gli anni 2000 e 2020). Questo rende piacevole andare in bicicletta durante l'inverno, l'autunno e la primavera, ma è piuttosto impegnativo pedalare tra le 09:00 e le 18:00 durante l'estate a causa delle alte temperature.

8.5.3 Mezzi di trasporto e infrastrutture disponibili nel territorio

Le aree densamente popolate della città della Grande Atene e alcuni sobborghi densamente popolati attorno al nucleo urbano che appartengono all'Unità regionale dell'Attiki orientale e occidentale sono serviti da un sistema di trasporto pubblico ben consolidato basato principalmente sul servizio di autobus che copre quasi tutte le aree che lasciano spazi scoperti molto piccoli nel mezzo. Il sistema di trasporto pubblico su rotaia comprende 3 linee della metropolitana, che collegano il centro di Atene con il Pireo e l'ovest, il nord e il sud di Atene. La lunghezza totale della rete metropolitana all'interno dell'area della Grande Atene è di 67 km. Nell'Unità regionale di Atene Sud è stata costruita una rete tranviaria supplementare di 24 km che collega l'Unità regionale con il centro della città di Atene e il Pireo. Infine, nelle aree densamente popolate della Grande Atene è stata realizzata una rete ferroviaria suburbana di 25 km.

Ciò significa che all'interno dell'area densamente popolata la lunghezza totale della rete ferroviaria (metro + tram + ferrovia suburbana) è di 116 km su un'area di 415 kmq, il che significa una densità di 0,28 km di rete ferroviaria ogni kmq. Se consideriamo un'area di copertura di circa 500 metri attorno ad ogni linea ferroviaria. Ciò significa che ca. solo il 28 % dell'area densamente popolata è coperta da un sistema di trasporto rapido su rotaia che offre un servizio di trasporto pubblico competitivo rispetto all'uso dell'automobile.

Dopo le pressioni delle comunità ciclistiche è stato consentito l'ingresso delle biciclette nella metropolitana e nel sistema ferroviario suburbano. I ciclisti hanno diritto a salire fino a due biciclette nell'ultimo vagone passeggeri di ogni sistema di trasporto su rotaia (metropolitana, tram, ferrovia suburbana). Poiché la velocità in bicicletta è tre volte superiore a quella a piedi, si potrebbero coprire tre volte più aree se, invece di camminare, le persone andassero in bicicletta per raggiungere le stazioni dei trasporti pubblici. Ciò significa che quasi ogni area della città densamente edificata della Grande Atene con 3 milioni di abitanti, vale a dire $3 \times 28\% = 84\%$ dell'area della Grande Atene, si trova nella zona cuscinetto raggiungibile in bicicletta delle stazioni di trasporto pubblico su rotaia.

Le strade della Grande Atene, a causa dell'altissima densità edilizia e residenziale, soffrono di congestione e gli automobilisti e i passeggeri degli autobus devono spesso affrontare notevoli ritardi per raggiungere la loro destinazione finale. I sistemi di trasporto pubblico su rotaia offrono affidabilità e velocità e raggiungono più rapidamente il centro città, dove si trova la maggior parte dei luoghi di lavoro. Lo svantaggio è che non sono ancora abbastanza densi da coprire ogni area residenziale. Molte persone usano una moto per raggiungere il centro della città e Atene ha una ripartizione modale di motociclette estremamente elevata. La bicicletta potrebbe ampliare l'area coperta dal transito ferroviario e quindi offrire un'alternativa affidabile, rapida e sostenibile per spostarsi nell'area urbana densamente popolata della Grande Atene. Le unità regionali di East Attiki e West Attiki sono unità amministrative della periferia di Atene. Infatti le periferie di queste unità regionali che sono vicine alle aree densamente edificate, vale a dire i comuni di Fyli, Acharnes, Pallini e Var-Voula - Vouligameni hanno oggi le stesse densità delle loro unità regionali vicine perché dal 1990 l'espansione urbana incontrollata ha causato una rapida trasformazione delle periferie in aree urbane densamente popolate. Queste periferie sono coperte principalmente dal sistema ferroviario suburbano, dalla linea 3 della metropolitana e dalla linea tranviaria. Sono inoltre serviti da una fitta rete di autobus di linea che collega ogni quartiere con la principale rete di trasporto pubblico. Tuttavia, nell'area metropolitana di Atene, le biciclette non sono ammesse all'interno dell'autobus. I sobborghi alla periferia di Attiki hanno un sistema di trasporto pubblico poco sviluppato basato su una compagnia di autobus privata che li collega con il centro di Atene.

L'area di 2500 km quadrati dell'Attiki occidentale e orientale è servita da quattro linee ferroviarie suburbane. Ciò significa che nelle unità regionali dell'Attiki occidentale e orientale non è sempre facile raggiungere in bicicletta una stazione di trasporto pubblico su rotaia.

Nell'area metropolitana di Atene operano due società di bike sharing che hanno installato sistemi nei comuni di Marathona , Vari - Voula -Vouliagmeni, Marousi , Atene, Palaio Faliro , Kallithea, Moschato -Tavros, Alimos , Nea Smirni , Glyfada e Drapetsona-Keratsini nelle Unità Regionali dell'Attiki Orientale (le prime due), Atene Nord, Atene Centrale Atene Sud e Pireo. A causa del fatto che sono gestiti dai comuni senza controllo regionale centrale, gli utenti non possono prendere una bicicletta in un comune e lasciarla in un altro. Inoltre nella maggior parte dei comuni sono state installate pochissime postazioni di bike sharing. Tali frammentazioni rendono il sistema inutilizzabile e metà dei sistemi installati sono stati abbandonati per scarso utilizzo.

Elevate densità residenziali causano pressioni sui parcheggi lungo la maggior parte delle strade del nucleo urbano. Spesso i funzionari politici mostrano tolleranza nei confronti del parcheggio illegale. La pressione dei parcheggi è una minaccia significativa che ostacola la costruzione di infrastrutture ciclabili.

Nella regione dell'Attiki 86 km di infrastrutture ciclabili sono state costruite dai comuni senza supervisione regionale centrale, ad eccezione del percorso Faliro – Atene che collega la costa urbana di Atene con il centro città costruito dall'autorità regionale. La frammentazione riguarda anche le infrastrutture ciclabili. Le strutture in un comune non proseguono nel comune limitrofo. Nella regione dell'Attiki esiste un puzzle di reti ciclabili locali al servizio dei bisogni locali.

8.6 Differenze tra i territori

I contesti sono molto diversi per quanto riguarda

- il numero di abitanti (popolazione totale), va dalla piccola città di Abegondo (circa 5.000 abitanti all'enorme numero della regione dell'Attika di 3,8 milioni). In mezzo ci sono Karlstad (circa 95.000), Imola (circa 70.000) e la regione UPP (circa 55.000).
- la densità della popolazione, dall'alta densità della zona centrale di Atene alla bassa densità di Abegondo.
- la dimensione del territorio, molto ampia ad Atene e Abegondo rispetto al numero di abitanti, medio negli altri contesti.
- il clima e il tempo. Ad Abegondo il clima è tipicamente oceanico, con piogge abbondanti e persistenti per gran parte dell'anno, con una temperatura media di 13,2°; A Karlstad fa molto freddo, A Karlstad la **temperatura media** del mese più freddo (gennaio) è di -2,7 °C (27,2 °F), quella del mese più caldo (luglio) è di 16,8 °C (62,2 °F). Ecco le temperature medie. Mentre a UPP e Imola il clima è continentale e caratterizzato da estati calde e inverni rigidi. Nella regione dell'Attika è sano e secco tranne che per la stagione estiva caratterizzata da temperature elevate.
- la fase di attuazione delle politiche, delle strategie e delle corrispondenti azioni concrete dei piani di mobilità sostenibile.

8.7 Aspetti comuni tra i territori

Per quanto riguarda gli aspetti comuni dei territori che potrebbero essere evidenziati, ecco di seguito un elenco degli aspetti comuni più evidenti, almeno tra alcuni di essi.

- servizi di noleggio bici e veicoli elettrici
- Scarsa ciclabilità dell'area considerata
- Le infrastrutture ciclabili non sono efficienti e sono percepite come non sicure
- Il tempo e la distanza impediscono di andare in bicicletta

- Lunga distanza dal posto di lavoro
- Competizione su strade condivise con diverse modalità di trasporto

8.8 Sfide comuni

Grazie ai dati raccolti durante le indagini territoriali e ai dati precedenti provenienti da esperienze locali (come a Karlstad) ma anche alle interviste che i partner hanno realizzato con le parti interessate rilevanti e durante l'LTTA in UPP, abbiamo derivato un elenco di sfide comuni e visioni per una migliore mobilità sostenibile.

- Costruire una rete completa di infrastrutture per biciclette
- Garantire la qualità della rete ciclabile
- Ridurre le distanze di viaggio attraverso la pianificazione urbana e della mobilità
- Fornire incentivi finanziari o funzionali per l'uso di biciclette e veicoli elettrici
- Rendere il trasporto pubblico a misura di bicicletta
- Organizzare campagne di sensibilizzazione sulla bicicletta e fornire educazione alla bicicletta
- Valutazione della sicurezza dei tratti stradali e degli incroci per i ciclisti
- Scegliere percorsi attraenti
- Garantire la continuità della rete ciclabile tra i confini amministrativi
- Fornire un parcheggio sicuro per biciclette
- Fornire incentivi finanziari o funzionali per l'uso della bicicletta
- Organizzare campagne di sensibilizzazione sulla bicicletta e fornire educazione alla bicicletta
- Utilizzare i media per raggiungere il pubblico più ampio e sensibilizzarlo
- Educare bambini e adulti sull'importanza della promozione della bicicletta
- gli utenti di veicoli elettrici
- Garantire l'accesso alle strutture di ricarica in ogni quartiere
- Sfruttare le buone pratiche nei paesi europei con un'elevata percentuale di ciclisti.

9. Appendice

Modello di indagine ad Abegondo, in Spagna

Modello di indagine a Karlstad, Svezia

Modello di indagine in UPP, Italia

Modello di indagine nel Comune di Imola, Italia

Modello di indagine a Ecocity, Grecia

Modello di indagine in lingua inglese.

Tutti i modelli di indagine sono stati stampati da LimeSurvey e sono disponibili a questo [LINK](#).

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



PROGETTO TRANSIT

Training Paths for Adults on Sustainable Mobility



UNIONE
PEDEMONTANA
PARMENSE

lepida

