



penelope bacchus

Promoting Energy efficiency to Local Organisations
through dissemination Partnerships in Europe

Best Actions for Collaboration in Countries
for a High efficient Use of energy in Structural funds

- [Print](#) - [Close](#) -

Jeudis sans voiture - Almada - Portugal

(project supported by SAVE)

Ce projet cherche à réduire la consommation d'énergie dans les transports urbains grâce à une utilisation rationnelle des véhicules privés et un recours plus fréquent aux moyens de transport publics ; il cherche aussi à sensibiliser davantage les habitants d'Almada sur les déplacements et les questions d'environnement, en leur proposant des solutions alternatives à leur véhicule habituel.

Cibles	Secteurs	Champs
<ul style="list-style-type: none">- Autorités locales- Autorités régionales- Consommateurs domestiques	<ul style="list-style-type: none">- Transport	<ul style="list-style-type: none">- Information

ANALYSE

La campagne «Almada, Melhor Sem Carros » (Je vis mieux sans voiture) incite les conducteurs à ne pas prendre leur véhicule le jeudi, via une série de mesures, allant de tarifs réduits dans les transports publics à des réductions pour les activités culturelles et sportives et dans certains magasins partenaires du projet.

Ce projet a été mis en œuvre dans toute la ville d'Almada, qui occupe une superficie de 72 km² et représente une population de 160 000 habitants. Treize bureaux d'inscription ont été créés au sein de la mairie, à la maison de l'environnement municipale, dans chacune des onze paroisses de la ville et dans son complexe sportif. L'objectif était de garantir une bonne couverture géographique dans la zone d'expérimentation.

Toutes les entreprises de transport public (autobus, trains et bateaux) et l'une des deux associations de taxis de la ville d'Almada ont pris part au projet et proposé des tarifs réduits tous les jeudis, journée retenue pour la campagne.

Ce projet impliquant l'ensemble de la municipalité, quantité de personnes venues de zones très différentes y ont participé, des services administratifs à la direction de la santé et de la médecine du travail en passant par la direction du plan pour l'environnement. Cette dernière a été la plus impliquée. Elle a en effet coordonné l'ensemble du projet, l'agence locale pour la maîtrise de l'énergie participant à la mise en œuvre, assurant le suivi de la consommation d'énergie et des émissions évitées d'agents polluants, et assistant la direction du plan pour l'environnement au niveau de la gestion.



Agence municipale de l'énergie de Almada

Illustration de la campagne «Almada, je vis mieux sans voiture ».

COUTS ET BENEFICES

La mise en œuvre du projet et le marketing ont représenté un coût approximatif de 60 000 euros. Jusqu'au 22 septembre 2001, le conseil municipal d'Almada était le principal partenaire financier (60 %). La municipalité devait ensuite assurer l'intégralité du financement. Cela étant, les gros investissements, à savoir la création de l'image institutionnelle et la publicité, ont déjà été réalisés et le budget ne devra plus servir qu'à couvrir les frais de fonctionnement. Ce sont les organismes locaux participant au projet qui assureront les activités de diffusion.

Cette campagne a pour objectif de sensibiliser davantage la population locale aux problèmes d'environnement et d'énergie dus à un usage intensif des voitures dans les zones urbaines et, parallèlement, à l'inciter à utiliser plus souvent des moyens de transport alternatifs pour parcourir de petites distances dans la ville. Grand indicateur de la réussite de cette campagne, le taux de prise de conscience de la population locale qui atteint d'après une enquête les 60 %.

Cette enquête a montré que la campagne «Je vis mieux sans voiture » a fait naître un débat sur la mobilité et les solutions pour l'améliorer. Elle a aussi prouvé que la campagne a alerté les habitants sur d'autres conséquences d'une utilisation intensive des voitures, en termes de consommation d'énergie et d'émissions d'agents polluants.

En effet, l'utilisation intensive des voitures a d'autres effets que les seuls embouteillages urbains. La campagne s'est efforcée de les faire toucher du doigt aux habitants d'Almada et, plus important, de renforcer la culture de la participation citoyenne sans laquelle les problèmes ne pourront être efficacement résolus.

Rappelons enfin que ce projet a été déclaré «projet ambassadeur » dans les partenariats de Stockholm pour les villes durables.

PARTENARIAT

Ce projet concernait tous les conducteurs de la ville d'Almada, qu'ils en soient résidents ou qu'ils y travaillent simplement. En effet, la circulation dans la ville provient non seulement de ceux qui vivent à Almada et qui prennent tous les jours leurs voitures pour aller faire leurs courses, se livrer à leurs activités sportives ou récupérer leurs enfants à l'école, mais aussi par des personnes qui viennent y travailler en voiture.

Autre aspect positif, l'implication de certaines entités publiques ou privées installées à Almada, comme le conseil municipal, l'agence locale pour la maîtrise de l'énergie, les sociétés de transport public (privées), l'université, la chambre de commerce, les associations locales et les commerçants. Ce projet a favorisé la création de relations et de partenariats plus solides entre tous ces acteurs, qui n'existaient pas auparavant, et a modifié leurs attitudes par rapport à leur ville, les incitant à contribuer de manière plus active à la création d'un environnement urbain durable.

Ce projet est né d'une coopération entre Almada et les villes de Grenade et de Gijón, en Espagne, dans le cadre d'un projet financé par l'UE, qui s'est achevé en décembre 2001. La ville d'Almada a néanmoins décidé de poursuivre le projet. Dirigé par l'IDAE, en Espagne, il a impliqué la participation de l'IEC, en Irlande, et de l'ADENE et l'AGENEAL, au Portugal.

RECOMMANDATIONS

Un projet de cet ordre nécessite la participation de différents organismes privés et publics œuvrant dans des secteurs d'activité très différents (municipalités, agence locale pour la maîtrise de l'énergie, entreprises locales de transport, commerçants, etc.). La coordination entre les différents acteurs a été clairement définie et n'a pas posé de véritable difficulté.

La quantité de commerçants (environ 20) impliqués est encore faible mais, avec le temps et quelques efforts, notamment de la part de la mairie qui joue un rôle moteur, d'autres commerçants devraient s'associer au projet et accorder des réductions aux citoyens qui y participent.

L'obstacle le plus dur à contourner tient au fait que les automobilistes sont réticents à l'idée de laisser leur voiture dans leur garage, ne serait-ce qu'une fois par semaine et le nombre de participants en témoigne. Il y a là un défi à relever. Cette situation est due à plusieurs facteurs (sociaux ou bien dus à absence de solution de rechange ou à dépendance à l'égard du véhicule, notamment) qui seront délicats à modifier à court terme, mais auxquels il faut néanmoins s'attaquer dès à présent.

POUR EN SAVOIR PLUS

Name organisation: [AGENEAL - Agência Municipal de Energia de Almada](#)
Phone number : + 351212722380
E-mail : cfreitas@cma.m-almada.pt
Website : <http://www.ageneal.pt/>

INFORMATIONS UTILES

List of Internet sites

[Web site of AGENEAL / http://www.ageneal.pt/](http://www.ageneal.pt/)

[Site of the SAVE Project: Better without Cars / www.melhorsemcarros.org](http://www.melhorsemcarros.org)

CETTE FICHE A ETE REALISEE PAR

Organisation :	AGENEAL - Agência Municipal de Energia de Almada	E-mail :	carlos.sousa@ageneal.pt	Internet :	http://www.ageneal.pt/	Published :	11/9/2002
----------------	--	----------	--	------------	---	-------------	-----------

[back to top](#) ▲



