



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](#) -

I giovedì senza auto - Almada - Portugal

(project supported by SAVE)

Il progetto ha lo scopo di diminuire il consumo energetico nel trasporto urbano attraverso la razionalizzazione dell'uso di vetture private e un maggiore uso del trasporto pubblico per aumentare la sensibilità nei trasporti e ambientale tra gli abitanti di Almada, mostrando loro alternative al trasporto privato.

Gruppi ai quali è indirizzata la azione	Settore	Campo
<ul style="list-style-type: none"> - Autorità locali - Autorità regionali - Utenti domestici 	- Trasporti	- Informazione

ANALISI

Nella campagna "meglio se senza macchina" gli autisti sono incoraggiati a non usare le loro macchine in un giorno stabilito a settimana: il Giovedì. Essi inoltre beneficiano di un pacchetto di incentivi che vanno dalla riduzione delle tariffe per il trasporto pubblico a sconti per attività culturali e sportive come pure in molti negozi che aderiscono all'iniziativa.

Il progetto è stato realizzato nell'intero Comune di Almada, che occupa un'area di 72 km² con 160.000 abitanti. Sono state create 13 postazioni all'interno della municipalità, in modo particolare nell'Assessorato all'Ambiente, in ognuno degli 11 quartieri e nel Complesso Sportivo Municipale, per assicurare una buona copertura geografica dell'area di realizzazione del progetto.

Tutti gli operatori del trasporto pubblico (autobus, treno e nave) e una delle due associazioni di taxi di Almada sono stati coinvolti. Essi offrono tariffe ridotte al giovedì, giorno della campagna.

Dal momento che si tratta di un progetto che coinvolge l'intero comune sono state coinvolte un gran numero di persone, dall'amministrazione comunale a molti dipartimenti quali il Dipartimento comunale per la Programmazione di Progetti Ambientali o il Dipartimento della Salute e della Medicina sul Lavoro. Ad ogni modo, i dipartimenti più coinvolti sono stati il Dipartimento Comunale della Programmazione Ambientale che coordina l'intero progetto e l'Agenzia di Gestione dell'Energia locale, che ha fornito assistenza nella realizzazione del progetto, condotto monitoraggi dei consumi energetici e evitato emissioni di inquinanti, aiutando la gestione del progetto.



A G E N E A L Agência Municipal de Energia de Almada



Immagini della campagna: "Almada, Better without Cars"

Agência Municipal de Energia de Almada

COSTI E BENEFICI

Il budget approssimativo per la realizzazione e commercializzazione del progetto è di Euro 60.000. Fino al 22 settembre 2001, le fonti principali di finanziamento (60%) provenivano dal Consiglio comunale di Almada. Dopo questa data, è previsto l'intero finanziamento del progetto da parte del Comune di Almada. Tuttavia, gli investimenti principali, collegati alla creazione dell'immagine e alla pubblicità del progetto, sono stati già realizzati e il budget dovrà coprire soltanto i costi correnti dal momento che la diffusione del progetto sarà effettuata dalle entità locali partecipanti al progetto stesso.

L'obiettivo di questa campagna/progetto è quello di aumentare la sensibilità della popolazione locale ai problemi ambientali ed energetici derivanti dall'uso intensivo della macchina nelle aree urbane e, allo stesso tempo, incoraggiare l'uso di modi alternativi di trasporto nei percorsi urbani brevi. Un indicatore verificabile del successo di questa campagna è il grado di sensibilità della popolazione locale, di cui uno studio ha mostrato essere del 60%.

Lo studio sopra indicato ha mostrato che la campagna "Meglio senza macchine" ha sollevato il dibattito sull'argomento della mobilità e delle misure necessaria per migliorarla. D'altro lato ha mostrato che la campagna condotta ha allertato la popolazione sulle altre conseguenze dell'uso intensivo dell'automobile, sia in termini di consumi energetici che di emissioni inquinanti.

L'uso intensivo dell'automobile nelle aree urbane ha più implicazioni del semplice ingorgo di traffico. La campagna ha cercato di coinvolgere gli abitanti di Almada nella soluzione di questi problemi, rinforzando una cultura della partecipazione dei cittadini, senza la quale i problemi non possono essere risolti nel modo dovuto.

E' doveroso dire che questo progetto è stato nominato "Progetto Ambasciatore" nel partenariato di Stoccolma per le città sostenibili.

PARTNER

Il progetto è rivolto a tutta la popolazione motorizzata di Almada e a coloro che lavorano ad Almada, anche se non vi abitano. Il traffico è dovuto non solo a coloro che vivono ad Almada ed usano la macchina per i loro spostamenti giornalieri, a scopo di piacere o per prendere i figli a scuola, ma anche a coloro che ogni giorno vengono ad Almada per lavoro.

Un altro aspetto positivo è stato il coinvolgimento di diverse istituzioni pubbliche e private localizzate in Almada, come il Consiglio comunale, la Agenzia locale per l'Energia, gli operatori del trasporto pubblico (compagnie private), l'Università, la locale Camera di Commercio, associazioni locali e commercianti. Questo progetto ha favorito l'instaurarsi di profonde inter-relazioni tra questi soggetti, che non esistevano nel passato, cambiando attitudine nei confronti della città e promuovendo la creazione di un ambiente urbano più sostenibile per il futuro.

Questo progetto è nato dalla collaborazione congiunta tra la città di Almada e le città spagnole di Granada e Gijón, nel quadro di un progetto finanziato dall'UE, terminato nel dicembre 2001. Tuttavia il Comune di Almada ha deciso di proseguire il progetto. Esso è stato condotto dal IDAE - Spagna e ha visto la partecipazione della IEC (Irlanda) e ADENE e AGENEAL (Portogallo).

RACCOMANDAZIONI

Un progetto come questo coinvolge molte entità pubbliche e private che lavorano in diversi campi di attività (municipalità, agenzie locali per l'energia, operatori di trasporto locali, negozianti, ecc). Il coordinamento dei diversi ruoli coinvolti nel processo è stato chiaramente definito e non rappresenta una difficoltà reale per il progetto.

Il numero dei negozi aderenti (circa 20) non è ancora soddisfacente ma, con il tempo e l'impegno, in modo particolare da parte della municipalità che gioca un ruolo cruciale nel progetto, un maggiore numero di negozi vi prenderà parte e offrirà sconti ai partecipanti.

Le barriere più impegnative, o sfide, che si pongono di fronte a questo progetto sono la grande riluttanza degli automobilisti a lasciare a casa le loro macchine, anche solo per un giorno a settimana, cosa che si ritrova in un grande numero di partecipanti. Questa situazione deriva da diversi fattori (sociali, mancanza di alternative, dipendenza dalla macchina, ecc.) difficili da modificare nel breve periodo ma che tuttavia occorre iniziare a perseguire.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI

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

informazioni utili

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)

QUESTO CASO E' STATO REALIZZATO DA

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](#) ▲



