



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](#) -

## Czwartek bez samochod w - Almada - Portugal

(project supported by SAVE)

Projekt by ukierunkowany na zmniejszenie zuycia energii w transporcie miejskim poprzez racjonalizacj uycia prywatnych samochod w i zwi kszenie korzystania z transportu publicznego oraz zwi kszenie wiadomo ci spo ecznej dotycz cej podr owania i rodowiska poprzez pokazanie alternatywy dla prywatnych samochod w.

Grupy docelowe	sektor	Zakres
<ul style="list-style-type: none"> <li>- W adze lokalne</li> <li>- W adze regionalne</li> <li>- Lokalni konsumenci</li> </ul>	- Transport	- Informacja

### ANALIZA

W czasie trwania kampanii "lepiej bez samochod w" kierowcy s zach cani do nie korzystania z w asnych samochod w w jeden okre lony dzie tygodnia - czwartek skutkiem czego korzystaj z szeregu ulg od zmniejszonych op at za korzystanie z transportu publicznego do zni ek w centrach sportowych oraz kilku bior cych udzia w projekcie sklep w.

Projekt zosta wdro ony na ca ym terenie gminy Almada, kt ra zajmuje powierzchni 72km<sup>2</sup>, za na jej terenie zamieszkuje 160 000 os b. Aby projekt zako czy si sukcesem i zosta wdro ony w ka dym punkcie gminy stworzono 13 biur rejestracyjnych, g wnie w Miejskich Domach rodowiskowych (w 11 jednostkach administracyjnych) oraz w Miejskich Kompleksach Sportowych.

W projekcie wzi li udzia wszyscy operatorzy rodk w transportu publicznego (autobus w, tramwaj w oraz odzi) oraz jedna z dw ch korporacji taks wkowych Almady. Zaoferowali oni zni ki na swoje us ugi w czwartek - dzie kampanii.

W rozpoczynaj cy si projekt zaanga owa a si ca a gmina. Wielu ludzi z r nych miejsc uczestniczy o we wdra aniu projektu od szczebla administracji po kilka wydzia w jak np. Miejski Wydzia Planowania Projekt w rodowiskowych, czy Wydzia Zdrowia i Medycyny Pracy. Najbardziej zaanga owany by Miejski Wydzia Planowania rodowiskowego, koordynuj cy ca y projekt, jak r wnie lokalna agencja energetyczna, kt ra wspiera a wdro enie projektu, monitoruj c zu ycie energii, zmniejszenie emisji zanieczyszcze oraz pomaga a w zarz dzaniu projektem.



Logo agencji energetycznej w Almadzie



plakat kampanii "Almada, lepiej bez samochod w"

## RACHUNEK ZYSK W I STRAT

Bud et na wdro enie projektu i marketing wynosi 60 000 euro. Do 22 wrze nia 2001 roku, rodki pochodz ce z Rady Miasta Almada stanowi y g wne r d o finansowania (60%). Po tej dacie przewidywano ca kowite przejecie finansowania przez w adz miasta Almada. Nie mniej jednak wszystkie najwa niejsze inwestycje, kt re by y zwi zane ze stworzeniem wizerunku i promocji projektu zosta y ju wykonane. W zwi zku z tym bud et musi pokry operacyjne jedynie koszty, bowiem rozpowszechnianie zostanie zaoferowane lokalnym uczestnikom.

Celem tego projektu jest zwi kszenie wiadomo ci w r d spo eczno ci lokalnej odno nie problem w energetycznych i rodowiskowych wynikaj cych z intensywnego korzystania z samochod w na terenie miast oraz jednocze nie namawia ich do korzystania z alternatywnych rodk w transportu w ich kr tkich podr ach w obr bie miast. Jednym ze wska nik w pozwalaj cych oceni sukcesu tej kampanii jest stopie wiadomo ci w r d spo eczno ci lokalnej, kt ry jak pokazuj ankiety wynosi oko o 60%.

Przeprowadzona ankieta pokazała, iż kampania "Lepiej Bez Samochodów" wzmogła dyskusję wokół sprawy poruszania się i działań koniecznych aby ją poprawić. Z drugiej strony przeprowadzona ankieta pokazała, iż kampania uczuliła społeczność na inne konsekwencje intensywnego korzystania z samochodów w związku ze zużyciem energii i emisjami zanieczyszczeń.

Intensywne korzystanie z samochodów ma również inne negatywne aspekty poza uciążliwymi zwanymi z korkami ulicznymi. Dzięki kampanii starano się pokazać mieszkańcom Almady możliwości rozwiązania tych problemów a nawet więcej próbowano zaangażować ich w te działania. Po odczuciu nacisku na kulturę uczestniczących obywateli, bez których problemy nie mogłyby być rozwiązane w najbardziej korzystny sposób.

Warto zaznaczyć, iż projekt ten został nagrodzony przez partnerstwa dla zrównoważonych miast w Sztokholmie.

## WSPÓŁPRACA

Projekt ten jest skierowany do wszystkich mieszkańców Almady kierujących pojazdami, jak również tych, którzy tylko pracują tam. Korki spowodowane nie tylko przez tych, którzy mieszkają w mieście, ale również przez tych przyjeżdżających, aby zrobić zakupy, skorzystać z centrów rekreacyjnych, odebrać dzieci ze szkoły jak również przez tych, którzy pracują tutaj.

Innym pozytywnym aspektem tego projektu było zaangażowanie kilku publicznych i prywatnych instytucji mających siedziby w Almadzie, jak na przykład Rada Miasta, lokalna agencja energetyczna, korporacje transportowe (również prywatne), uniwersytet, lokalna izba handlowa, lokalne stowarzyszenia i właściciele sklepów. Projekt pozwolił na stworzenie głębszej współpracy pomiędzy zaangażowanymi instytucjami, która nie istniała w przeszłości, zmianę nastawienia w stosunku do miasta oraz bardziej aktywne uczestnictwo w stworzeniu bardziej zrównoważonego środowiska miejskiego w przyszłości.

Projekt został wdrożony dzięki współpracy pomiędzy miastem Almada oraz miastami Granada i Gijón w Hiszpanii w ramach projektu wspieranego przez fundusze UE. Projekt zakończył się w grudniu 2001 roku. Niemniej jednak władze miasta Almady zdecydowały o kontynuacji projektu.

Koordynatorem projektu było IDAE z Hiszpanii. W projekcie wzięły udział również instytucje z innych krajów:

-IEC z Irlandii

-ADENE i AGENEAL z Portugalii.

## REKOMENDACJE

W projekt taki jak ten są zaangażowani partnerzy z organizacji publicznych prywatnych działających na różnych polach (gminy, lokalne agencje energetyczne, lokalne korporacje transportowe, w a ciele sklepowi inni). Koordynacja działań, które zostały jasno zdefiniowane nie przysparza poważnych problemów.

Kilka sklepów (około 20) nie jest jeszcze usatysfakcjonowanych, jednak z czasem dzięki pracy w oonej przez miasto, które odgrywa kluczową rolę w projekcie, kolejne sklepy będą uczestniczyły w projekcie i oferowały zniżki.

Największą barierą lub wyzwaniem w projekcie jest ogromna niechęć kierowców do pozostawiania samochodów w domu, nawet w jednym dniu, co ma odbicie w liczbie osób uczestniczących w kampanii. Ta sytuacja wynika z różnych przyczyn (społecznych, braku alternatywy, uzależnienia od samochodu, i innych), które są trudne do usunięcia w krótkim okresie.

## ABY WIEDZIEĆ WIECEJ

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

## przydatne informacje

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)

## PRZYKŁAD TEN BYŁ REALIZOWANY PRZEZ

Organisation	<a href="#">AGENEAL - Agncia Municipal de Energia de Almada</a>	E-mail	<a href="mailto:carlos.sousa@ageneal.pt">carlos.sousa@ageneal.pt</a>	Internet	<a href="http://www.ageneal.pt/">http://www.ageneal.pt/</a>	Published	<a href="#">11/9/2002</a>
--------------	---	--------	--	----------	---	-----------	---------------------------

[back to top](#) ▲

