



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](#) -

Joia fara masini - Almada - Portugal

(project supported by SAVE)

Acest proiect urmareste descresterea consumului de energie in transportul urban prin rationalizarea utilizarii masini private si o mai mare utilizare a transportului public si creasterea constientizarii populatiei din Almada asupra transporturilor si a efectului asupra mediului, prin evidentierea alternativelor la vehiculul propriu.

Grupuri tinta	Sector	Domeniu
<ul style="list-style-type: none"> - Autoritate locala - Autoritati regionale - Consumatori casnici 	<ul style="list-style-type: none"> - Transport 	<ul style="list-style-type: none"> - Informare

ANALIZA

In campania Mai bine fara masina conducatorii auto au fost incurajati sa nu-si foloseasca masinile o zi fixa pe saptamana Joia, si in consecinta sa beneficieze de un pachet de avantaje incitante, de la reducerea tarifului pe transportul public pana la diferite reduceri pentru activitati culturale si sportive, ca si in anumite magazine.

Proiectul a fost implementat in intregul municipiu Almada, a carei arie ocupata este de 72 km² si 160.000 de locuitori. 13 birouri de inregistrare au fost create in municipiu, mai precis in Casa municipala de mediu, in fiecare din cele 11 comune si in Complexul sportiv municipal, pentru a asigura o buna acoperire geografica a zonei de implementare a proiectului.

Toti operatorii din transportul public (autobus, tren si barci) si una din cele doua asociatii de taximetre din Almada au fost implicati si ofera reduceri de taxe, joia, ziua campaniei.

Fiind un proiect care implica intreaga municipalitate, au fost multi oameni din diferite zone implicati in implementarea proiectului, de la administratia municipalitatii pana la diverse departamente, cum sunt Departamentul de planificare municipala pentru proiectele de mediu, sau chiar Departamentul de sanatate si medicina a muncii. Totusi, cel mai implicat a fost Departamentul de planificare municipala pentru proiectele de mediu, care a coordonat intregul proiect si Agentia locala de gestiune a energiei, care a ajutat implementarea proiectului, ocupandu-se de monitorizarea consumurilor de energie si reducerea emisiilor poluante si a sprijinit managementul proiectului.



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



Agentia Municipala de Energie din Almada

Imagine din campania "Almada, mult mai bine fara masini"

COSTURI SI BENEFICII

Bugetul aproximativ al proiectului pentru implimentare si marketing a fost de 60.000 Euro. Pana la 22 septembrie 2001, sursa principala se finantare (60%) a fost Consiliul local Almada. Dupa aceasta data, se prevede finantarea integrala a proiectului de catre municipalitatea Almada. Cu toate acestea, investitiile majore , legate de imaginea proiectului si publicitate , au fost deja facute si bugetul trebuie sa acopere numai costurile curente, in timp ce cele de diseminare vor fi oferite de participantii locali.

Obiectivul acestui proiect/campanie este sa creasca constientizarea populatiei locale despre problemele energetice si de mediu care rezulta din utilizarea intensa a masinii in zona urbana, in acelasi timp, sa o influenteze sa utilizeze modalitatile alternative de transport in deplasarile lor zilnice prin oras. Un indicator verificabil al succesului acestei campanii este gradul de constientizare a populatiei locale, care conform unei evaluari este de 60%.

Evaluarea susmentionată a dovedit că acțiunea „Mai bine fără mașini” a demarat o dezbatere în jurul problemei mobilității și a măsurilor necesare pentru îmbunătățirea acesteia. Pe de altă parte, aceasta a arătat că această campanie, a alertat populația în legătură cu alte consecințe ale utilizării intensive a mașinilor, în legătură cu consumul de energie și cu emisiile poluante.

Folosirea intensiva a mașinilor în zonele urbane are mai multe implicații decât blocajele în trafic. Campania a încercat să arate locuitorilor din Almada și totodată să-i implice pe aceștia în rezolvarea acestor probleme, reînțărind cultura participării cetățenilor, fără de care problemele nu pot fi rezolvate în mod adecvat.

Trebuie menționat că acest proiect a fost numit „Proiect ambasador” în cadrul parteneriatului de la Stockholm, pentru Orașe durabile.

PARTNERSHIP

Acest proiect se adresează tuturor conducătorilor auto din Almada și celor care lucrează în Almada, deși nu locuiesc acolo. Acest trafic este generat nu numai de cei care locuiesc în Almada și utilizează mașina pentru deplasările lor zilnice la cumpărături, pentru distracție sau pentru a lua copiii de la școală, dar și de cei care vin în Almada în fiecare zi la lucru.

Un alt aspect pozitiv a fost implicarea mai multor instituții publice și private situate în Almada, cum sunt Consiliul local, Agenția locală de energie, operatorii publici de transport, companii private, universitatea, camera locală de comerț, asociații locale și proprietari de magazine. Acest proiect a permis stabilirea unor legături și parteneriate mai strânse între aceștia, care nu existau în trecut, schimbarea atitudinii față de primărie și participarea mai activă la crearea unui mediu urban mai durabil în viitor.

Acest proiect a rezultat din cooperarea între primăria Almada și cele din Granada și Gijon în Spania, în cadrul proiectului finanțat de UE, care s-a terminat în decembrie 2001. Cu toate acestea, municipalitatea Almada a decis să continue acest proiect. Acest proiect a fost condus de IDEA din Spania și în el au fost implicați de asemenea, IEC din Irlanda, ADENE și AGENEAL din Portugalia.

RECOMANDARI

Un proiect ca acesta implică participarea mai multor entități publice și private care lucrează în diferite domenii de activitate (Municipalitate, agenția locală de energie, operatorii de transport local, proprietarii de magazine, printre alții). Coordonarea diferitelor părți implicate în proiect a fost definită precis și nu a prezentat o dificultate reală.

Numarul magazinelor care au aderat la proiect (circa 20) nu este suficient, dar, cu timp si munca , in principal din partea municipalitatii, care joaca un rol crucial in proiect, mai multe magazine se vor alatura proiectului si vor acorda reduceri participantilor.

Cea mai dificila bariera, sau provocare, cu care s-a confruntat proiectul a fost incetineala cu care conducatorii auto s-au lasat convinsi sa-si lase masinile acasa, chiar si pentru o singura zi pe saptamana, lucru reflectat prin numarul de participanti. Aceasta situatie se datoreaza mai multor factori (sociali, lipsa de alternativa, dependenta de masina, printre altele) care sunt foarte dificil de schimbat pe termen scurt, dar cu toate acestea, merita sa fie inceputa actiunea.

DETALII SUPLIMENTARE

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

INFORMATII UTILE

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)

ACEST STUDIU DE CAZ A FOST REALIZAT DE

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

[back to top](#) ▲



