



D4.2 local in national language

Partner name: The Association for Urban Transition

CAMPANIE ÎN ȘCOLI ȘI GRĂDINIȚE – JOCUL ȘARPELUI ÎN TRAFIC, ALBA IULIA ȘI BUCUREȘTI

A-Experiențe și lecții învățate

1/ Descrierea campaniei

- **Data/locul: Mai 2010; Mai-Iunie 2011; Septembrie 2011; Decembrie 2011; Aprilie 2012**
- Activități desfășurate: Jocul Șarpelui în Traffic (“Traffic Snake Game”)
- Grupuri țintă: copiii cu vârste de 5-10 ani (de la clasa a II-a la clasa a IV-a, de școală primară și de grădiniță), părinți, învățători, parteneri în implementare: Inspectoratul Școlar al Municipiului București și al Municipiului Alba-Iulia (ISMB, ISMAL), Agenția Energetică Alba Iulia, Municipiul Alba Iulia
- Actori implicați: un total de 900 de copii din trei școli din Alba Iulia, două școli din București și două grădinițe din Alba Iulia. Elevii din școli au fost în principal de clasa a IV-a (de 10 ani), dar au fost și de vârste mai mici – de clasa a II-a și a III-a (8-9 ani). Copiii din grădinițe au avut vârste de 5 și 6 ani.
- **Costuri:**
 - **Mai 2010 – campanie în școlile din București and Alba Iulia – 2250 euro (broșuri, tricouri, materiale pentru organizarea Jocului – banner cu șarpele, buline, etc)**
 - **Mai – Iunie 2011 – campanie în școlile din Alba Iulia – 920 euro (tricouri, buline pentru Joc)**
 - **achiziționare și imprimare de tricouri pentru restul proiectului – 1800 euro**
 - **Septembrie 2011 – Campanie în școlile din Alba Iulia în timpul Săptămânii Mobilității – 0 euro (au fost utilizate materialele deja achiziționate și printate)**
 - **Decembrie 2011 – Campanie de Crăciun în Grădinițe– 810 euro (creioane colorate, 6 biciclete cu logo-ul proiectului Active Access pentru gradiniță)**
 - **Aprilie 2012 – Campanie în grădinițe – 300 euro (4 biciclete cu logo-ul proiectului Active Access pentru grădiniță)**

Total: 6080 euro

- Materiale publicitare și sloganuri utilizate:

- slogan “Merg deci gândesc”
- Banerul cu Șarpele a fost amplasat într-un loc vizibil, pe un perete interior al școlii; un poster care prezenta Jocul a fost lipit pe panoul de afișaj al școlii
- Roll-up Active Access
- Prezentări PowerPoint și videoclipuri pentru copii și învățători
- Broșuri și vederi au fost trimise părinților
- La sfârșitul jocului copii au primit premii (tricouri cu sigla Active Access și a Traffic Snake Game, căști de protecție și protecții pentru genuchi), iar învățătorii au fost recompensați pentru implicare cu diplome (semnate și ștampilate de către Edinburgh Napier University – ENU, Asociația pentru Tranziția Urbană – ATU și Inspectoratele Scolare respective)
- La încheierea Campaniei în Grădinițe un studiu de caz a fost scris pentru siteul Eltis – acest studiu de caz intitulat *Campanie in gradinițe pentru promovarea transportului durabil în rândul copiilor din Alba Iulia (Romania)*, este unul dintre cele considerate de Premiile SYNAPTIC la categoria cea mai buna soluție de transport public.

2/ Experiențe, ceea ce a fost realizat și finalizat, date de evaluare disponibile

« Jocul Sarpelui în Trafic » a fost organizat de echipa ATU în două școli din București, trei școli din Alba Iulia și două grădinițe din Alba Iulia. Publicul țintă au fost copiii de școală primară, cu vârste de 7-10 ani și copiii de grădiniță cu vârsta de 5 și 6 ani. În total au fost 660 de copii din cinci școli în principal de clasa a – IV-a (de 10 ani), dar și copii mai mici din clasa a II-a și a III-a (de 8-9 ani) și 240 de copii din două grădinițe din Alba Iulia.

După acordul Inspectoratului școlar asupra programului de activități, ATU a realizat o prezentare PowerPoint a proiectului Active Access în fața învățătorilor din clasele primare selecționate și recomandate de directorii școlilor implicate. Învățătorilor le-au fost explicate conceptul, obiectivele și beneficiile proiectului Active Access. Prezentarea a fost urmată de o sesiune de întrebări și răspunsuri și de discuții interactive. Învățătorii au explicat modalitățile prin care copiii și părinții pot fi implicați/ angajați în proiect. De asemenea au fost stabilite programul și timpul necesar desfășurării Jocului și alte aspecte organizatorice. Urmând programul stabilit, membrii echipei ATU au organizat întâlniri față-în față și focus grupuri cu copiii doar după obținerea acordului din partea părinților. Acestora le-a fost trimisă o scrisoare de acord pe care fiecare copil a primit-o și a dus-o acasă.

“Jocul Șarpelui în Trafic” este o campanie amuzantă ce invită copiii și părinții acestora să mergă la școală într-un mod prietenos față de mediu, sigur și sănătos. “Jocul Șarpelui în Trafic” a durat o săptămână în fiecare școală. Implicarea copiilor în Joc a fost rapidă, am putea spune imediată și această atitudine a determinat într-o mare măsură și comportamentul părinților și învățătorilor. Copiii au tratat cu seriozitate jocul și

au utilizat orice modalitate de deplasare nemotorizată posibilă/existentă. La sfârșitul săptămânii au fost invitați să deseneze unul dintre cele mai interesante lucruri pe care le-au observat în drumul lor spre școală în timpul săptămânii Jocului Șarpelui în Trafic, aceste observații fiind astfel transformate într-un concurs de desen. Principalul factor de succes a fost acela că fiecare clasă și-a stabilit propria țintă ce urmărea reducerea numărului de călătorii realizate cu mașina și înlocuirea acestora cu călătorii realizate pe jos sau cu bicicleta. În timpul săptămânii “Jocului Șarpelui în Trafic” banerul cu șarpele a fost expus pe un perete vizibil în interiorul școlii și un alt poster atractiv și colorat a fost expus la panoul de afișaj.

A învăța jucându-te a devenit o opțiune reală pentru a merge la școală. Copiii au realizat că pot alege alături de părinții lor modul cel mai adecvat de deplasare de acasă la școală și invers. În plus, deoarece fiecare copil a fost motivat să participe la competiție, spiritul de echipă a crescut la nivel de clasă.

La sfârșitul jocului și după închiderea concursului de desene copiii au primit premii bine meritate – tricouri Active Access și căști de protecție, protecții pentru genuchi și coate. Fotografiile realizate în timpul implementării Jocului Șarpelui în Trafic în școli au fost deja încărcate pe site-ul intern al proiectului.

Învățătorii au fost și ei recompensați pentru implicare cu diplome realizate de echipa ATU și semnate/ștampilate de Edinburgh Napier University, Inspectoratul Școlar și Asociația pentru Tranziția Urbană. Două diplome au fost încărcate pe siteul intern al proiectului în dosarul materialelor locale de diseminare, una dintre ele semnată, alta în alb.

Părinții și învățătorii au fost implicate și într-un sondaj referitor la desfășurarea și implementarea Campaniei Active Access și de asemenea referitoare la comportamentul lor de deplasare înainte și după aceste campanii. Evaluarea s-a realizat prin metoda interviului structurat având la bază ca instrument de cercetare un chestionar.

3/ Dificultăți, bariere

Echipa ATU a contactat câteva școli în București și în Alba Iulia cu intenția de a le implica în proiect și de a organiza campania pentru “Jocul Șarpelui în Trafic”.

Cel mai frecvent obstacol întâlnit a fost reticența anumitor directorate de școli de a introduce o altă activitate în curricula deja fixată/stabilită. Echipa ATU a încercat să-i implice pe cei deschiși către astfel de activități, care înțelegeau mesajul pozitiv al campaniei “Jocul Șarpelui în Trafic” și de asemenea și nevoia de a schimba comportamentul înspre mersul pe jos și cu bicicleta în deplasările zilnice realizate spre și de la școală.

Un alt obstacol important care trebuie avut în vedere atunci când se pregătește o astfel de campanie este mărimea orașului. Toate evenimentele implementate au avut un succes mai mare în Alba Iulia decât în București.

Atitudinea părinților și învățătorilor din București este net favorabilă utilizării automobilului atunci când copiii sunt aduși la școală, situație întâlnită mai ales în cursul dimineții.

4/ Soluțiile găsite și lecțiile învățate

Abordarea școlilor a fost realizată pe baza unei discuții desfășurată în mai multe etape: echipa ATU a discutat mai întâi cu directorul școlii cerând permisiunea de a intra în clasele pe care el/ea le-a recomandat, apoi a fost realizată o prezentare doar pentru învățătorii claselor selectate și în final s-au desfășurat întâlniri față în față și focus grupuri cu copiii. Aceștia au fost implicați în joc doar după ce părinții și-au dat acordul printr-o scrisoare oficială dusă acasă de fiecare copil. Această metodă de abordare a părinților s-a dovedit a fi cea mai eficientă în desfășurarea unei anchete de evaluare a campaniei.

În timpul evenimentelor desfășurate în școli și grădinițe am învățat că cel mai bun interlocutor și grupul țintă cu care se lucrează cel mai ușor sunt copiii. Sunt doritori să fie implicați în orice eveniment și s-au simțit foarte bine mergând la școală pe jos sau cu bicicleta. La rândul lor au influențat în mod pozitiv comportamentul părinților determinându-i pe aceștia să le permită să se implice în campanie.

Nici în grădinițe, nici în școli copiii nu sunt învățați să meargă pe bicicletă. Grădinițele și școlile nu au în dotare nici o bicicletă ca echipament standard posibil de utilizat în orele de educație fizică. Acesta a fost principalul motiv pentru care am ajutat grădinițele prin achiziționarea unui set de biciclete, insistând în favoarea introducerii orelor de mers pe bicicleta în cadrul programului săptămânal.

5/ Ce se va face pentru a perpetua activitățile Active Access în această arie

Copiii implicați în „Jocul șarpelui în trafic” au răspuns deosebit de pozitiv, această atitudine fiind reflectată și în comportamentul părinților și învățătorilor lor. Învățarea prin intermediul jocului și al competiției s-a dovedit a fi cea mai bună modalitate de a răspândi mesajul și de a ajunge la părinți. Această metodă de abordare a părinților a fost foarte eficientă și în desfășurarea unei anchete pentru a evalua situația mesului pe jos și cu bicicleta înainte și după implementarea „Jocului Șarpelui în Trafic”.

Învățătorii și-au exprimat interesul de a se implica în campanie și în anul școlar viitor, având credința că mesajul repetat periodic se imprimă în memoria grupului țintă și conduce la o schimbare de comportament pe termen lung.

Durabilitatea campaniei se bazează pe relația construită între ATU și școlile implicate. Managementul școlilor implicate și-a exprimat interesul de a se reangaja în campania „Jocului Șarpelui în Trafic” în anii următori, chiar și după încheierea proiectului. Obstacolul referitor la costurile

materialelor, al premiilor, diplomelor și al costurilor administrative poate fi acoperit de fiecare din fondul fiecărei clase sau din alte surse de finanțare ale școlii. În același timp, unele dintre materialele promoționale realizate de-a lungul proiectului (roll-up, broșuri, prezentări PowerPoint) ar putea fi refolosite.

AUDITUL MERSULUI PE JOS /SEMINARII - ALBA IULIA ȘI BUCUREȘTI

A- Experiențe și lecții învățate

1/ Descrierea campaniei

- **Data/locul: Mai 2010 (București și Alba Iulia – Audit al Mersului pe Jos și Seminar), Martie 2012 (Eveniment de Conștientizare a Actorilor, București)**
- Activități derulate: Seminarii cu Actorii Implicați în București și Alba Iulia, Audituri ale Mersului pe Jos în ambele orașe pe o rută predefinită
- Grupuri țintă: reprezentanți ai administrației locale, ONG-uri, profesioniști
- Actori implicați: administrația locală – Primarii din București și Alba Iulia, Arhitecții Șefi, directori din diferite departamente ale administrației, poliția locală, ONG-uri, profesioniști, presă
- **Costuri: - Mai 2010 – Seminar București – 168 euro, Alba Iulia – toate costurile au fost acoperite de Primaria din Alba Iulia
- Martie 2012 – Eveniment de Conștientizare a Actorilor, București – 1000 euro (închiriere sală + catering pentru 50 de persoane)**
- Materiale de promovare / sloganuri utilizate: Prezentări PowerPoint , 30 de hărți în format A4 pentru fiecare participant la Audit în fiecare oraș, 2 formate A0 cu hărți utilizate ca suport pentru discuții în timpul seminarului pentru fiecare oraș, poze relevante de pe siturile din ambele orașe, roll-up Active Access, broșuri AA în limba română, dosare conținând materialele menționate mai sus.

2/ Experiențe, ceea ce a fost realizat și finalizat, date de evaluare disponibile

Cele două Seminarii cu durata de o zi, organizate atât în București, cât și în Alba Iulia au avut ca scop abordarea fiecărui actor implicat deschis dialogului și prezentarea proiectului Active Access, a conceptului lui și a obiectivelor.

Pentru Seminarul organizat în București au fost invitați peste 27 de participanți – dintre care 10 au fost invitați să participe la Auditul Mersului pe Jos. I-am abordat pe potențialii viitori invitați prin întâlniri față în față, prin e-mail, trimițându-le invitații scrise, sau prin telefon. Doar 14 persoane au răspuns invitației și din partea politicianilor, un singur consilier local a fost prezent. Cu toate acestea, s-a purtat un dialog interesant cu reprezentanții administrației locale, cu Arhitectul Șef și cu profesioniștii – după audit fiind elaborat un material sumar prin care s-au oferit recomandări cu privire la zona auditată.

Fiecare participant a primit o copie tipărită a broșurii Active Access. În acest fel, interesul lor față de acest subiect a fost captat. Principalul subiect al discuțiilor l-a reprezentat găsirea celor mai bune soluții pentru îmbunătățirea infrastructurii pietonale și cicliste din oraș, pe distanțe scurte.

Ca rezultat al Seminarilor și al Auditurilor, reprezentanții administrației au înțeles beneficiile mersului pe jos ca alternativă la utilizarea intensivă a autoturismului, atât pentru îmbunătățirea imaginii orașului, cât și pentru sănătatea cetățenilor și pentru creșterea economiei locale.

În Alba Iulia, mass-media a fost mai activă în promovarea seminarului și a auditului de mers pe jos. Tehnicienii din administrația locală au fost extrem de nerăbdători să dezbată principalele aspecte legate de transportul nemotorizat relaționate cu configurația orașului și cu lucrări recente de reabilitare. De asemenea, și pentru Alba Iulia a fost elaborată o listă de recomandări pentru zona auditată.

Auditul Mersului pe Jos a durat o oră și a fost realizat pe o rută anterior aleasă ce acoperă zona centrală a celor două orașe. Înainte de realizarea Auditului de Mers pe Jos, echipa ATU a realizat 3 vizite de studiu preliminar atât în București, cât și în Alba Iulia, pentru a identifica zonele sensibile ale itinerariului și punctele de oprire necesare pentru a sublinia anumite aspecte și pentru a face fotografii. După o analiză puternică, ambele rute au fost definite și hărțile au fost pregătite pe format A4 și printate pentru fiecare participant, subliniindu-se punctele fierbinți ce urmau a fi discutate și analizate pe sit, cu audiență. Poze relevante ale acelor puncte au fost imprimate separat pe format A4.

În București, situl planificat pentru primul Audit al Mersului pe Jos a cuprins: o secțiune din Bulevardul Magheru, Strada Amzei și o secțiune din Calea Victoriei. Punctul de plecare al auditului a fost în Piața Romană, iar punctul terminus a fost sediul ATU în Calea Victoriei. Aria studiată este caracterizată de o mixitate funcțională, cu precădere comercială și rezidențială, dar și culturală sau administrativă. Zona este una dintre cele mai frumoase părți ale Bucureștiului, puternic afectată de utilizarea intensivă a autoturismului. În istoria orașului, Calea Victoriei a fost spațiul principal de promenadă al bucureștenilor, o stradă plină de magazine, studiouri, galerii de artă, restaurante. Toți participanții la audit au fost de acord că unul dintre subiectele importante pentru dezvoltarea urbană a orașului și pentru un spațiu public de calitate îl reprezintă numărul copleșitor de mașini ce continuă să crească. Încă o dată vocația mersului pe jos și a ciclismului, beneficiile lor pentru sănătate și economie locală au fost subliniate.

În Alba Iulia, auditul mersului pe jos s-a desfășurat adiacent Citadelei și a cuprins zone cu diferite structuri urbane pentru a demonstra dificultățile ce apar în mobilitatea zilnică pietonală sau ciclistă, când transportul și planificarea urbană nu sunt abordate într-o formă integrată.

Pentru ambele evenimente s-au încărcat pe site-ul intern Active Access poze și link-uri către articolele mass-media relevante pentru evenimentele organizate.

3/ Dificultăți, bariere

Principala barieră survenită în organizarea seminariilor a fost răspunsul slab din partea invitaților, în Alba Iulia, dar mai ales în București. S-a observat o lipsă clară de interes asupra temei proiectului la momentul organizării primelor evenimente. În martie 2012, s-a observat o schimbare comportamentală radicală a reprezentanților administrației și răspunsul lor la invitațiile noastre a fost mai prompt.

4/ Soluții găsite și lecții învățate

Cea mai bună metodă de abordare a reprezentanților administrației locale a fost prin apelare telefonică directă, urmată de e-mailuri ce au evidențiat beneficiile proiectului și modul în care acesta poate fi util administrației. De asemenea, un sprijin important din partea Primăriei este necesar pentru a-l face cunoscut.

5/ Ce se va face pentru a perpetua activitățile Active Access în această arie

Atât Auditul Mersului pe Jos cât și Seminariile despre beneficiile mersului pe jos și pe bicicletă au devenit din ce în ce mai interesante pentru administrația locală, în contextul local, dar și în cel recent european. După o reticență inițială asupra subiectului, prezentând beneficiile pe termen scurt și lung, am observat o creștere a interesului din partea decidenților. Astfel, evenimente similare pot fi organizate chiar și după încheierea proiectului, având în vedere că dialogul dintre participanții la Seminar și la Auditul Mersului pe Jos și membri ATU a fost demarat.

CAMPANIE ÎN ȘCOLI – ZI DE INFORMARE PENTRU LICEENI, BUCUREȘTI

A- Experiențe și lecții învățate

1/ Descrierea campaniei

- **Data/locul: 05.04.2012, Liceul Timotei Cipariu**
- Activități desfășurate: O prezentare de două ore în timpul Zilei de Informare, *Săptămâna Altfel* în licee
- Grupuri țintă: 50 de elevi de liceu din 2 clase, cu vârsta între 16-18 ani
- Actori implicați: liceeni, profesori, conducerea școlii
- Costuri: 0 euro (s-au folosit materiale printate anterior – broșuri, cărți poștale, roll-up)
- Materiale de promovare/slogan folosit: “Desenați-vă propriul drum către școală”, roll-up Active Access, broșuri AA în limba română, prezentare PowerPoint

2/ Experiențe, ceea ce a fost realizat și finalizat, date de evaluare disponibile

De-a lungul celor două ore, liceeni din mai multe clase au fost informați despre proiectul Active Access și despre beneficiile mersului pe jos și pe bicicletă către/dinspre școală. Această lecție a avut ca obiectiv încurajarea elevilor să utilizeze metodele alternative de transport pe distanțe scurte. Beneficiile directe ale acestor alegeri au fost subliniate: îmbunătățirea și menținerea unui trup sănătos, dar și creșterea puterii de concentrare la ore, rezultate mai bune și o formă fizică de excepție.

Prezentările legate de mersul pe jos, au subliniat beneficiile acestuia. Pe lângă avantajul de a fi o alternativă sănătoasă a autoturismului, promovează interacțiunea între elevi pe drumul lor către școală, îi încurajează să devină mai independenți, și îi învață să-și asume riscuri și să folosească în mod inteligent strada.

Mersul pe jos și pe bicicletă au fost promovate ca forme de transport viabile și sigure, mai ales pentru distanțele scurte. Profesorii au fost încurajați să-și dezvolte propriile planuri de mobilitate pentru a deveni un exemplu în fața elevilor și pentru a-i convinge să vină pe jos sau pe bicicletă la școală, promovând astfel aceste mijloace de transport ca fiind sigure, în fața elevilor și a părinților.

Prezentarea a fost urmată de o discuție interactivă asupra planurilor de mobilitate și de o sesiune practică de mentenanță și reparație a bicicletelor. Aceste acțiuni au avut loc în curtea liceului și au durat o oră. Liceenilor li s-au prezentat trucuri despre pregătirea bicicletei pentru sezonul cald de primăvară/vară în maniera cea mai eficientă din punct de vedere al costurilor. Ei au fost invitați să participe la discuții interactive asupra modului în care îți poți alege ruta ciclabilă cea mai sigură de acasă până la școală și înapoi, și motivul pentru care alegi siguranța în fața vitezei.

Partenerul ATU în acest eveniment a fost Comunitatea Bicicliștilor din București (CBB), o organizație ce însumează diferite alte organizații non-profit din București ce urmăresc să încurajeze mersul pe bicicletă în oraș.

3/ Dificultăți, bariere

Ideea zilei de Informare a fost prezentată mai multor licee din București. Cea mai frecventă barieră întâlnită a fost reticența câtorva dintre directorii sau directoarele acestor licee, preferând să introducă alt gen de activitate în orarul elevilor. O altă provocare a constat în alegerea modului de prezentare, având în vedere că licenii au nevoie de o abordare care să le incite interesul și să le capteze atenția. Astfel, o prezentare atrăgătoare și un vorbitor carismatic au fost folosiți pentru a atrage atenția liceenilor asupra acestui subiect.

4/ Soluții găsite și lecții învățate

Rezultatele Zilei de Informare – de asemenea s-a ținut și un focus grup în timpul discuțiilor – au aratat că liceenii sunt mai interesați de mersul pe jos și pe bicicletă, decât de călătoriile împreună cu părinții lor cu autoturismul sau utilizând transportul public. Seminarul în aer liber le-a captat interesul pentru viitoare evenimente similare.

5/ Ce se va face pentru a perpetua activitățile Active Access în această arie

După discuții cu directoarea liceului, s-a evidențiat posibilitatea organizării de evenimente similare în viitor. Prezentări și seminarii similare vor avea loc în București și Alba Iulia.

EVENIMENT DE STRADĂ, ALBA IULIA ȘI BUCUREȘTI

A- Experiențe și lecții învățate

1/ Descrierea campaniei

- **Data/locul: Mai 2011 – Zilele Cetății, Mai 2012 – Eveniment de stradă, București – Centrul Istoric**
- Activități desfășurate : Eveniment de stradă de o zi
- Grupuri țintă: locuitori, bicicliști, administrație locală, profesioniști, ONG-uri, poliția locală, presă
- Actori implicați: Alba Iulia – Primăria din Alba Iulia, școlile implicate în Jocul Șarpelui în Trafic – elevi, părinți, profesori, media
- București – Comunitatea Bicicliștilor din București (CBB), grup de artiști, membri ATU, administrația locală, mass-media
- **Costuri: - Mai 2011 – Zilele Cetății Alba Iulia – 0 euro – Primăria din Alba Iulia a acoperit costurile**
 - **Mai 2012 – Eveniment de stradă în București – evenimentul este în curs de organizare și costurile nu se știu cu exactitate încă.**
- Materiale de promovare/sloganuri folosite: *Continuă să mergi – pe jos sau pe bicicletă*, roll-up, broșuri Active Access, tricouri, șepci

2/ Experiențe, ceea ce a fost realizat și finalizat, date de evaluare disponibile

În timpul evenimentului Zilele Cetății în Alba Iulia, Primăria a inaugurat piste de biciclete din interiorul zidului cetății. În timpul evenimentului ce a durat două zile, ATU a organizat activități de diseminare a mersului pe jos și pe bicicletă. Copiii care anterior participaseră la campania *Jocul Șarpelui în Trafic* au fost încurajați să deseneze experiențele trăite în timpul parcurgerii drumului către școală pe jos sau pe bicicletă. În timpul acestui eveniment, desenele lor au fost expuse în spațiu deschis și prezentate publicului, cele mai bune dintre ele fiind chiar premiate.

În timpul evenimentului de stradă din București, a avut loc un festival pietonal. Scopul acestui eveniment este de a promova mersul pe jos și pe bicicletă pe distanțe scurte, în mediul urban.

Acest eveniment a cuprins un număr de manifestări:

- Seminarii despre reparația și mentenanța bicicletelor: în timpul acestor workshop-uri, reprezentanți ai Comunității Bicicliștilor din București au oferit sfaturi practice despre pregătirea bicicletelor pentru sezonul cald/rece. Participanții au fost invitați să-și aducă propriile biciclete, role sau skateboard-uri pentru a obține consultații gratuite cu privire la condițiile de operare și asistență pe durata procesului de reparare.

- Tur pietonal al Centrului Istoric. Scopul turului a fost similar Auditului pentru Mers pe Jos și vizează descoperirea zonei din diferite perspective.
- Pantomimă și improvizație: un grup de artiști a fost invitat să prezinte scurte piese de pantomimă și să interacționeze activ cu publicul trecător.
- Sondaj: în timpul evenimentului, s-au aplicat chestionare trecătorilor privind statusul mersului pe jos și pe bicicletă.
- Alte acțiuni menite să promoveze mersul pe jos și pe bicicletă, încurajând oamenii să utilizeze transportul alternativ pentru recreare, pentru a merge la școală, la servicii, la cumpărături.

În timpul festivalului de stradă AA, s-au împărțit broșuri și fluturași, meniți să ridice gradul de conștientizare al oamenilor asupra motivelor din spatele organizării acestui eveniment și asupra beneficiilor mersului pe jos și pe bicicletă.

Parteneri ATU în eveniment:

- CBB – Comunitatea Bicicliștilor din București
- Primăria București, Departamentul de Transporturi, Drumuri și Sistemizarea Circulației
- Poliția locală
- Active Watch, Agenția de Monitorizare a Presei

3/ Dificultăți, bariere



Prima barieră a constituit-o procesul birocratic de obținere a autorizațiilor de organizare a evenimentului pe strada dorită. După câteva discuții cu autoritățile și cu poliția locală, am reușit să obținem autorizația. O parte din activități au trebuit să fie eliminate și rapid înlocuite cu altele. O înțelegere finală a fost semnată după negocieri.

4/ Soluții găsite și lecții învățate

Campaniile de ridicare a gradului de conștientizare au un impact puternic dacă sunt organizate în spații publice cu trafic pietonal.

5/ Ce se va face pentru a perpetua activitățile Active Access în această arie

Press work that has been done locally or regionally to promote AA and your application. Please include the best 2 examples of press work carried out in your city (pictures in pdf format):

Action / Type of material	Target group	When	Where	Circulation	Result	Copy or link
<p>Press conference, press release, article, broadcast</p>			<p>Venue / city, internet / newspaper / magazine / journal, radio / television</p>	<p>Local / national / regional / international</p>		<p>Copy or link</p>
<p>article</p>	<p>School / Kindergarten</p>	<p>09.2011/04.2012</p>	<p>Alba Iulia newspaper</p>	<p>local</p>		 
<p>broadcast</p>	<p>School children</p>	<p>09.2011</p>	<p>Alba Iulia television</p>	<p>local</p>		<p>http://www.youtube.com/watch?v=OdQ-W-iU9_Y</p>



Annex 2 – D4.3 Local marketing material

Please include the 2 best examples of marketing material produced for your application project (pictures in pdf format)

Type of material Flyer, poster, hat, badge etc	Brief description	Target group	Used when/what campaign	Copy or link
---	--------------------------	---------------------	--------------------------------	---------------------

<p>T-shirt</p>	<p>White and orange T-shirts, in the first events the TSG snake was imprinted on the front, together with the Active Access logo and the logo of the ATU campaigns, ATU's logo and IEE's logo imprinted on the back</p>	<p>School children, kindergarten children, other participants to the street event contests</p>	<p>Traffic Snake Game – schools and kindergarten, street events</p>	
----------------	---	--	---	--

AA brochure
in Romanian

A 12 pages
brochure that
describes the
advantages of
using non-
motorised
transport
modes instead
of car use trips

Parents of the
school children
involved in TSG
campaign,
teachers,
stakeholders,
high school
students from
Info Day,
participants to
the street event

TSG, High
School Info
Day, Street
events,
Walking Audit
and
Workshops

AActive
ccess




INTEGRAREA MERSULUI PE JOS ȘI CU BICICLETA ÎN MEDIUL URBAN

*Orașele noastre sunt angajate să devină spații unde se poate
trăi mai bine, mai uman, unde pietonii joacă rolul principal și
unde coexistența, întâlnirea, plăcerea și comerțul se desfășoară în
stradă și în spații proiectate în primul rând în acest scop.*

Odón ELORZA - primar al orașului San Sebastian



ATU
Asociația pentru
Tranzitia Urbana

Intelligent Energy  Europe