

C-Force: Co-creazione di una campagna a favore della bicicletta

2016

 **Università**
Ghent University
Nazione
Belgio

Collocazione 
Centro città

Dimensione 
40,000-50,000

Responsabile 
Mobility team o mobility manager

Sommario

La campagna C-Force è un'iniziativa nata per e dagli studenti per incoraggiarli all'utilizzo della bicicletta e per promuovere la mobilità sostenibile da e per il campus universitario. In primo luogo, vogliamo ottenere questo obiettivo stimolando la motivazione degli studenti, creando la concorrenza, collegando la campagna ai finanziamenti, premiandoli, ecc. In secondo luogo, faremo scattare la motivazione intrinseca concentrandoci sui benefici socio-economici e sanitari.

La campagna sarà lanciata nell'aprile 2017, nello stesso momento il governo locale introdurrà il suo nuovo piano di mobilità e circolazione in cui il parcheggio diventerà più costoso-solo una delle misure che saranno adottate. Lanciando questa campagna positiva allo stesso tempo, cerchiamo di combinare il metodo "carota e bastone". Questa campagna è il risultato di un intenso progetto di partecipazione iniziato nel 2016 che continuerà fino alla valutazione alla fine del 2017.

Obiettivi

- Spostamento modale.
- Ridurre il numero di automobili che viaggiano verso i campus.
- Informare gli studenti e aumentare la loro consapevolezza.
- Ottimizzare la gestione della mobilità universitaria.
- Migliorare l'accessibilità tramite bicicletta e con i mezzi pubblici.
- Creare un sistema multimodale efficiente.
- Migliora la sicurezza.

Stakeholders

- Ghent University.
- Amministrazione locale di Ghent.
- TreinTramBus (organizzazione non-governativa).
- Concessionari locali di biciclette.
- Studenti.
- Organizzazioni studentesche.



C-Force: Co-creazione di una campagna a favore della bicicletta

2016



Premessa

È intenzione favorire un trasferimento modale, modificando il comportamento degli studenti e riducendo il numero di auto che viaggiano verso i campus. Questo può offrire numerosi vantaggi ecologici. In tal modo si possono ridurre i problemi di traffico per i residenti, riducendo il bisogno di parcheggio. Vogliamo raggiungere questo obiettivo informando gli studenti sulle varie opzioni di viaggio alternative e lanciando una campagna informativa attrattiva, fatta dagli stessi studenti per i loro coetanei.

Vogliamo, inoltre, anche sostenere l'Università di Ghent per ottimizzare la gestione della mobilità e introdurre misure di accompagnamento per rendere l'accessibilità del campus in bicicletta e trasporti pubblici, più sicuri e attrattivi. Con questa campagna vogliamo contribuire a migliorare l'accessibilità di Ghent in generale.

Questo progetto ha anche un obiettivo sociale: un sistema multimodale migliore e più efficiente garantisce agli studenti che non hanno un'auto (ad esempio perché non hanno le risorse finanziarie) di arrivare a destinazione senza troppe perdite di tempo.



Descrizione

Inizieremo una "competizione ciclistica": tre studenti hanno creato un'app che registra la traccia degli studenti mentre si spostano in bicicletta. L'applicazione misura il numero di chilometri percorsi e in questa maniera gli studenti di Ghent possono competere tra di loro. Vengono contattate diverse aziende per la sponsorizzazione. Più gli studenti percorrono chilometri, più denaro ottengono. Questo denaro va successivamente in beneficenza.

Alle organizzazioni studentesche sarà chiesto di partecipare. Il gruppo che otterrà la vittoria, riceverà dei premi (biglietti treno, biglietti per il cinema, nuove biciclette etc...)

Inoltre, intendiamo migliorare la sicurezza: in primo luogo con nuove tecnologie e con la condivisione di informazioni, vogliamo che gli studenti utilizzino i percorsi più sicuri verso i loro campus, ad esempio mostrando nelle applicazioni presenti nel sito web dell'università di Ghent i percorsi più confortevoli.

In secondo luogo, utilizzando workshop con studenti, si potranno identificare a Ghent i punti più pericolosi per i ciclisti. Questi "punti neri" saranno documentati e consegnati all'amministrazione locale insieme ai differenti stakeholder, affinché possano provare a migliorarli. In terzo luogo, gli studenti saranno incoraggiati ad essere "visibili"

quando pedalano e ci si assicurerà che passino in bicicletta con le luci accese, ecc ...

Le azioni specifiche condotte nel 2016 sono state le seguenti:

- Nel 2016 si sono svolti due workshop interattivi con studenti. Il primo si è concentrato sui punti più pericolosi di Ghent per i ciclisti mentre il secondo ha cercato di sviluppare una campagna attrattiva e delle attività promozionali per gli studenti.
- Ricerca di sponsor.
- Incontro con tutti gli stakeholder.
- Tre studenti hanno creato un'app che traccia i ciclisti.
- 25 studenti di comunicazione hanno sviluppato una strategia di informazione e condotto interviste con gli studenti.



Indicatori

Per condurre una valutazione di questo progetto, abbiamo utilizzato degli indicatori di performance misurabili. Nello specifico questi sono:

1. Il progetto è creato in condivisione tra i diversi stakeholder con gli studenti che assumono il ruolo di guida.
2. Un'analisi che censisce il comportamento trasportistico degli studenti di Ghent, è condotta dagli studenti di marketing. Almeno 150 studenti sono stati intervistati.
3. È stata calcolata la ripartizione modale nel campus.
4. Almeno 50 studenti hanno partecipato attivamente all'elaborazione della campagna mentre altri 50 studenti hanno preso parte alla realizzazione del processo.
5. È stata creata una campagna di comunicazione per informare gli studenti rispetto alle possibili alternative all'automobile e per promuovere l'app per il ciclismo e la competizione ciclistica.
6. 1000 studenti hanno partecipato alle azioni del punto 4.
7. Tutte le informazioni sui percorsi ciclabili più sicuri sono raccolte e integrate nel sito web dell'università e nell'app dedicata a promuovere la mobilità ciclabile.
8. Almeno 2.000 studenti hanno consultato questo sito web o utilizzato l'app.
9. Durante il controllo annuale delle biciclette effettuato dalla polizia (che controlla le luci), è stata registrata una diminuzione del 10% (rispetto al 2016) nel numero di persone identificate senza le luci.
10. È stata rilevata una diminuzione di almeno il 7% nell'utilizzo dell'automobile. Prima e dopo la campagna il numero di auto è stato rilevato nei diversi parcheggi dell'università.

Al termine, il progetto sarà valutato assieme ai vari stakeholder. Alcune domande poste nella valutazione saranno:

- Qual è stato l'impatto di queste misure sulla ripartizione modale tra gli studenti e sull'accessibilità al campus?
- Quali erano i punti di forza e di debolezza della campagna? Ci sono opportunità / minacce che dovremmo prendere in considerazione nei progetti futuri?
- I partner sono soddisfatti della cooperazione e vedono il valore di una campagna di progettazione condivisa?

Sulla base di questa valutazione si esaminerà come ottimizzare la campagna e dove riconoscere le opportunità per il futuro.



Risultati

In questo momento è troppo presto per mappare i risultati: siamo ancora nella fase di preparazione della campagna. Ad aprile 2017 sarà avviata e la valutazione avrà luogo nella seconda parte di quest'anno.



Costi

Da 10.000 a 25.000 euro.



Finanziamenti

- La città di Ghent ha concesso 10.000 euro per questo progetto.
- 14.000 euro sono stati ottenuti con la sponsorizzazione e con gli investimenti di Open Knowledge Belgium (conducendo gli studenti verso la costruzione dell'app per il ciclismo) e TreinTramBus VZW (un'organizzazione senza scopo di lucro che ha guidato il processo di realizzazione condivisa con gli studenti).

 Conclusioni

Prematuro per dirlo (vedere risposta 'RISULTATI').

 Immagini

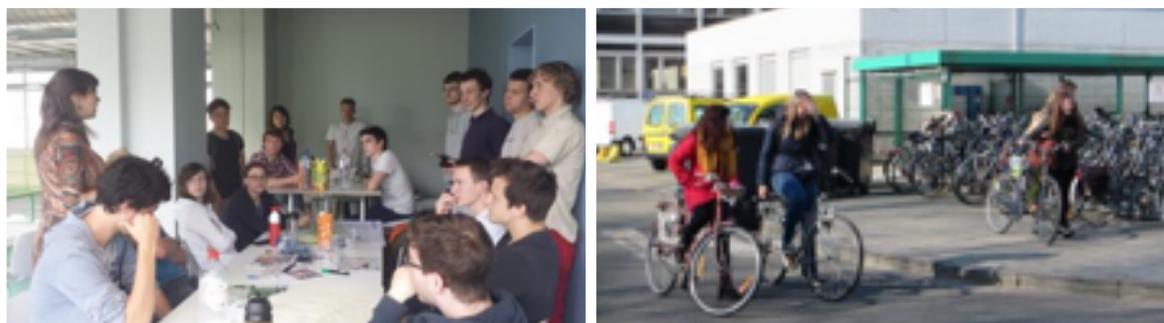


Fig. 1. Workshop interattivo con gli studenti dell'Università di Ghent

 Link

<https://goegefietst.gent/>
<https://stad.gent/mobiliteitsplan>

 Referente

Marlier Evelien
Project Manager al TrainTramBus VZW e l'European
Passengers' Federation
evelien.marlier@epf.eu