



7. IDENTIFIERING OCH INSAMLING AV GODA EXEMPEL

När det gäller identifieringen av de goda exemplen bad projektkoordinatorn (Karlstads universitet) varje partner att dela med sig av 2 till 3 initiativ som redan hade genomförts lokalt av projektpartners inom TRANSIT-projektet, med fokus på främjandet av hållbar mobilitet. Partnerna valde ovan nämnda initiativ med avseende på två huvudsakliga faktorer: bevis på framgång och potential för överförbarhet.

Detta behov uppstod på grund av att några av projektets partners, baserat på det politiska stöd de har och de resurser de faktiskt kan använda, har avsikten att testa åtminstone en metod som främjas av de andra europeiska kollegorna inom TRANSIT-projektet.

På det här sättet kommer de effektivt att förstå om aktiviteten kan överföras och anpassas lätt för att snabbt hantera sina lokala utmaningar inom hållbar mobilitet, oavsett deras sociala, miljömässiga och politiska bakgrund.

I följande sidor kommer två goda exempel per partnerorganisation att presenteras.

A.1.1 GODA EXEMPEL FRÅN ABEGONDO (SPANIEN)

Abegondo presenterade två goda exempel för att främja hållbar mobilitet och dessa är:

- "Delad taxi gratis": Kommunen erbjuder en gratis taxitjänst på begäran som en lösning för intrakommunal mobilitet för äldre personer utan eget fordon.

1. DETALJERAD BESKRIVNING	
ANSVARIG ORGANISATION	Abegondo kommun
KONTAKTPERSON OCH EPOST	ISABEL MANTEIGA / isabel.manteiga@abegondo.gal
AKTIVITETENS FOKUS	Förbättring av hållbara mobilitetstjänster: DELAD TAXI GRATIS
KORT SAMMANFATTNING	Kommunen erbjuder en gratis taxitjänst på begäran som en lösning för intrakommunal mobilitet för äldre personer utan eget fordon.

<p>DETALJERAD BESKRIVNING AV AKTIVITETEN</p>	<p>- Vad är problemet som åtgärdas och vilket sammanhang utlöste införandet av metoden? I Abegondo är den intrakommunala busservicen ekonomiskt ohållbar på grund av den stora spridningen av medborgare: 132 små byar med i genomsnitt 43 invånare vardera. Som ett alternativ erbjuder kommunen en gratis delningstaxitjänst på begäran för äldre medborgare utan privatbil för att åka till hälsovårdscentret, apoteket, banken, affärer och kommunhuset.</p> <p>- Hur uppnår metoden sina mål och hur genomförs den? Medborgaren ringer kommunhuset och begär en taxi. En Tjänsteperson överför begäran till tillgängliga taxichaufförer enligt etablerade arbetspass. Tjänsten erbjuds två dagar i veckan: måndag och onsdag, för att tjänsten skall sammanfalla med hälsovårdscentrets öppettider. Hämtning sker klockan 8:15 på morgonen vid hållplatsen närmast hemmet och återresan sker klockan 11:30 vid hälsovårdscentret.</p>
<p>MÅLGRUPPER</p>	<p><i>Äldre medborgare och pensionärer:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 1,659 individer, 30 % av Abegondos medborgare är över 65 år. • 308 av Abegondos medborgare över 65 år lever ensamma.
<p>BUDSKAP SOM FÖRMEDLAS TILL MÅLGRUPPERNA</p>	<p>Om du är över 65 år och inte har ett eget fordon kan du nu använda den delade taxitjänsten för dina läkarbesök och inköp i Abegondo.</p>
<p>STEG FÖR ATT GENOMFÖRA ÅTGÄRDEN (VÄNLIGEN ANGE ÄVEN DEN TIDSÅTGÅNG SOM KRÄVS - SEKVENNS FÖR ÅTGÄRDEN)</p>	
<p>ROLLER OCH ANSVARSOMRÅDEN FÖR DE AKTÖRER SOM ÄR INVOLVERADE I GENOMFÖRANDET OCH INTRESSETER</p>	
<p>KOMMUNIKATIONSMETODER OCH VERKTYG: MEDIA, TRYCKT MATERIAL... (FÖRKLARA VILKEN TYP AV KOMMUNIKATIONSVERKTYG SOM HAR ANVÄNTS...)</p>	<p>Kommunalt uttalande som meddelar om tjänsten.</p>

REMARKS (ISSUES TO PAY ATTENTION TO WHEN IMPLEMENTING THE ACTIVITY)	
RESURSER SOM BEHÖVS FÖR ATT GENOMFÖRA METODEN	Kommunen har 5 taxilicenser som turas om att erbjuda 2 bilar i veckan.
TIDSSKALA (START-/SLUTDATUM)	Startdatum: april 2017, fortfarande pågående.
MATERIAL SOM SKA ANVÄNDAS	
BEVIS PÅ FRAMGÅNG (UPPNÅDDA RESULTAT)	För närvarande har totalt 77 familjer anmält sig till tjänsten. Den genomsnittliga månatliga efterfrågan är 10 rundresor.
UTMANINGAR SOM UPPSTOD (VALFRITT)	
POTENTIAL FÖR LÄRANDE ELLER KUNSKAPSÖVERFÖRING	Denna lilla erfarenhet är ett bra exempel på hur man kan hjälpa till att lösa äldres mobilitetsbehov med en begränsad budget och undvika kostnaderna för dyrare och miljöskadliga transportsätt.
YTTERLIGARE INFORMATION	
NYCKELORD RELATERADE TILL AKTIVITETEN	Äldre medborgare – Delad taxitjänst
BILDER, LÄNKAR ELLER ANNAT KOMMUNIKATIONSMATERIAL	

- Den andra metoden är **LEDER FÖR BIOSFÄR EKOTURISM (Biosphere Ecotourism Trails)** och syftar till att förbättra den aktiva rörligheten i Biosfärreservatet genom att koppla samman urbana kommuner med landsbygdsområden samt kustområden med inlandet genom utveckling av traditionella stigar.

2. DETALJERAD BESKRIVNING

ANSVARIG ORGANISATION	Reserve of the Biosphere Mariñas Coruñesas e Terras do Mandeo
------------------------------	---

KONTAKTPERSON OCH EPOST	Diego LÓPEZ / diego.lopez@marinabetanzos.gal
AKTIVITETENS FOKUS	Med syftet att främja hållbar mobilitet i turistområdet Biosfärreservatet för att bidra till att mildra effekterna av klimatförändringar kommer en plan för hållbar mobilitet att lanseras för att förbättra kopplingen mellan stad och land samt mellan kust och inland.
KORT SAMMANFATTNING	Målet med LEDER FÖR BIOSFÄR EKOTURISM är att förbättra den aktiva rörligheten i Biosfärreservatets territorium genom att koppla samman urbana kommuner med landsbygdsområden och kustområden med inlandet genom utveckling och återställning av traditionella stigar.
DETALJERAD BESKRIVNING AV AKTIVITETEN	<ul style="list-style-type: none"> - Vilket problem adresseras och vilket sammanhang utlöste införandet av metoden? För närvarande finns det inte ett nätverk av stigar som är särskilt anpassade för vandrare och cyklister, vilket möjliggör koppling av de huvudsakliga attraktionspunkterna i kommunerna. - Hur uppnår metoden sina mål och hur genomförs den? Aktiviteten består i att identifiera de främsta rörlighetsnoderna, utforma stigar och skylta dem för att uppmuntra till deras användning av både lokalbefolkningen och besökare, och främja en ekoturismmodell i området. Ett "pilot"-projekt med namnet Biosphere Ecotourism Paths kommer att genomföras. <p>Skapa en ekoturismdestination anpassad till det nya klimatscenariot och baserad på naturen. Utveckla nya produkter baserade på lokala resurser och kultur, som bidrar till ekonomisk återhämtning och möjliggör ett nätverk av stigar med säkerhetsgarantier för vandrare och cyklister, som är överenskomna med den lokala befolkningen.</p>
MÅLGRUPPER	<p>Den lokala befolkningen och besökare av Biosfärreservatet "Mariñas Coruñas" och "Terras do Mandeo".</p> <p>Biosfärreservatet "Mariñas Coruñas" och "Terras do Mandeo" omfattar totalt 190 708 invånare och 1 167 km² (1 139 km² landområden och 275 km² kustområden), vilket motsvarar 14,33% av ytan i provinsen A Coruña. Området är fördelat på 17 kommuner: Abegondo, Aranga, Arteixo, Bergondo, Betanzos, Cambre, Carral, Coirós, Culleredo, Curtis, Irixoa, Miño, Oleiros, Oza-Cesuras, Paderne, Sada och Sobrado.</p> <ul style="list-style-type: none"> •

BUDSKAP SOM FÖRMEDLAS TILL MÅLGRUPPERNA	<p>För att öka hållbarheten i mobilitet runt reservatet och minska användningen av privata motorfordon kommer användningen av Biosphere Ecotourism Trails att främjas bland den lokala befolkningen och besökare.</p>
STEG FÖR ATT GENOMFÖRA ÅTGÄRDEN (VÄNLIGEN ANGE ÄVEN DEN TIDSÅTGÅNG SOM KRÄVS - SEKVENNS FÖR ÅTGÄRDEN)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifiera stigar för att förbättra turisternas rörlighet och främja en ekoturismmodell i kommunerna i Biosfärreservatet "Mariñas Coruñas". 2. Genomför pilotprojektet " Biosphere Ecotourism Trails".
ROLLER OCH ANSVARSOMRÅDEN FÖR DE AKTÖRER SOM ÄR INVOLVERADE I GENOMFÖRANDET OCH INTRESSENER	<p>ADR Mariñas-Betanzos, som ansvarig enhet för hållbarhetsplanen, och de inblandade aktörerna: kommunerna i Biosfärreservatet, provinsrådet (Deputación da Coruña) och regionalregeringen (Xunta de Galicia).</p>
KOMMUNIKATIONSMETODER OCH VERKTYG: MEDIA, TRYCKT MATERIAL... (FÖRKLARA VILKEN TYP AV KOMMUNIKATIONSVERKTYG SOM HAR ANVÄNTS...)	<p>Kommunikationsmetoder kommer beslutas om i ett senare stadium.</p>
ANMÄRKNINGAR (SAKER ATT VARA UPPMÄRKSAM PÅ VID GENOMFÖRANDET AV AKTIVITETEN)	<ul style="list-style-type: none"> • Definiering av rutter (tekniskt stöd). • Undersöka och definiera för befolkningen intressanta platser och deras mottaglighet för förslaget. • Miljömässiga offentliga samråd för att kommunicera med grannar och behöriga organ. • Sätta upp vägs skyltar: vertikala och horisontella. • Förbättring av vägbeläggningen (endast i motiverade fall). • Spridning av projektet bland befolkningen.
RESURSER SOM BEHÖVS FÖR ATT GENOMFÖRA METODEN	<p>112 000 €. Industri-, handels- och turism-ministeriet i Spaniens regering, genom EU:s Next Generation-fonder.</p>
TIDSSKALA (START-/SLUTDATUM)	<p>Start: Oktober 2022 – slutdatum: Oktober 2024</p>
MATERIAL SOM SKA ANVÄNDAS	



BEVIS PÅ FRAMGÅNG (UPPNÅDDA RESULTAT)	<p>Indikatorer för utvärdering:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identifiering av huvudekoturismrutter som utgör autentiska "noder" för att främja hållbar mobilitet. 2. Avståndet (i km) av anpassade och skyltade stigar. 3. Diagnos- och identifieringsdokument för hållbart mobilitetsbehov.
UTMANINGAR SOM UPPSTOD (VALFRITT)	Mottaglighet hos medborgarna för begränsning av motorfordon på Biosfärens ekoturismstigar.
POTENTIAL FÖR LÄRANDE ELLER KUNSKAPSÖVERFÖRING	Den tydliga spridningen av medborgare i Biosfärens reservat har motiverat förekomsten av ett omfattande vägnät, vilket möjliggör utformning av säkra rutter för att främja aktiv mobilitet, utan behov av att skapa nya infrastrukturer.
YTTERLIGARE INFORMATION	https://www.marinasbetanzos.gal/
NYCKELORD RELATERADE TILL AKTIVITETEN	Biosphere Ecotourism Trails / Next Generation-fonder / leder för vandring och cykel.
BILDER, LÄNKAR ELLER ANNAT KOMMUNIKATIONSMATERIAL	https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1qoZ3aR9RRt2JliivC12pP2VyKL3FU-_w&ll=43.217513699335676%2C-8.290681700000002&z=11

A.1.2 GODA EXEMPEL FRÅN UNIONE PEDEMONTANA PARMENSE (ITALIEN)

Unione Pedemontana Parmense presenterade en praxis för att främja hållbar mobilitet och det är följande:

- Piedibus: Frivilliga tar barn till och från skolan till fots, längs säkra gångvägar.

3. DETALJERAD BESKRIVNING	
ANSVARIG ORGANISATION	Unione Pedemontana Parmense
KONTAKTPERSON OCH EPOST	Giovanna Ravanetti – +39 0521 344 543 g.ravanetti@unionepedemontana.pr.it

KONTAKTPERSON OCH EPOST	Giovanna Ravanetti – +39 0521 344 543 g.ravanetti@unioneipedemontana.pr.it
AKTIVITETENS FOKUS	Aktivitet för medvetandehöjning, miljöutbildning, medborgarengagemang, förbättring av hållbar mobilitet.
KORT SAMMANFATTNING	Volontärer ledsagar barn till och från skolan till fots, längs säkra gångvägar. Tack vare teknik kan Piedibus också vara "Smart". Barnen tillhandahåller en Bluetooth-enhet som registrerar avståndet, och en app omvandlar det till en virtuell resa.
DETALJERAD BESKRIVNING AV AKTIVITETEN	<p><i>Vilket problem adresseras och vilket sammanhang utlöste införandet av denna aktivitet?</i></p> <p>·Varje dag reser många med bil för att lämna och hämta barn i skolan. De skapar trafikstockningar och föroreningar. Dessutom blir gatorna runt skolorna ofta osäkra. Piedibus minskar antalet bilar och därmed utsläpp, minskar trafiken och ökar säkerheten, uppfostrar barn att respektera miljön, främjar socialisering och bidrar till att förebygga mobbing. Bekämpa fetma hos barn genom motion.</p> <p><i>Hur når aktiviteten sina mål och hur genomförs den?</i></p> <p>Volontärer eskorterar barn till och från skolan till fots genom att följa förutbestämda och säkra gångvägar. Gångvägarna är uppdelade i olika "Piedibus-linjer" som identifieras med olika färger (gul, röd osv.) och har stopp på alla områden där det är möjligt att gå till skolan inom rimligt avstånd.</p> <p>"Passagerarna" bär en skylt med färgen på sin linje. Vissa barn, som eskorteras av sina föräldrar, går på från den första hållplatsen för linjen, medan andra "hoppas på" Piedibus längs vägen. Varje linje leds av minst två volontärer: en som leder den och en annan som avslutar.</p>
MÅLGRUPPER	·Målgrupperna är grundskoleelever (i åldrarna 6 till 10 år) och deras familjer.
BUDSKAP SOM FÖRMEDELAS TILL MÅLGRUPPERNA	·Piedibus är det bästa sättet att ta sig till skolan. Att gå är bra för hälsan. Du kan skapa nya vänner och resa virtuellt runt om i världen med de samlade kilometerna.
STEG FÖR ATT GENOMFÖRA ÅTGÄRDEN (VÄNLIGEN ANGE ÄVEN DEN TIDSÅTGÅNG SOM KRÄVS - SEKvens FÖR ÅTGÄRDEN)	•Varje kommun bidrar till tjänsten bland familjer med hjälp av en kommunikationsplan och evenemang för att hedra volontärer och barn som åker med Piedibus. Det tillhandahåller förkläden, försäkringar för volontärer, prylar och utmärkelser till eleverna (till exempel pennor, suddgummin, skrivböcker och whiteboardpennor).

	<ul style="list-style-type: none"> • Volontärer, oftast pensionärer eller elevernas mor- eller farföräldrar, måste genomgå en kort utbildningskurs för att lära sig rutten och hur man "kör en Piedibus".
ROLLER OCH ANSVARSOMRÅDEN FÖR DE AKTÖRER SOM ÄR INVOLVERADE I GENOMFÖRANDET OCH INTRESSENER	Kommunerna etablerar linjer, kommunikationsplanen för familjer och elever, involverar föreningar och erbjuder utbildningskurser för volontärer. Volontärer och föreningar tar hand om barnen och tar dem säkert till skolan. Familjerna måste delta i projektet genom att fylla i en anmälningsblankett och föra sina barn till Piedibushållplatserna.
KOMMUNIKATIONSMETODER OCH VERKTYG: MEDIA, TRYCKT MATERIAL... (FÖRKLARA VILKEN TYP AV KOMMUNIKATIONSVERKTYG SOM HAR ANVÄNTS...)	Piedibus främjas av kommunerna med hjälp av testimonials (till exempel kända idrottsmästare). Kommunerna skapar också broschyrer och distribuerar dem bland elever och deras familjer, anordnar evenemang, erbjuder prylar och bokomslag till barn för att uppmana dem att använda Piedibus eller belöna dem som redan reser med det.
ANMÄRKNINGAR (SAKER ATT VARA UPPMÄRKSAM PÅ VID GENOMFÖRANDET AV AKTIVITETEN)	Det viktigaste är att kommunicera projektet mycket väl till föräldrarna för att garantera deras trygghet, och det är mycket viktigt att välja ut och utbilda volontärerna. Det är också viktigt att belöna "passagerarna".
RESURSER SOM BEHÖVS FÖR ATT GENOMFÖRA METODEN	Piedibus är helt gratis för familjer och volontärerna får ingen lön. Varje kommun investerar mellan 1 500 € och 3 500 € per år, beroende på antalet och typen av evenemang, prylar, utmärkelser och kommunikationsplaner (flygblad, affischer osv.).
TIDSSKALA (START-/SLUTDATUM)	September 2005 - pågående.
MATERIAL SOM SKA ANVÄNDAS	Flygblad, affischer för att identifiera Piedibus-hållplatser, lappar och för "Piedibus smart", smartphones för att använda appen och Bluetooth-enheter för att registrera den avstånd som gåtts.
BEVIS PÅ FRAMGÅNG (UPPNÅDDA RESULTAT)	Denna aktivitet är bra eftersom den är billig och hjälper till att minska antalet bilar som dagligen reser hem-skola-hem och därigenom utsläppen; minskar trafiken runt skolorna och ökar säkerheten; utbildar barn att respektera miljön; främjar socialisering och hjälper till att förebygga mobbning; bekämpar barndomsfetma genom motion. Piedibus är också billig. När Piedibus var tillgängligt i alla UPP-kommuner hade vi cirka 180 dagliga passagerare. Nu för tiden är det ungefär 80.

UTMANINGAR SOM UPPSTOD (VALFRITT)	Varje år är den största utmaningen att hitta tillräckligt med pålitliga volontärer.
POTENTIAL FÖR LÄRANDE ELLER KUNSKAPSÖVERFÖRING	Piedibus är enkelt, billigt och kan genomföras var som helst där det finns säkra gångvägar till skolan.
YTTERLIGARE INFORMATION	
NYCKELORD RELATERADE TILL AKTIVITETEN	Hållbart, miljövänligt, roligt, socialt, hälsosamt, enkelt, billigt
BILDER, LÄNKAR ELLER ANNAT KOMMUNIKATIONSMATERIAL	

A.1.3 GODA EXEMPEL FRÅN KARLSTAD (SVERIGE)

Karlstads kommun presenterade två metoder för att främja hållbar mobilitet, och dessa är följande:

-Styrning och strategier för ökad cykling: hur Karlstads kommun arbetar med styrning och strategier för att främja ökad cykling samt de principer inom fysisk planering som är viktiga för att främja ökad cykling.

4. DETALJERAD BESKRIVNING	
ANSVARIG ORGANISATION	Karlstad kommun
KONTAKTPERSON OCH EPOST	Mikael Haster, Mikael.haster@karlstad.se
AKTIVITETENS FOKUS	Styrning och strategier för ökad cykling
KORT SAMMANFATTNING	Här beskrivs hur Karlstad kommun arbetar med styrning och strategier för att öka cykling samt de principer inom fysisk planering som är viktiga för att främja ökad cykling. Karlstads kommun rankas som en av Sveriges bästa cykelstäder och har också vunnit priset tre år i rad mellan 2018 och 2020



	<p>Detta hade inte varit möjligt utan ett långsiktigt strategiskt och målinriktat arbete för att både minska klimatutsläppen och öka andelen hållbara resor i Karlstad. Sedan mitten av 1990-talet har Karlstad kommun arbetat med politiskt beslutade strategier såsom den miljöanpassade trafikplanen (1995), miljö- och klimatstrategin (2006) samt Trafik- och Cykelplanen (2014) där hållbara resor och cykling har varit i fokus.</p> <p>Återkommande undersökningar av resvanor mellan 2014 och 2020 visar att cykling i Karlstads tätort har en marknadsandel på cirka 20% av den totala andelen resor. Biltrafiken står för 55–60% av det totala resandet. Cyklingen i Karlstad har främst ökat till dessa nivåer från mitten av 1990-talet till 2010 då stora investeringar gjordes i cykelinfrastruktur. Under de senaste 8 åren har mycket små förändringar ägt rum. Ytterligare åtgärder behövs därför för ett hållbart och funktionellt transportsystem.</p>
<p>DETALJERAD BESKRIVNING AV AKTIVITETEN</p>	<p><i>“The spine comes first”: Ryggraden kommer först (kriterier för ett hållbart transportsystem):</i></p> <p><i>För att minimera persontrafiken handlar det om att skapa trygga strukturer som stimulerar fler människor att gå och cykla, särskilt inom stadsmiljön. Det handlar också om att skapa attraktiva kollektivtransportsystem med välplanerade knutpunkter som främjar arbetspendling med hållbara transportmedel och gynnar tåg eller buss som transportslag för längre resor. Täta och blandade byggnadsstrukturer med närhet till service och andra funktioner från bostaden är en viktig del av att minska behovet av resor.</i></p> <p><i>Samlar istället för att sprida:</i></p> <p><i>Både i staden och på landsbygden krävs en annorlunda planering och byggande för att skapa attraktiva miljöer i våra tätorter och ytterområden. Att samla byggnader istället för att sprida dem hjälper till att minska resbehovet mellan hem och arbete eller bostad och fritidsaktiviteter. Det ger mer levande samhällen samtidigt som det stärker grundvalen för kollektivtrafik och servicenoder.</i></p> <p><i>Reducera behovet av att resa:</i></p> <p><i>Att minimera transport och resebehov är en viktig del av en klimatsmart stad. Genom att placera trafikintensiva verksamheter nära nationella och regionala trafikleder skapas mer effektiva logistikstrukturer, vilket även innebär färre störningar. På landsbygden bör förtätning i första hand ske på platser inom gång- och cykelavstånd från service- och fritidsaktiviteter, så att det blir möjligt att promenera och cykla till funktioner som är viktiga för vardagslivet.</i></p>

På samma sätt möjliggör förtätning kring viktiga kollektivtrafikheter pendlingsmöjligheter med kollektivtrafik.

Promenad och cykelvänlig stad:

Kortare resor måste i större utsträckning göras med hållbara transportmedel. Det innebär att fler människor måste välja att gå och cykla inom stadens gränser. Sannolikheten att cykla eller gå är större om avståndet från start till målpunkt inte överstiger 1,5–2 km. Den enda stadsstrukturen som i stor utsträckning gynnas av detta är en koncentrerad och tät stad. En annan fråga är attraktiviteten hos gång- och cykelvägar, både visuellt, funktionellt och hur de upplevs ur säkerhetssynpunkt. Förtätning kring trafikleder ökar den upplevda säkerheten, men samtidigt krävs också insatser i dagens gång- och cykelpassager. Dagens tunnlar och broar är ofta smala och försummade, vilket gör att de känns osäkra, särskilt på kvällen. Det kan skapa en motvilja att gå och cykla i dessa avsnitt. De snabba cykelbanorna behöver uppdateras så att det är möjligt att cykla snabbt i dem utan konflikter med gående och oklarheter.

Kvalitativa mobilitetsnoder:

Mobiliteten behöver diversifieras, det måste vara enkelt att välja rätt transportsätt för rätt resa - och det måste vara enkelt att byta transportsätt. Genom att skapa mobilitetsnoder som underlättar klimatsmarta förändringar kan trängseln i centrala delar av Karlstad reduceras till viss del. Samtidigt kan det bli möjligt att leva utan behov av bil, om tillgängligheten för individen ökar genom bättre förutsättningar att välja flexibla, miljövänliga transportmedel. Kvalitativa mobilitetsnoder som är lätta att promenera och cykla till, och som också kan underlätta vardagslivet och pendling med kollektivtrafik, kommer att vara viktiga element i den framtida stadsbilden. För att mobilitetsnoderna ska upplevas som tillgängliga och säkra oavsett tid på dygnet, är det bra om de är belägna tillsammans med andra byggnader som företag, service eller bostäder.

Parkering:

Parkering som ett styrmedel är ett viktigt verktyg som kan påverka både bilanvändning och bilägande. En bra balans behövs där vi som kommun erbjuder tillräckligt med boendeparkering, även om den kanske inte är precis bredvid bostaden, men ändå inte så mycket att de som faktiskt inte behöver en bil kan överväga att avstå från den.

För att förbättra möjligheterna för invånarna på landsbygden att pendla kollektivt bör det finnas pendlarparkeringar runt kommunen. I de mest centrala delarna av tätorter kan det dock vara svårt att motivera pendlarparkering som markanvändning i förhållande till förtätning med bostäder och företag.



	<p>I utkanten av tätorter, i direkt anslutning till befintliga hållplatser, anses generellt vara en mer lämplig plats.</p> <p>Cykelparkering är nödvändig för att tillgodose cyklisters behov av parkering, men också för att möjliggöra en ordnad och fungerande stadsmiljö. Parkeringsregleringen kräver att fastighetsägare ordnar cykelparkering i samband med bygglov, och utöver det ordnar kommunen platser på bland annat stadskärnor och kollektivtrafikstopp. Förutom rätt antal parkeringsplatser är läget avgörande för att platserna ska användas och vara användbara. Med allt fler olika typer av cyklar (lastcyklar, elcyklar, cykelvagnar etc.) blir det viktigt att ordna parkering som även kan hantera dessa fordon på ett tillfredsställande sätt.</p> <p>Trafikplan, cykelplan och mobilitetsplan: I Karlstad finns det en politiskt antagen trafikplan och cykelplan sedan 2014. För att arbeta mer tydligt med hur vi reser och hur vi kan öka hållbara resor kommer en mobilitetsplan att utvecklas år 2023. Den ger förutsättningar för hur ett långsiktigt arbete för ökad cykling kan se ut i en region eller stad. Planen kan fungera som en strategi eller handlingsplan med åtgärder som beskriver vad som måste göras för att nå de långsiktiga målen för hållbar utveckling inom trafikområdet. Med hjälp av en trafikplan, cykelplan eller mobilitetsplan kan kommunen uppnå följande:</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Trafikplanen beskriver hur trafiksystemet ska se ut och föreslår åtgärder för att nå antagna mål. ·I grunden innebär detta att andelen gående, cyklister och personer som reser med kollektivtrafik måste öka och att biltrafiken inte får öka i samma takt som tidigare. ·Identifiera framtida utveckling av cykelvägnätet ·Hur finansieringen av infrastrukturåtgärder bör se ut ·Mjuka åtgärder inom mobilitet som främjar övergången till ökad hållbar resande.
<p>MÅLGRUPPER</p>	<p>Politiker: Policyn sätter ramarna och riktningen för en kommun och behöver därför vara en beslutande instans när det gäller mål och åtgärder som utvecklas kring hur transportsystemet ska utvecklas och hur de beskrivs i planer och program.</p> <p>Tjänstepersoner: Tjänstepersonerna arbetar fram det underlag som behövs för att policyn ska kunna fatta beslut om mål och åtgärder. Därefter ges tjänstepersonerna instruktioner om att implementera de åtgärder som beslutas av policyn.</p>

	<p>Nationella aktörer: Påverkas på olika sätt av det som beslutas och är användare av transportsystemet.</p> <p>Företag. Föreningar: Påverkas också av de beslut som fattas och är användare av transportsystemet.</p>
STEG FÖR ATT GENOMFÖRA ÅTGÄRDEN (VÄNLIGEN ANGE ÄVEN DEN TIDSÅTGÅNG SOM KRÄVS - SEKVENS FÖR ÅTGÄRDEN)	
ROLLER OCH ANSVARSOMRÅDEN FÖR DE AKTÖRER SOM ÄR INVOLVERADE I GENOMFÖRANDET OCH INTRESSENER	
KOMMUNIKATIONSMETODER OCH VERKTYG: MEDIA, TRYCKT MATERIAL... (FÖRKLARA VILKEN TYP AV KOMMUNIKATIONSVERKTYG SOM HAR ANVÄNTS...)	
TIDSSKALA (START-/SLUTDATUM)	
MATERIAL SOM SKA ANVÄNDAS	
BEVIS PÅ FRAMGÅNG (UPPNÅDDA RESULTAT)	
UTMANINGAR SOM UPPSTOD (VALFRITT)	
POTENTIAL FÖR LÄRANDE ELLER KUNSKAPSÖVERFÖRING	
YTTERLIGARE INFORMATION	
NYCKELORD RELATERADE TILL AKTIVITETEN	
BILDER, LÄNKAR ELLER ANNAT KOMMUNIKATIONSMATERIAL	

- De mjuka åtgärderna för att öka cykling: Nedan följer en kort beskrivning av stegen som genomförs för genomförandet av mobilitetsledningsprojekt (MM) eller mjuka åtgärder som det också kallas. Vid genomförande av MM-projekt är det viktigt att hålla koll på målgruppen och förutsättningarna för målgruppen i trafikmiljön. Genom att följa upp och utvärdera skapas lärande genom hela processen. Slutligen beskrivs ett antal MM-projekt i Karlstad.

5. DETALJERAD BESKRIVNING	
ANSVARIG ORGANISATION	Karlstad kommun
KONTAKTPERSON OCH EPOST	Mikael Haster, Mikael.haster@karlstad.se
AKTIVITETENS FOKUS	Mjuka åtgärder för att ökad cykling
KORT SAMMANFATTNING	Nedan följer en kort beskrivning av de steg som genomförs vid implementering av mobilitetsledningsprojekt (MM) eller mjuka åtgärder som det också kallas. Vid genomförandet av MM-projekt är det viktigt att ha koll på målgruppen och förutsättningarna för målgruppen i trafikmiljön. Genom att följa upp och utvärdera skapas lärande genom hela processen. Slutligen beskrivs ett antal MM-projekt i Karlstad.
DETALJERAD BESKRIVNING AV AKTIVITETEN	<p>Om MM (mjuka styrmedel):</p> <p>Mobilitetsledning (MM) är ett begrepp för att främja hållbar transport och påverka bilanvändningen genom att ändra resenärers attityder och beteenden. Grundläggande för mobilitetsledning är "mjuka" åtgärder, såsom information, kommunikation, organisering av tjänster och samordning av aktiviteter. Mjuka åtgärder förbättrar ofta effektiviteten hos "hårda" åtgärder, som exempelvis nya spårvagnslinjer, cykelparkering eller cykelbanor.</p> <p>Struktur och målgruppsanalys:</p> <p>En strukturanalys ger förutsättningarna för olika typer av trafik, såsom cykelinfrastruktur och kollektivtrafik. Men det kan också handla om tillgång till parkering och parkeringsavgifter, skillnader i restidsförhållande mellan olika typer av trafik, osv. En målgruppsanalys ger en aktuell bild av en målgrupps resvanor eller potential att resa hållbart. En målgruppsanalys är vanligtvis begränsad till en arbetsplats eller ett område. En genomförd struktur- och målgruppsanalys ger både förutsättningar och en aktuell situation för ett mobilitetsprojekt</p>

En kombination av mjuka och hårda styrmedel ger en bättre effekt på lång sikt.

Generellt sett har information och marknadsföringsåtgärder ensamma en relativt liten effekt på resande. Den största fördelen uppnås om en mobilitetsledningsåtgärd genomförs i paket tillsammans med andra åtgärder. Genom att kombinera flera åtgärder, både mobilitetsledningsåtgärder och fysiska åtgärder, kan den övergripande effekten stärkas jämfört med om åtgärderna hade genomförts separat. Marknadsföringsåtgärder har större effekt under sådana förhållanden där beteenden som man vill förändra underlättas av goda fysiska förutsättningar för exempelvis: gång och cykling. Det finns samordningsvinster genom att kombinera åtgärder, men signalerna till användarna förstärks också när det blir tydligt att en tydlig investering görs. Utvärdering av s.k. mobilitetsplaner (planer med en kombination av åtgärder) har resulterat i minskningar av biltrafiken med 10-30%, i vissa fall över 40%, beroende på vilka åtgärder som ingår och vilka förutsättningar som funnits. Den största förändringen uppnås om finansiella instrument, förbättringar av infrastruktur och mobilitetsledningsåtgärder genomförs tillsammans.

Utvärdering och uppföljning (SUMO):

Uppföljning och utvärdering är en viktig del av initiativ för ökad hållbar resande för att kunna se om aktiviteter och åtgärder har haft effekt och var ytterligare insatser behövs. Kontinuerlig uppföljning av specifika aktiviteter kan göras med hjälp av verktyget SUMO (System för utvärdering av mobilitetsprojekt) utvecklat av Trivector Traffic AB för Trafikverket.

Målgrupp:

En direkt målgrupp i SUMO är de som kommer att ändra sitt resebeteende. Till exempel var de direkta målgrupperna i delprojektet Hållbara affärsresor de deltagande företagen och de anställda på de deltagande arbetsplatserna, inklusive de pendlingsresor de gör till och från arbetsplatsen samt de resor som utförs i tjänsten. Indirekta målgrupper är andra grupper som behövs för att skapa förutsättningar för arbetet, främst en företagsledning/ledningsgrupp som används för att nå de anställda, projektstyrgruppen och andra beslutsfattare.

Syfte:

Genom att mäta, dokumentera, följa upp och utvärdera projektet ökar kunskapen om effekterna och sambanden de har med förändrat beteende. På lång sikt ger detta betydligt utökade möjligheter att producera säkerställda effektrelationer, som kan användas för att beräkna de förväntade effekterna av olika åtgärder.

Att utvärdera innebär att beskriva och förklara varför en förändring har ägt rum, samt dra slutsatser om orsak och verkan. Under en uppföljning samlas data in på ett systematiskt sätt, som beskriver vad som har hänt och vilken effekt som inträffade, vilket utgör grund för utvärderingen. På kort sikt är nyttan med utvärdering främst att visa och förstå effekterna av det enskilda projektet. På lång sikt finns det stor nytta av att samla erfarenheter från ett antal utvärderingar av enskilda projekt för att få en grund för effektrelationer.

Exempel på åtgärder:

Kampanjen Cykla till skolan:

Syftet med kampanjen "Cykla till skolan" är att uppmuntra fler barn att välja att gå och cykla till och från skolan, främja barn och ungdomars hälsa samt bidra till en bättre miljö och trafiksäkerhet i elevernas närområden. Kampanjen prioriteras i skolområden där trafiksäkerhetsförbättringar har genomförts, men alla elever från förskola till år sex i Karlstad har möjlighet att delta. Utmaningen bör vara enkel och rolig att genomföra. Deltagandet motiverades genom priser som lottas ut bland deltagarna.

Projektet har inget specifikt mål för antalet deltagare. Dock bedöms effekten av utmaningen utifrån antalet bilresor som bedöms bli ersatta både på kort sikt under utmaningen och på lång sikt. Hur projektet bidrar till minskade utsläpp och en säkrare skolmiljö är också viktigt.

Utvärdering enligt SUMO visar att 100 bilar per dag har ersatts av gång och cykling till skolan under kampanjen. Detta innebär mindre utsläpp, friskare barn och tryggare mil. En viss del av den uppnådda effekten förväntas vara långsiktig då kampanjen har genomförts samtidigt som fysiska förbättringsåtgärder har vidtagits vid ett antal skolor.

Karlstads Cykeldelningssystem

Cyklar som lånas via appen MOQO är ett pilotprojekt som sträcker sig fram till årsskiftet 2022/2023 och testar nya kombinerade sätt att resa. Målgruppen för projektet är pendlare till Karlstads och Arvikas kommuner, och syftet är att testa om kombinationen av resor med kollektivtrafik och cykel vid arbetspendling är attraktivt för medborgarna. År 2019 genomfördes en genomförbarhetsstudie där kommunen och regionens roll inom cykeldelningssystem undersöktes, liksom vilka potentiella målgrupper som finns. Undersökningen föreslog ett stationärt system som riktar sig till större målpunkter för arbetspendling. Totalt finns det 10 cyklar vid tågstationen i Karlstad och 5 cyklar i Arvika.

Regionen, som är ansvarig för kollektivtrafiken, har upphandlat cyklarna och bokningssystemet, medan kommunerna ansvarar för driften och underhållet av cyklarna, cykelparkeringen och lokal marknadsföring. Utvärderingarna som har gjorts har visat att systemet har underlättat för pendlare med kollektivtrafik genom att erbjuda cyklar som ersätter en sträcka med kollektivtrafik.

Vintertramparna:

Vintertramparna är ett projekt som syftar till att uppmuntra fler personer att välja cykeln även under vintermånaderna.

I den strukturella och målgruppsanalysen för mobilitetsåtgärder som har genomförts har trafikstråket Viken-förbindelsen och dess målpunkter för arbetspendling prioriterats för detta projekt. Det finns goda förutsättningar här för både cykling och kollektivtrafik i arbetspendlingen, trots detta görs cirka 50% av de korta resorna med bil och det är här målgruppen för Vintertramparna finns. 97 vanliga bilförare med start- eller slutpunkt i anslutning till trafikstråket Viken-förbindelsen rekryterades till årets kampanj med målet att cykla till jobbet minst tre dagar i veckan mellan december och mars. För att underlätta vintercyklingen har varje deltagare erbjudits dubbdäck, däckmontering och cykelservice kostnadsfritt. När deltagarnas resvanor innan de deltog i projektet jämfördes med uppskattade resvanor nästa vinter beräknas projektet i Viken-förbindelsen ersätta drygt 17 000 bilresor i arbetspendlingen, främst med cykelresor. Det motsvarar en minskning av cirka 700 bilresor per vecka. En majoritet av deltagarna har upptäckt under projektet att oavsett om det handlar om ekonomi, restid, hälsa eller miljön så vinner cykeln över bilen. Istället för att vänja sig vid bilen har en attitydförändring skett till ett mer flexibelt tänkesätt när det gäller att välja resa.

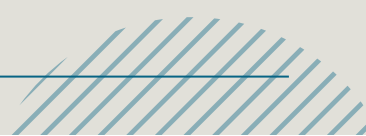
Formulärets överkant

Vägbanarna (ett projekt på gång)

Syftet med Vägbanarna är att öka andelen resor som görs på ett klimatsmart sätt. Projektet söker vanliga bilförare som reser med bil till och från jobbet minst tre dagar i veckan. Projektet genomförs tillsammans med Region Värmland kollektivtrafik och kommer pågå i ett år. Starten är på hösten 2022 och sista dagen att ansöka för att delta är den 22 maj.



	<p>”Storytelling” och kommunikation via sociala medier: Varje månad träffas deltagarna tillsammans med projektledarna för att få inspiration, kunskap och reflektera kring ett tema. Varje tema är också kopplat till en utmaning eller uppgift. Deltagarna dokumenterar framsteg och svårigheter på sitt Instagram- eller Facebook-konto så att andra kan följa hur det går och bli inspirerade att resa mer klimatsmart.</p> <p>Vi önskar att du bor i Karlstads kommun eller pendlar till Karlstads kommun och har möjlighet att delta i ett projektmöte en kväll i månaden. Du bör vara villig att dela ”din resa” i form av bilder och text på ditt offentliga Instagram-konto eller Facebook löpande, för att inspirera och vara en förebild för andra.</p>
<p>MÅLGRUPPER</p>	<p>Huvudsaklig målgrupp: Tjänstemän och projektledare som arbetar med trafik- eller miljöfrågor.</p> <p>Sekundär målgrupp: Beslutsfattare och politiker som behöver tillföra resurser till MM-åtgärder och förstå vilka effekter det kan ha på trafikmiljön för människors hälsa och klimatet.</p> <p>Sekundär målgrupp: Medborgare som deltar i projekten.</p>
<p>BUDSKAP SOM FÖRMEDLAS TILL MÅLGRUPPERNA</p>	
<p>STEG FÖR ATT GENOMFÖRA ÅTGÄRDEN (VÄNLIGEN ANGE ÄVEN DEN TIDSÅTGÅNG SOM KRÄVS - SEKVENS FÖR ÅTGÄRDEN)</p>	
<p>ROLLER OCH ANSVARSOMRÅDEN FÖR DE AKTÖRER SOM ÄR INVOLVERADE I GENOMFÖRANDET OCH INTRESSENTER</p>	
<p>KOMMUNIKATIONSMETODER OCH VERKTYG: MEDIA, TRYCKT MATERIAL... (FÖRKLARA VILKEN TYP AV KOMMUNIKATIONSVERKTYG SOM HAR ANVÄNTS...)</p>	



ANMÄRKNINGAR (SAKER ATT VARA UPPMÄRKSAM PÅ VID GENOMFÖRANDET AV AKTIVITETEN)	
RESURSER SOM BEHÖVS FÖR ATT GENOMFÖRA METODEN	
TIDSSKALA (START-/SLUTDATUM)	
MATERIAL SOM SKA ANVÄNDAS	
BEVIS PÅ FRAMGÅNG (UPPNÅDDA RESULTAT)	
UTMANINGAR SOM UPPSTOD (VALFRITT)	
POTENTIAL FÖR LÄRANDE ELLER KUNSKAPSÖVERFÖRING	
YTTERLIGARE INFORMATION	
NYCKELORD RELATERADE TILL AKTIVITETEN	
BILDER, LÄNKAR ELLER ANNAT KOMMUNIKATIONSMATERIAL	

A.1.4 GODA EXEMPEL FRÅN IMOLA - SERN (ITALIEN)

SERN presenterade som goda exempel tre initiativ som har genomförts av kommunen Imola, som är en aktiv medlem i SERN-nätverket och även associerad partner i projektet TRANSIT.

- 'Imola Verde' (Gröna Imola-kartan) är en karta som visar 46 grönområden som ägs av kommunen, sammankopplade genom över 90 km cykel- och gångvägar som är användbara året runt. Den visar rikedom och mångfalden av grönområden i kommunen, från de stora historiska parkerna till små trädgårdar, parker längs floden, nyplanterade skogar, sportområden, grönsaksodlingar, gemenskapscenter och cykelbanor. Kartan betonar hur hela detta ekosystem är inom gång- och cykelavstånd. Den beskriver också vilka aktiviteter medborgarna kan delta i i de gröna allmänna utrymmena, såsom aktiviteter för att främja aktiv rörlighet.

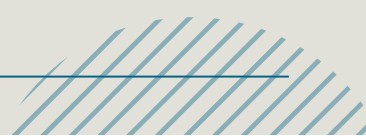


6. DETALJERAD BESKRIVNING	
ANSVARIG ORGANISATION	Imola kommun
KONTAKTPERSON OCH EPOST	Elisa Spada – miljörådgivare elisa.spada@comune.imola.bo.it
AKTIVITETENS FOKUS	Denna åtgärd är en medvetandehöjande aktivitet som syftar till att stimulera användningen av cykelbanor i kommunen Imola.
KORT SAMMANFATTNING	Den "Imola Verde" (Gröna Imola-kartan) är en karta som visar 46 grönområden som ägs av kommunen och är sammanlänkade av över 90 km cykel- och gångvägar som är användbara året runt. Den visar rikedom och mångfalden av grönområden i kommunen, från stora historiska parker till små trädgårdar, parker längs floden, nybildade skogar och även idrottsområden, grönsaksodlingar, gemenskapscentra och cykelvägar. Kartan betonar hur hela detta ekosystem ligger inom gång- och cykelavstånd. Den beskriver också vilka aktiviteter medborgarna kan utföra i gröna allmänna utrymmen, såsom aktiviteter som främjar aktiv mobilitet.
DETALJERAD BESKRIVNING AV AKTIVITETEN	<p>Utgångspunkten för detta goda exempel var medborgarnas bristande kunskap om den hållbara mobilitetsinfrastrukturen, som exempelvis cykelvägsinfrastrukturen som finns tillgänglig inom Imolas kommun. Det kopplades också till bristen på medvetenhet om de offentliga grönområdena, som t.ex. allmänna trädgårdar, naturreservat och skogar som finns i kommunens område, samt allt man kan göra i dessa utrymmen, som aktiviteter för att främja aktiv mobilitet (jogging, djurtittande i naturreservatet, besök i offentliga trädgårdar). Detta resulterade i en felaktig och otillräcklig användning av cykelvägarna av medborgarna, som föredrog mindre hållbara lösningar, som att använda förorenande privata bilar, vilket hade en allvarlig negativ inverkan på luftkvaliteten och miljön i kommunen. Faktum är att endast 10% av den kommunala befolkningen är medveten om och använder de 90 km cykel- och gångvägar. Dessutom ingår Imolas nätverk av cykel- och gångvägar i bicipolitana, som förbinder storstaden Bologna med de omgivande kommunerna genom cykelvägar och inkluderar Imola i en större territoriell kontext.</p> <p>Formulärets överkant</p> <p>De främsta målen med denna aktivitet är:</p> <ul style="list-style-type: none"> • att få människor att förstå att alla grönområden kan nås via cykelbanor,

	<ul style="list-style-type: none"> • att lyfta fram allt en medborgare kan göra i grönområden för att främja aktiv mobilitet (springa, se djur i reservatet, besöka offentliga trädgårdar). <p>Den innovativa delen av aktiviteten är att den kombinerar kartan över hållbar mobilitet (gång-/cykelvägar) med kartan över offentliga grönområden på samma ställe, inte separat.</p>
MÅLGRUPPER	<p>Målgrupperna för denna aktivitet är alla medborgare, särskilt skolor och kulturorganisationer som organiserar aktiviteter som involverar cykling.</p>
BUDSKAP SOM FÖRMEDLAS TILL MÅLGRUPPERNA	<p>Det budskap som kartan vill kommunicera till medborgarna är tillgängligheten av pålitlig cykel- och gånginfrastruktur som förbinder alla grönområden i staden.</p>
STEG FÖR ATT GENOMFÖRA ÅTGÄRDEN (VÄNLIGEN ANGE ÄVEN DEN TIDSÅTGÅNG SOM KRÄVS - SEKVENS FÖR ÅTGÄRDEN)	<p>För att genomföra praktiken har Imolas kommun vidtagit följande steg:</p> <p>Steg 1: Hållbarhets- / Miljökontoret samarbetar med Kommunens Mobilitetskontor för att få fram en aktuell och korrekt karta över all cykel- och gånginfrastruktur i kommunen.</p> <p>Steg 2: Hållbarhets- / Miljökontoret samarbetar med Allmänna Gröna Kontoret för att få fram en korrekt karta över alla grönområden (parker, naturreservat, etc.) i kommunen.</p> <p>Steg 3: Kartorna överlämnas till illustratören som kommunen anlitat för att ta hand om kartdesignen.</p> <p>Steg 4: Kartgodkännande och tryckning / uppladdning på kommunens webbplats för att göra den tillgänglig för alla medborgare och lokala föreningar.</p>
ROLLER OCH ANSVARSOMRÅDEN FÖR DE AKTÖRER SOM ÄR INVOLVERADE I GENOMFÖRANDET OCH INTRESSENER	<p>Denna typ av karta skapades av Miljökontoret i Imolas kommun tillsammans med CEAS - Interkommunala Centret för Hållbarhetsutbildning. De aktörer som var involverade i designen och definieringen av Green Map är:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kommunen Imola: Mobilitetskontoret, Allmänna Gröna Kontoret, Hållbarhets- och Deltagandekontoret, som definierade kartans innehåll. 2. CEAS - Centret för Hållbarhetsutbildning, som samarbetade i skapandet av kartan. 3. Extern illustratör som designade kartan och dess layout.



	<p>Lokala intressenter som samarbetade med Imolas kommun i spridningen och distributionen av kartan är:</p> <ul style="list-style-type: none"> • - Lokala skolmyndigheter som distribuerade Green Map till skolelever, lärare och familjer. • Föreningar som främjar aktiv mobilitet och idrottsintroduktion som distribuerade kartan till sina medlemmar.
<p>KOMMUNIKATIONSMETODER OCH VERKTYG: MEDIA, TRYCKT MATERIAL... (FÖRKLARA VILKEN TYP AV KOMMUNIKATIONSVERKTYG SOM HAR ANVÄNTS...)</p>	<p>Spridningen av kartan genomfördes i:</p> <ul style="list-style-type: none"> -skolor av alla typer och klasser. -föreningar som är involverade i främjandet av aktiv mobilitet och idrott. -Kartan är tryckt och finns även tillgänglig för nedladdning i PDF-format på kommunens webbplats. Den digitala versionen är alltid den mest aktuella. -Den högupplösta nedladdningsbara versionen kan laddas ner av alla. <p>Kommunikationskampanjen för Green Map omfattade följande aktiviteter:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Presentation av kartan vid lokala evenemang. -Presentation av kartan och dess användbarhet i lokala skolor till elever. -Sociala medier-kampanj av ideella organisationer: Kommunen uppmanade lokala föreningar att göra ett inlägg med bilden av kartan på sociala medier så att den kunde spridas även online. Detta initiativ var helt kostnadsfritt, men föreningen fick ökad synlighet. -Kartan nämndes i hållbar mobilitet och cykeltidningar online som arbetar för att främja hållbar mobilitet på nationell nivå. -Kartan inkluderades också som en god praxis på den nationella föreningen för italienska kommuners webbplats.
<p>ANMÄRKNINGAR (SAKER ATT VARA UPPMÄRKSAM PÅ VID GENOMFÖRANDET AV AKTIVITETEN)</p>	<p>Kartillustrationerna måste vara lättlästa och förståeliga för alla, de måste vara tvärgående och illustrationerna får inte vara för barnsliga.</p> <p>Kartan måste innehålla stadens landmärken (autodrom, flod, klippa, station osv.) och tydligt visa att så snart vi kommer till staden kan vi ta oss runt med cykel (intramodalitet).</p> <p>Slutligen bör kartan ge precisa information baserat på områdets geografi.</p>
<p>RESURSER SOM BEHÖVS FÖR ATT GENOMFÖRA METODEN</p>	<p>Förutsättningen för att kunna skapa en sådan karta är att ha en bra cykel- och gånginfrastruktur som når alla grönområden i staden.</p>



	<p>De resurser som måste tillhandahållas av en offentlig myndighet för att skapa en karta som den gröna kartan i Imola är följande:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Arbetstid för de kommunala kontoren som är involverade -Kostnader relaterade till anställningen av illustratören -Kostnader relaterade till tryckningen av kartan
TIDSSKALA (START-/SLUTDATUM)	<p>Det kan ta cirka 2 månader att förbereda kartan. Det beror på den lokala byråkratin i en kommun.</p>
MATERIAL SOM SKA ANVÄNDAS	
BEVIS PÅ FRAMGÅNG (UPPNÅDDA RESULTAT)	<p>Denna karta resulterade i många positiva effekter på området, som följande:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Den oberoende bokhandeln organiserar en händelse som kallas Bicircle, det vill säga en läsklubb i stadsparkerna (grönområden). Det är en cykeltur längs Imolas cykelvägar och parker, ett möte med författare och en diskussion om deras böcker. En unik möjlighet att träffa en författare och prata om hans eller hennes böcker samtidigt som man upptäcker Imolas cykelvägar och parker. • Möte med ASL (Azienda Sanitaria Locale, lokalt hälsovårdsföretag) för att organisera aktiviteter relaterade till sjukdomsförebyggande: användning av kartan för att framhäva alla sjukdomsförebyggande aktiviteter. Byrån bad också om ytterligare implementering genom att inkludera utomhusgym som finns i offentliga parker för att främja medborgarnas aktiva rörlighet. • Experimentella Bicibus-projektet med Istituto comprensivo i Imola: Projektet syftar till att främja användningen av cyklar för barnens skolvägar hemifrån. Projektets aktiviteter är varierade och inkluderar både definitionen av specifika hem/skolvägar som barnen kan använda för att ta sig till skolan, självklart i grupp och under uppsikt, samt aktiviteter för att lära ut användningen av cyklar för att ta sig till skolan. • Offentliga butiker besökta av familjer, turister och ungdomar har begärt att förbättra kartan och sprida den till sina kunder. • Sport- och vandringsföreningar har utvecklat specifika träningscirkel baserade på kartan. • Eftersom kartan också inkluderades som ett gtt exempel på webbplatsen för den nationella föreningen av italienska kommuner har många italienska kommuner bett om råd från Imola för att överföra det till sina lokala sammanhang. • Bike Italia, cykelnätverket som främjar goda exempel på hållbar mobilitet, har publicerat kartan på sin webbplats.

- Medvetandehöjningskampanjen "Andrà tutto in bici" som antogs av Imolas kommun använder gatupelare för att stimulera medborgarna att använda cykeln som ett hållbart transportmedel i sin vardag.

7. DETALJERAD BESKRIVNING	
ANSVARIG ORGANISATION	Consulta della Bicicletta di Bologna (Bologna Bicycle Council) - Plats för deltagaraktiviteter för att främja cykelanvändning i staden.
KONTAKTPERSON OCH EPOST	Miljörådgivare – Imola Municipality, Elisa Spada epost: elisa.spada@comune.imola.bo.it
AKTIVITETENS FOKUS	Detta goda exempel fokuserar på att främja hållbar mobilitet genom iögonfallande meddelanden på reklamskyltar som ingår i kampanjen "Andrà tutto in bici".
KORT SAMMANFATTNING	Genom medvetandehöjningskampanjen "Andrà tutto in bici" som utvecklats av Bologna Bicycle Council använde sig Imola kommun av gatuskyltar för att stimulera medborgarna att välja cykeln som ett hållbart transportmedel i sin vardag.
DETALJERAD BESKRIVNING AV AKTIVITETEN	Aktiviteten består i att förbereda affischer som sprids i varje hörn av staden, särskilt i närheten av cykel- och gångvägar, för att attraktivt stimulera medborgarna att använda cyklar.
MÅLGRUPPER	Affischerna är främst riktade till unga människor och vuxna som bäst kan tolka de suggestiva bilderna på affischerna.
BUDSKAP SOM FÖRMEDLAS TILL MÅLGRUPPERNA	De budskap som förmedlas i kampanjen kan variera i innehåll, men överlag är varje budskap kopplat till fördelarna för människor och miljön av att använda cykel för att täcka vardagliga stadsavstånd.
STEG FÖR ATT GENOMFÖRA ÅTGÄRDEN (VÄNLIGEN ANGE ÄVEN DEN TIDSÅTGÅNG SOM KRÄVS - SEKVENS FÖR ÅTGÄRDEN)	Första steget är att kontakta Consulta della Bicicletta via deras webbplats och ladda ner de bilder du vill använda i din medvetandehöjningskampanj bland de tillgängliga. Därefter måste du donera en liten summa pengar till Consulta della bicicletta, som kommer att användas av organisationen för att ytterligare finansiera nya initiativ för en hållbar livsstil och rörelse.



	<p>Det tredje steget skulle vara att skicka bilderna till tryckeriet och få dem tryckta inom ett par veckor. Det sista steget kommer att vara att sprida alla affischer över hela staden, på de platser som är tillgängliga för kommunens medvetandehöjningskampanjer.</p>
ROLLER OCH ANSVARSOMRÅDEN FÖR DE AKTÖRER SOM ÄR INVOLVERADE I GENOMFÖRANDET OCH INTRESSENER	<p>Kommunen tar emot affischerna från Consulta della Bicicletta, som organiserade reklamkampanjen, och låter dem tryckas på ett lokalt tryckeri. Därefter sätter kommunen upp affischerna över hela staden.</p>
KOMMUNIKATIONSMETODER OCH VERKTYG: MEDIA, TRYCKT MATERIAL... (FÖRKLARA VILKEN TYP AV KOMMUNIKATIONSVERKTYG SOM HAR ANVÄNTS...)	<p>Kommunikationsaktiviteterna består av affischtryckning, tillsammans med pressmeddelanden och marknadsföring på sociala medier..</p>
ANMÄRKNINGAR (SAKER ATT VARA UPPMÄRKSAM PÅ VID GENOMFÖRANDET AV AKTIVITETEN)	<p>Välj budskapet som ska förmedlas noga och koppla det till de aktiviteter som genomförs på kommunal nivå. Till exempel har Imolas kommun kopplat temat rörlighet till medborgarnas personliga hälsa.</p>
RESURSER SOM BEHÖVS FÖR ATT GENOMFÖRA METODEN	<p>Kostnaden för platsen för affischen är kostnadsfri för offentliga organ. Kostnad för affischtryck (cirka 1000 €) Kostnad kopplad till en frivillig donation för att stödja Consulta della Biciclettas upplysningsaktiviteter: pengarna återinvesteras i aktiviteter för att främja cykling.</p>
TIDSSKALA (START-/SLUTDATUM)	<p>Tiden för genomförande är mycket kort (en vecka till en månad). Det beror på den tid som krävs av kommunen för att förbereda affischen, få kampanjen godkänd av kommunfullmäktige och sprida den lokalt.</p>
MATERIAL SOM SKA ANVÄNDAS	
BEVIS PÅ FRAMGÅNG (UPPNÅDDA RESULTAT)	<p>Framgången visas genom det massiva deltagandet av italienska kommuner i kampanjen. Kampanjen har spridit sig omfattande på sociala medier genom att andra tar bilder och sedan postar dem på sociala medier för att sprida budskapet.</p>
UTMANINGAR SOM UPPSTOD (VALFRITT)	

POTENTIAL FÖR LÄRANDE ELLER KUNSKAPSÖVERFÖRING	Med tanke på omedelbarheten, effektiviteten och enkelheten i de föreslagna budskapen, baserat främst på de starkt suggestiva bilderna på affischerna, kan denna kampanj också antas i ett annat land. Möjligheten att översätta budskapen till det lokala språket bör kontrolleras med "Consulta della Bicicletta".
YTTERLIGARE INFORMATION	Diffondi - andratuttinbici (andratuttinbici.it)
NYCKELORD RELATERADE TILL AKTIVITETEN	#raisingawarenesscampaign #smartmobility #stayhealthybybike #andratuttinbici
BILDER, LÄNKAR ELLER ANNAT KOMMUNIKATIONSMATERIAL	Välj budskapet som ska förmedlas väl och det ska kopplas till de aktiviteter som genomförs på kommunal nivå. Till exempel har Imola kommun kopplat temat mobilitetsaktiviteter till temat medborgarnas personliga hälsa.



- Genom god praxis Bike To Work ger Imolas kommun företag som har lämnat in hem-arbetsreseplaner möjligheten att få tillgång till en app som arbetstagarna måste ladda ner genom att ange sin hemadress, arbetsadress och företaget de arbetar för. Appen spårar arbetstagarnas arbets-hemresor, beräknar de faktiska kilometrarna och den sparade CO2 och överför var tredje månad en summa till arbetstagarens bankkonto.

8. DETALJERAD BESKRIVNING	
ANSVARIG ORGANISATION	Imola kommun
KONTAKTPERSON OCH EPOST	Miljörådgivare – Imola Municipality, Elisa Spada epost: elisa.spada@comune.imola.bo.it
AKTIVITETENS FOKUS	Ge en ekonomisk förmån till arbetstagare som väljer att cykla till jobbet. Förmånen beräknas baserat på de faktiska kilometrarna som avverkas i hem-arbetsresorna och spåras genom en georefererad app. Denna goda praxis främjas och finansieras av regionen Emilia Romagna genom kommunerna som, med hjälp av finansiering, måste fastställa hur den ska genomföras.
DETALJERAD BESKRIVNING AV AKTIVITETEN	Aktiviteten med kilometerersättning syftar till att bryta vanor relaterade till hem-arbetsresor genom ett incitament i form av ekonomisk ersättning. Arbetstagare laddar ner en app där den faktiska hem-arbetsvägen spåras och de cyklade kilometrarna verifieras. Var tredje månad beräknar appen det ekonomiska värdet för arbetstagaren baserat på de avverkade kilometrarna. Varje arbetstagare kan erhålla upp till maximalt 50 euro per månad. Denna goda praxis, som främjas av Emilia Romagna Region inom ramen för Bike to Work-strategin och genomförs genom kommunen, är en av de förslag som arbetstagarna gav i en enkätundersökning.
DETALJERAD BESKRIVNING AV AKTIVITETEN	Aktiviteten med kilometerersättning syftar till att bryta vanor relaterade till hem-arbetsresor genom ett incitament i form av ekonomisk ersättning. Arbetstagare laddar ner en app där den faktiska hem-arbetsvägen spåras och de cyklade kilometrarna verifieras. Var tredje månad beräknar appen det ekonomiska värdet för arbetstagaren baserat på de avverkade kilometrarna. Varje arbetstagare kan erhålla upp till maximalt 50 euro per månad. Denna goda praxis, som främjas av Emilia Romagna Region inom ramen för Bike to Work-strategin och genomförs genom kommunen, är en av de förslag som arbetstagarna gav i en enkätundersökning.
TARGET GROUPS	Den goda praxisen är öppen för arbetstagare i företag inom kommunens område som har lämnat in hem-arbetsreseplanen till kommunen.

BUDSKAP SOM FÖRMEDLAS TILL MÅLGRUPPERNA	<p>Meddelandet som förmedlas är: Kommunen Imola främjar cykling med projektet Imola Bike to Work, där man kan få upp till 50 euro per månad för att cykla till jobbet. Det är en uppmaning att anta en hälsosam livsstil som gynnar hela samhället. Detta är en möjlighet att lära känna vårt nätverk av cykelvägar i staden.</p>
STEG FÖR ATT GENOMFÖRA ÅTGÄRDEN (VÄNLIGEN ANGE ÄVEN DEN TIDSÅTGÅNG SOM KRÄVS - SEKVENNS FÖR ÅTGÄRDEN)	<p>Stegen för att implementera praktiken är följande:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Genomför det samordnade kommunikationsprojektet (1 månad) 2.Skapa webbplatsen och videokurserna (2 månader) 3.Välj och köp appen (2 månader) 4.Skapa mobilitetsledningstabellen (1 månad + periodiska möten var 3:e månad) 5.Lansera god praxis (presskonferens, sociala medier, kommunikationskampanj) 2 veckor 6.Övervaka god praxis (varje månad)
ROLLER OCH ANSVARSOMRÅDEN FÖR DE AKTÖRER SOM ÄR INVOLVERADE I GENOMFÖRANDET OCH INTRESSENER	<p>Emilia Romagna-regionen: har definierat strategin för "cykla till jobbet" och tillhandahållit resurser för att finansiera god praxis.</p> <p>Municipality of Imola: samordnar god praxis i samarbete med sektorn för mobilitet och kommunikation. Kommunen har skapat en tabell över mobilitetschefer i lokala företag som tillsammans med kommunens mobilitetschef delar hållbara transportstrategier och genom företagens mobilitetschefer främjar arbetstagarnas deltagande.</p>
KOMMUNIKATIONSMETODER OCH VERKTYG: MEDIA, TRYCKT MATERIAL... (FÖRKLARA VILKEN TYP AV KOMMUNIKATIONSVERKTYG SOM HAR ANVÄNTS...)	<p>Skapande av ett samordnat kommunikationsprojekt med en logotyp som tydligt identifierar Imola cykla till jobbet-projektet. Skapande av en webbplats www.imolabiketowork.it som innehåller all information relaterad till projektet, med:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentation av projektet och anledningar till varför det är fördelaktigt att välja cykeln för dagliga pendlingar. 2. Karta över stadens cykelplan med rutter som underlättar anslutningar mellan olika delar av staden för att visa nätverket av cykelvägar. 3. Videor av rutterna. 4. Videor som höjer medvetenheten om användningen av cykeln. 5. Information om pågående arbete för att förbättra cykelvägnätet. 6. Information om appar.
ANMÄRKNINGAR (SAKER ATT VARA UPPMÄRKSAM PÅ VID GENOMFÖRANDET AV AKTIVITETEN)	<p>Det är väsentligt att arbeta mycket med kommunikation i samarbete med företagens mobilitetsansvariga.</p>



RESURSER SOM BEHÖVS FÖR ATT GENOMFÖRA METODEN	Fortsätt finansiera och stödja praxis genom Emilia Romagna-regionen. Utöka antalet företag som ingår i mobilitetsansvarigas bord.
TIDSSKALA (START-/SLUTDATUM)	Oktober 2022/ December 2023
MATERIAL SOM SKA ANVÄNDAS	Internet, tidningar
BEVIS PÅ FRAMGÅNG (UPPNÅDDA RESULTAT)	Antalet arbetare som använder appen. Antal kilometer som utförs.
UTMANINGAR SOM UPPSTOD (VALFRITT)	Se till att kommunicera väl. Organisera regelbundna möten med mobilitetsansvarigas bord för att följa upp framsteg och förstå potentiella och kritiska frågor. Tillhandahåll verktyg till mobilitetsansvariga för att underlätta kommunikationen inom företaget. Ge arbetstagare verktyg för att lära sig om cykelvägnätet.
POTENTIAL FÖR LÄRANDE ELLER KUNSKAPSÖVERFÖRING	Det är intressant för partners som redan har ett utbrett cykelnätverk och behöver hitta en mekanism som utlöser förändring. Intresset från arbetstagare är mycket högt, liksom från företag. Appen är mycket enkel och gör det möjligt att noggrant spåra förflyttningar, kvantifiera de körda kilometrarna och göra betalningar direkt. Dessa funktioner är viktiga faktorer för att företag ska ansluta sig.
YTTERLIGARE INFORMATION	Nu fortsätter vi att arbeta med kommunikation, och vi skulle också vilja skapa cykelturer / gemensamma evenemang som stimulerar människor att delta.
NYCKELORD RELATERADE TILL AKTIVITETEN	Cykel, arbete, kilometerersättning, app, mobilitetsansvarig, kommunikation.
BILDER, LÄNKAR ELLER ANNAT KOMMUNIKATIONSMATERIAL	https://imolabiketowork.it/



**Pedala per Imola.
Lascia la macchina a casa.**

Imola Bike To Work è una delle azioni più importanti per rendersi protagonisti del cambiamento. Un po' di organizzazione, qualche informazione, qualche incentivo ed un pizzico di entusiasmo per partecipare a questo passaggio: l'inizio di un cambiamento sempre più vicino, per tutti.

Scegli di usare la bici per i percorsi da casa verso il lavoro: il Comune ti premia, l'azienda ti premia, la Regione ti plaude, tutta la comunità ti ringrazia. Respiriamo volentieri il tuo entusiasmo, non i tuoi gas di scarico.

www.imolabiketowork.it



A.1.5 GODA EXEMPEL FRÅN ECOCITY (GREKLAND)

ECOCITY presenterade två goda exempel med syfte att främja hållbar mobilitet, en årlig skolaktivitet som täcker varje region i Grekland och ett lokalt evenemang på ön Astypalea i Dodekaneserna, i den sydöstra delen av Egeiska havet.

-ECOMOBILITY är en medvetenhetskampanj som har uppmuntrat över 4 600 elever i högstadiet i hundratals städer över hela Grekland att utveckla initiativ för hållbara mobilitetspraktiker, främst på lokal nivå. Skoleleverna motiveras att lära sig om hållbara mobilitetspolitik och deras påverkan på miljön både lokalt och globalt. De ombeds att utveckla en kampanj med syfte att påverka och förändra stadsrörlighetsbeteende och praxis bland ungdomar och vuxna i deras kommun. Samtidigt utvecklar eleverna sina presentationsfärdigheter, sin förmåga att interagera med olika samhällsgrupper och med de lokala och regionala myndigheterna.



8. DETALJERAD BESKRIVNING	
ANSVARIG ORGANISATION	ECOCITY NGO
KONTAKTPERSON OCH EPOST	Christiana Pirasmaki – Vice ordförande Christiana.Pirasmaki@ecocity.gr
AKTIVITETENS FOKUS	Att utbilda tonåringar och öka medvetenheten bland lokala samhällen om hållbar mobilitet genom frivilliga skolaktiviteter.
KORT SAMMANFATTNING	<p>ECOMOBILITY är en årlig medvetenhetskampanj som frivilligt organiseras på skolor och som sedan 2004 har uppmuntrat över 4 600 elever i hundratals städer över hela Grekland att utveckla initiativ för hållbar mobilitet. Skoleleverna motiveras att lära sig om hållbarhetspolitik för mobilitet och dess påverkan på miljön både lokalt och globalt. De ombeds föreslå realistiska lösningar på transportproblem i sin kommun och utveckla en kampanj som syftar till att påverka och förändra unga och vuxnas beteende och praxis för stadsrörlighet. Samtidigt utvecklar eleverna sina presentationsfärdigheter och förmågor att interagera med olika samhällsgrupper samt med lokala och regionala myndigheter. ECOMOBILITY-aktiviteter utvecklas främst genom frivilligt arbete från ECOCITY-medlemmar samt samarbete med vetenskapliga organisationer, civila organisationer och lokala myndigheter.</p>
DETALJERAD BESKRIVNING AV AKTIVITETEN	<p>Stadsområdena i Grekland är tätt befolkade och deras stadskärnor lider av trafikstockningar och illegal parkering, vilket är resultatet av en dålig väginfrastruktur som inte kan hantera trafikflödet och parkeringar på ett effektivt sätt, samt oansvarigt beteende från förare. Den urbana allmänna ytan tas nästan helt upp av lagligt eller olagligt parkerade bilar, vilket orsakar miljöförstöring som hotar hållbar ekonomisk tillväxt och hindrar rörligheten för de mest sårbara användarna som gångtrafikanter, cyklister och särskilda sociala grupper som barn, personer i rullstol och äldre. Det enda sättet att övervinna dessa problem är att främja mänsklig närvaro på vägen genom att skydda och stimulera traditionellt socialt bruk av allmänna utrymmen, med andra ord omforma väginfrastrukturen till förmån för aktivt transportmedel som gång, cykling och kollektivtrafik. Å andra sidan ogillar människor radikala förändringar och hållbara mobilitetspolitik måste övervinna politisk konservatism.</p> <p>ECOMOBILITY-kampanjen/tävlingen är ett frivilligt program som godkänts av utbildningsministeriet och är mycket uppskattat bland miljörelaterade skolprogram. Den genomförs under beskydd av miljöministeriet, transport- och infrastrukturministeriet, inrikesministeriet och</p>

hälsovårdsministeriet. Det akademiska stödet kommer från det nationella tekniska universitetets laboratorium för hållbar mobilitet och bedömningskommittén består av representanter från 40 samarbetsorganisationer och institutioner som är kopplade till programmet.

ECOMOBILITY omfattar tre åtgärder:

- Ecomobility-projekt utförda av studenter inom gymnasieskolan,
- Freemobility-projekt utförda av studenter inom specialskolor, och
- Eco2mobility-projekt utförda av vuxna som deltar i vuxenutbildning, "Second Chance Schools".

De deltagande skollagen består av 8 gymnasieelever vardera, som samordnas av en eller två lärare. Deras uppgift är att genomföra en studie om hållbar mobilitet i sin kommun och presentera sätt att främja miljövänliga mobilitetsval för de lokala invånarna. Lokala ledare i myndigheter informeras av arrangörerna om studenternas uppgifter och uppmanas att underlätta deras arbete och arrangera ett lokalt evenemang vid avslutningen. Under de slutliga evenemangen presenteras studenternas projekt och förslag. Lokala beslutsfattare på stads- och regionnivå bjuds in för att främja diskussion och jämföra studenternas vision med verkligheten, vilket stimulerar studenternas politiska medvetenhet och aktivism.

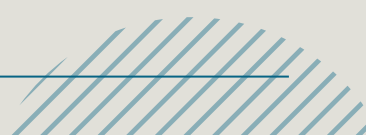
Företrädare för akademien, civilsamhället och lokala myndigheter erbjuder värdefull hjälp under skolprojektens förberedelse- och utvärderingsfaser. 20 olika kriterier används för att välja ut de bästa projekten bland alla deltagande skolor i Grekland. Det första priset för Ecomobility-projekt är en utbildningsresa till Europaparlamentet i Bryssel, för Eco2mobility-projekt en resa till städer som kännetecknas som "Smart Cities" och för Freemobility-projekt ett dagsbesök till en tillgänglig rullstolsvänlig strand. Dessutom vinner fyra skollag som använder sin kreativitet och fantasi för att presentera utmärkt konstnärligt arbete fyra resor till ECOCAMPS. Alla ovanstående resor äger rum på sommaren.

Prisutdelningen äger rum i Aten, på våren eller genom en internetplattform. Företrädare för olika politiska och lokala myndigheter samt miljö-, utbildnings- och akademi finns bland publiken vid prisutdelningen.

Dessutom hålls ett virtuellt seminarium i början av kampanjperioden för att initiera och främja information och kunskap om klimatförändringar och utsläppsfrågor, hållbar mobilitet och transportelement på lokal-regional-national-europeisk-global nivå samt möjliga interaktioner. Elever och lärare förstår och utmanas att se hur små och stora bilder av samma problem återspeglar och påverkar människors livskvalitet på alla nivåer.



<p>BUDSKAP SOM FÖRMEDLAS TILL MÅLGRUPPERNA</p>	<p>Tonåringar (andra klass på gymnasiet) lär sig att stadsmiljön inte är statisk och att deras vardagliga verklighet skulle kunna förändras radikalt om en mer progressiv politisk dagordning till förmån för förändringbenägna trafikanter kunde genomföras. Föräldrar informeras av sina barn om den miljömässiga och sociala påverkan av deras vardagliga mobilitetsbeteende och lär sig hur de kan minska sin miljömässiga och sociala påverkan. Beslutsfattare stimuleras av eleverna att agera mer radikalt för att genomföra hållbara mobilitetspolicyer och medvetenhet höjs bland invånarna om behovet av att ändra vardagliga vanor och prioriteringar inom stads- och transportplanering.</p>
<p>STEG FÖR ATT GENOMFÖRA ÅTGÄRDEN (VÄNLIGEN ANGE ÄVEN DEN TIDSÅTGÅNG SOM KRÄVS - SEKVENSS FÖR ÅTGÄRDEN)</p>	<p>För att genomföra den årliga kampanjen vidtar ECOCITY följande steg:</p> <p>Steg 1: Spridning till skolor. Gymnasieskolor kontaktas och informeras om kampanjen. En deadline fastställs för intresserade elevlag att ansöka. Varaktighet: 2 månader.</p> <p>Steg 2: Skolhandledning. Vägledning om processen till de intresserade elevlagen tillhandahålls av volontärer från ECOCITY och tredje part som samarbetar med kampanjen. Varaktighet: 2 månader (parallellt med steg 3).</p> <p>Steg 3: Lokal genomförande. En organiseringskommitté bestående av medlemmar från ECOCITY och tredje part som samarbetar med kampanjen inrättas. Lokala beslutsfattare och sponsorer kontaktas i varje kommun som arrangerar deltagande skolor för att få hjälp med att organisera lokala evenemang. Varaktighet: 3 månader (parallellt med steg 2).</p> <p>Steg 4: Utvärdering av projekten. En utvärderingskommitté bestående av medlemmar från ECOCITY och tredje part som samarbetar med kampanjen genomförs. Alla projekt utvärderas och de prisbelönda skollagen väljs ut. Varaktighet: 1 månad.</p> <p>Steg 5: Organisering av ett avslutande evenemang. Organiseringskommittén kontaktar beslutsfattare på nationell nivå och journalister för att delta i det slutgiltiga evenemanget och organiserar evenemanget. Varaktighet: 1 månad.</p>
<p>ROLLER OCH ANSVARSOMRÅDEN FÖR DE AKTÖRER SOM ÄR INVOLVERADE I GENOMFÖRANDET OCH INTRESSETER</p>	<p>Eleverna fokuserar på att identifiera hållbara mobilitets- och transportproblem i sitt område eller sin stad och förväntas föreslå realistiska lösningar till förmån för det lokala samhället och mer generellt. Lagmedlemmarna ges möjlighet att utveckla sitt samarbete, sina kreativa och konstnärliga färdigheter, att utveckla sin ansvarskänsla och att ta initiativ för samhället. Elever bjuder ofta in sociala organisationer i sina städer att samverka.</p>



	<p>Lokala beslutsfattare stöder elevernas projekt genom att presentera och förklara stadens fyraårsplan samt samverkar för en offentlig dialog. De erbjuder också hjälp med att organisera lokala evenemang och ger de unga tonåringarna en politisk röst. Att genomföra elevernas vision och idéer skulle vara den mest viktigaste åtgärden från lokala beslutsfattare, men så är sällan fallet. Journalister har ansvaret att bevaka evenemangen och öka medvetenheten hos alla medborgare som är intresserade av att förbättra stadsmiljön.</p>
<p>KOMMUNIKATIONSMETODER OCH VERKTYG: MEDIA, TRYCKT MATERIAL... (FÖRKLARA VILKEN TYP AV KOMMUNIKATIONSVERKTYG SOM HAR ANVÄNTS...)</p>	<p>Elevlagen presenterar under de lokala evenemangen den dokumenterade undersökningen med fakta om olika mobilitetsproblem i sitt studieområde samt deras synpunkter genom en bildpresentation. Elevlagen är också mycket aktiva i interaktionen med andra deltagare via Facebook-sidor, produktion av en mängd videoklipp på YouTube, intervjuer med åsiktsledare och beslutsfattare. Eleverna uppmuntras också att använda konstnärlig kommunikation under de lokala evenemangen, som sånger, dikter, affischer, 3D-ritningar, serier, grafik, spel och dramatiseringar. ECOCITY genomför en multimediamarknadsföringskampanj på nationell nivå, främst genom kommunikationssponsorer. Tidningar, tidskrifter, radiostationer, bloggar och internetmedia svarar på kontinuerligt distribuerat pressmaterial. TV-spotten godkänns av hänvisningsorganisationen och får gratis sändningstid i 3–5 månader. Den stödda och omfattande kommunicerade sloganen är: Elevernas forskning, städerna blir informerade, samhället blir medvetet - om hållbar mobilitet.</p>
<p>ANMÄRKNINGAR (SAKER ATT VARA UPPMÄRKSAM PÅ VID GENOMFÖRANDET AV AKTIVITETEN)</p>	<p>ECOMOBILITY-kampanjen är resultatet av ett samarbete mellan skolledare, lärare, gymnasieelever, beslutsfattare, miljöorganisationer, sociala institutioner, universitet, forskningscentra och sponsorer. En organisatorisk kommitté krävs med kommunikativa färdigheter för att stödja de många telefonsamtal och besök som behövs för att organisera evenemangen och ge eleverna incitament och hjälp att delta i kampanjen.</p>
<p>RESURSER SOM BEHÖVS FÖR ATT GENOMFÖRA METODEN</p>	<p>ECOMOBILITY-aktiviteterna genomförs främst genom frivilligt arbete från ECOCITYs medlemmar och representanter för samarbetsorganisationerna. Över 300 000 mantimmar ägnas åt detta. Kommunikations-sponsorer främjar kampanjen under förberedelse- och genomförandefaserna, privata sektorns sponsorer täcker budgetutgifterna (i form av pengar eller i natura), och en medlem av Europaparlamentet är värd för det vinnande studentlaget i Bryssel.</p>



<p>TIDSSKALA (START-/SLUTDATUM)</p>	<p>Det kan ta cirka 7 månader (från oktober till april) att genomföra kampanjen. Åtgärderna inkluderar skolbesök under höst och vinter för att hjälpa eleverna att förbereda sitt projekt, samt talrika telefonsamtal under denna period för att organisera de lokala evenemangen och det avslutande evenemanget i Aten, bjuda in beslutsfattare på alla beslutsnivåer samt för att ge hjälp och samarbeta med organisationer som vill delta. I själva verket behöver förberedelse- och avslutningsrapporterna göras 3–5 månader i förväg och 2–5 månader efter avslutningen.</p>
<p>MATERIAL SOM SKA ANVÄNDAS</p>	<p>Affischer, inbjudningar, program, klistermärken, kopplingar och varumärkesmaterial trycks inför evenemangen och det avslutande evenemanget för att främja närvaro. En teaterscenografi och ljud- och videoutrustning är också väsentliga för presentationen av studenternas projekt vid varje evenemang. TV-spotar, radiospotar samt digitala banners produceras för att stödja kommunikationskampanjen. Diplom för deltagande och prisplaketter till intressenter och samarbetspartners tilldelas.</p>
<p>BEVIS PÅ FRAMGÅNG (UPPNÅDDA RESULTAT)</p>	<p>ECOMOBILITY startades år 2003 och har sedan dess genomförts årligen på nationell nivå. Under läsåret 2018–19 representerades 35 städer runt om i Grekland, och över 12 500 lärare, elever och medlemmar från lokala samhällen informerades direkt om de hållbara mobilitetsfrågor och ärenden som presenterades av eleverna. 65 initiativ organiserades och utvecklades, och mer än 400 000 timmar av frivilligt arbete ägnades åt kampanjen.</p> <p>Under läsåret 2019–20 genomfördes kampanjen inte på grund av COVID-19, trots liknande deltagande och förberedelser.</p> <p>Under läsåret 2020–21 introducerades och testades ECOMOBILITY HYBRID-versionen, där alla åtgärder och presentationer genomfördes främst på distans. 14 skolor deltog med virtuella projekt.</p> <p>Under de senaste åren har målet med skolprojekten varit att formulera förslag om åtgärder för att minska utsläppen av koldioxid och föroreningar, konfrontera klimatförändringar samt främja användningen av cyklar och elbilar. Det är värt att notera att många av skolelevernas förslag och lösningar inom mobilitetsfrågor har beaktats av de lokala myndigheterna och har genomförts, vilket har erkänts som inspirerande och framstående förbättringar av faktisk mobilitetspraxis.</p>
<p>UTMANINGAR SOM UPPSTOD (VALFRITT)</p>	<p>Ambitionen för framtiden är att motivera ett större antal skolor och uppmuntra fler städer att delta i ECOMOBILITY-kampanjen, så att ett större antal medborgare blir medvetna om hållbara mobilitetspraxis.</p>

POTENTIAL FÖR LÄRANDE ELLER KUNSKAPSÖVERFÖRING	Kampanjen kan genomföras i varje europeiskt land, region eller stad.
YTTERLIGARE INFORMATION	www.ecomobility.gr/wp-content/uploads/ecomobility_web_2021.pdf
NYCKELORD RELATERADE TILL AKTIVITETEN	Informella lärandemetoder, hållbar mobilitet, allmän delaktighet.
BILDER, LÄNKAR ELLER ANNAT KOMMUNIKATIONSMATERIAL	https://www.ecomobility.gr/



3 dagars ekologiskt evenemang på Astypalea Island 2020 "medborgarnas röst på". Kommunen Astypalea Island utmanades att inleda en offentlig dialog mellan medborgare om kritiska miljöfrågor som: förnybara energikällor och installation av luftkvarnar, cirkulär ekonomi relaterade till grön turism och hållbara mobilitetsprinciper som påverkar pilotprojekt för elektromobilitet. ECOCITY designade ett 3-dagars multilateralt evenemang – en dag för varje tematiskt tillvägagångssätt som syftar till att informera, öka medvetenheten och positivt påverka medborgarnas beteende gentemot grön teknik och hållbarhet.

9. DETALJERAD BESKRIVNING	
ANSVARIG ORGANISATION	ECOCITY NGO
KONTAKTPERSON OCH EPOST	Christiana Pirasmaki – Vice ordförande Christiana.Pirasmaki@ecocity.gr
AKTIVITETENS FOKUS	Medborgarnas opinionsbildning och deltagande i beslutsfattande, miljöutbildning av lärare som arbetar på de närliggande öarna, volontärarbete för unga studenter och deltagande i policyutformningen, omfattande daglig publicitet som rapporterats av inbjudna journalister
KORT SAMMANFATTNING	ECOCITY designade och genomförde ett 3-dagars multilateralt evenemang – en dag för varje tematiskt tillvägagångssätt som syftar till att informera, öka medvetenheten och positivt påverka medborgarnas beteende gentemot grön teknik och hållbarhet.



	<p>Specialister bjöds in att presentera, tala och diskutera på ett evenemang i konferensstil. Varje tematiskt tillvägagångssätt på kvällen följdes av en öppen offentlig dialog nästa morgon. Frågor besvarades, medborgarnas begränsningar diskuterades och lämnades in som förutsättningar för förslag som presenterades för offentliga myndigheter och förvaltningen. Under samma period utfördes parallella handlingar för att uppnå korspåverkande uppfattningar. Volontärskolans elever utbildades i att söka och rapportera medborgarnas kunskap och idéer om de frågor som skulle diskuteras på konferensen och den öppna dialogen. Resultaten presenterades på affischer vid konferensen. Dessutom deltar eleverna i kreativa aktiviteter relaterade till ovan nämnda teman som dekorerar skolans område. Ett tvådagarsseminarium om miljöutbildning för lärare som arbetar i Astypalea och de närliggande öarna som drivs av teamet från University of West Attica.</p>
<p>DETALJERAD BESKRIVNING AV AKTIVITETEN</p>	<p>Konceptet med evenemanget och alla ovan nämnda åtgärder tillsammans med den omfattande publiciteten syftade – och lyckades – att vara kärntemat för den grekiska regeringen, medborgarna och media om de metoder som utförs för att etablera medborgarnas delaktighet i beslutsprocessen under september och oktober 2020 och framåt. Förändringar välkomnas inte alltid av samhället, särskilt när de påtvingas. Myndigheter och regeringar bör visa respekt för medborgarnas åsikter och idéer. För att diskutera och få acceptans för viktiga beslut krävs information och medvetenhet. Detta är vad Astypalea-projektet bevisade och uppnådde: en ny era för små ö-samhällets metoder för att förändra attityder och beteende och skapa en modellplan för att åstadkomma effektiv social dialog.</p> <p>Astypalea är en liten ö med en yta på 97 km² och 1200 invånare, ganska isolerad mellan komplexen Kykladerna och Dodekaneserna. Lokal ekonomi bygger på jordbruk, och biodling. Turism är en utvecklingssektor fokuserad på miljö- och agrotematiska val av besökarna. En stark negativ attityd väcktes när regeringen beslutade att installera ett stort antal luftkvarnar på ön utan någon förberedelse eller dokumentation. Kommunfullmäktiges ledamöter bad om samråd. ECOCITY föreslog, utformade och implementerade en två-tre månaders kampanj (förberedelse – åtgärd – uppföljning) för att erbjuda medborgarna förklaring och information om de avgörande frågorna kring Air Mills – förnybara energikällor, cirkulär ekonomi – återvinning – grön turism och hållbarhet mobilitet. Experter bjöds in till ett tredagars multilateralt evenemang med fem timmar långa eftermiddagskonferenser följt av fyra timmars öppna offentliga diskussioner på morgonen.</p>

	<p>Skolelever informerades, utbildades och direkt involverades för att kartlägga social attityd och kunskap under dagen före konferensen. Yrkesorganisationernas representanter och opinionsbildare inbjöds att offentligt uttrycka begränsningar och delta i offentliga dialogbord/sessioner. Skollärare från närliggande öar utbildades i miljöpedagogisk teori och praktik. Centralregering, regionala och lokala myndigheter, Europaparlamentets parlamentsledamöter och icke-statliga organisationer deltog aktivt med närvaro eller på distans. Förarprov på elcykel utfördes den sista dagen. Alla handlingar och aktiviteter rapporterades dagligen av journalister som representerade nationella och regionala medier.</p> <p>Resultatens effektivitet bevisas av uppnådda siffror och kvalitetsanmärkningar som presenteras i avsnittet "bevis på framgång" nedan.</p> <p>Interaktion och åsiktsöverlappning av mål enligt ett noggrant utformat schema var kärnan i planen och hela initiativet.</p>
MÅLGRUPPER	<p>Huvudmålgrupp:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. medborgare i Astypalea – vuxna främst representerade av professionella och sociala föreningar 2. Opinionsledare som tjänstemän inom offentliga tjänster, borgmästare, före detta borgmästare, chef för kommunoppositionen, berömd skribent, etc. 3. Unga skolelever 4. Utbildare av Astypalea och närliggande öar 5. Journalister i nationella medier.
BUDSKAP SOM FÖRMEDLAS TILL MÅLGRUPPERNA	<p>Medborgarnas medvetenhet och viktig information som levereras av specialister är en styrka som inte är förhandlingsbar.</p> <p>Medborgarnas delaktighet i beslutsprocessen är nödvändig och till gagn för samhället om det utvecklas på rätt sätt. Alla delar av det lokala samhället är kapabla att delta och lära sig formellt och informellt för att vara delaktiga i beslutsprocessen</p> <p>Medborgarnas påverkan är en del av rätten att få fullständig och ansvarsfull information.</p>
ROLLER OCH ANSVARSOMRÅDEN FÖR DE AKTÖRER SOM ÄR INVOLVERADE I GENOMFÖRANDET OCH INTRESSENER	<p>ECOCITYs organisationskommitté utformade och koordinerade hela projektet. Astypalea kommuns vice borgmästare och konsult till kommunchefen samt socialsamordnaren stöttade genomförandeplanen på plats. Experter och forskare förklarade och presenterade på ett enkelt språk om tekniska och miljömässiga aspekter, internationella trender och behov, koppling och interaktion mellan klimatförändringar, möjligheter och fördelar som kan erhållas på lokal nivå</p>



	<p>Dialogförmedlarna var tvungna att justera officiella metoder på plats för att gå vidare och vinna förtroende och acceptans (konfrontera opposition och felinformerade medborgare)</p> <p>Staten och regeringstjänstemän presenterade sina ståndpunkter men var tvungna att lyssna på medborgarnas begränsningar.</p> <p>De regionala och lokala myndigheterna insåg fördelarna med den offentliga dialogen med medborgarna som genomfördes under demokratiska och lämpliga metoder</p> <p>Journalisterna agerade som multiplikatorer av huvudkonferensens budskap (liknande intresse var levande för andra öar) och även som "domare" av ansvarsfulla ord och ståndpunkter från opinionsbildare</p> <p>Pedagogerna fick nya kunskaper om träningsmetoder, ny kunskap om miljöfrågor som berikade deras utbildning.</p> <p>Öproffs och turistutövare uttryckte sig imponerade eftersom alternativa aspekter har visat sig rörande den ekonomiska och sociala utvecklingen av ön.</p>
<p>KOMMUNIKATIONSMETODER OCH VERKTYG: MEDIA, TRYCKT MATERIAL... (FÖRKLARA VILKEN TYP AV KOMMUNIKATIONSVERKTYG SOM HAR ANVÄNTS...)</p>	<p>Tryckta, digitala och ljudmaterial har designats och producerats.</p> <p>Logotyp skapades. Affischer, Konferens- och dialogsessioner Program, mappar för journalister, talare producerades och distribuerades.</p> <p>Livestream- framfördes under konferenssessionerna</p> <p>you tube-kanalen drevs / användes för att ladda upp konferenssessioner med tal, presentationer, diskussioner.</p> <p>Integrerad medieplan utfördes före – under – efter evenemanget till alla mediekategorier fullt stödd av journalisterna som var värdar och rapportbyrån aktiverad</p>
<p>ANMÄRKNINGAR (SAKER ATT VARA UPPMÄRKSAM PÅ VID GENOMFÖRANDET AV AKTIVITETEN)</p>	<p>Mål som ska nås – budskap som ska levereras av specialister på ett enkelt språk – influencers ska vara väl förberedda och aktiverade i tid – bjuda in motsatta åsikter och åsikter att uttryckas och diskuteras offentligt med involverade specialister – tidsplan/handlingssekvens är mycket viktig</p>
<p>RESURSER SOM BEHÖVS FÖR ATT GENOMFÖRA METODEN</p>	<p>Kommunen bjuder in och säkrar sponsorer för att finansiera budgeten</p> <p>Lärare – lärare förbättrade för att involvera och utbilda elever</p> <p>Medierelationer och mediaplan ska genomföras med noggrannhet</p>

<p>TIDSSKALA (START-/SLUTDATUM)</p>	<p>Organisation – förberedelsebehov 2-3 månader. En del av förberedelserna är också själva kampanjtiden. Evenemangen ska ske i ordningsföljd och med tätt schema Bättre att implementering sker innan negativa reaktioner och attityder utvecklas på samhället Briefing, design, textskrivning, utvalda supportrar, färdigställd arbetsgrupp och uppgifter delegerade – en månad Informera och bjud in experter, tjänstemän, företrädare för lokalsamhället, journalister och andra intressenter som förklarar initiativets omfattning, behovet och deras roll, den förväntade sociala nyttan. Två månader framåt – juli 2020) Pressmeddelanden som tillkännager initiativet, inlägg och intervjuer (juni-oktober 2020) 3 dagars evenemang 27, 28, 29 september 2020 Konferenssessioner 27,28,29 september eftermiddag Offentlig dialog sessioner 28,29,30 september förmiddag Enkät av studenter 27 september förmiddag - presentation av resultat på varje konferenstillfälle på eftermiddagen Miljöutbildningsseminarium 27,28 förmiddag – deltagande på konferenssessioner och offentliga dialogsessioner motsvarande dagar och timmar</p>
<p>MATERIAL SOM SKA ANVÄNDAS</p>	<p>Affisch, inbjudan, program och varumärkes-/signeringsmaterial trycks. Visuellt material och videointro producerades för att betona problemet för varje dag konferenstema</p>
<p>BEVIS PÅ FRAMGÅNG (UPPNÅDDA RESULTAT)</p>	<p>Resultatet bevisas av uppnådda siffror och kvalitetsanmärkningar. 670 medborgare deltog i konferenssessionerna för att få information om frågorna om dagordningarna frågor ställdes och besvarades och utgjorde agendan för den offentliga dialogen 633 individer följdes från distans under hela varaktigheten (deltagare från 12 länder) 3817 tittare, främst på Facebook 110 medborgare deltog i de offentliga dialogsessionerna. Medborgarnas förslag, förutsättningar och begränsningar redovisades och överlämnades till borgmästare och kommunfullmäktige. De bad om att få upprepa dessa sessioner i framtiden 31 lärare från öarna Kos, Kalymnos, Leros och Astypalea deltog i det tvådagarsseminarium om miljöutbildning (på eftermiddagen var närvarande vid konferenssessionerna). De skapade också 3 teckningar som de erbjöd Astypalea-skolor som ett minne av öns roll för deras framsteg. Bland dem var 12 lärare anmälda till forskarutbildning.</p>



	<p>17 gymnasieelever deltog frivilligt i undersökningen (frivilligt innebär att föräldrar har skrivit på för lov). De rapporterade och presenterade resultat från 110 frågeformulär (10 % av öns befolkning!). Studenter utvecklar också experimentella kreativa verk relaterade till ämnen som diskuteras under konferenssessionerna och i undersökningen</p> <p>140 medierapporter och framträdanden (inklusive 3 sändningar)</p>
<p>UTMANINGAR SOM UPPSTOD (VALFRITT)</p>	<p>Ny teknik, Luftkvarnar kommer att installeras i områden som accepteras av medborgarna och som motsvarar öns behov</p> <p>Turismproffs såg och accepterade grön turism och cirkulär ekonomi som utvecklingsverktyg</p> <p>Pilotprojektet för elmobilitet stöddes perfekt av nödvändigheten av hållbar mobilitet och policyer som skulle godkännas av de lokala myndigheterna.</p> <p>På nationell nivå blev Astypalea offentlig dialog med medborgarna ett framgångsfall för kommunernas tjänstemän och råd. (idag - två år efter, anses det vara ett av de mest framgångsrika medborgarnas beteendeförändringsprojekt som genomförts på lokal nivå)</p>
<p>POTENTIAL FÖR LÄRANDE ELLER KUNSKAPSÖVERFÖRING</p>	<p>Varje kommun över hela landet (Grekland) och i andra europeiska städer kan organisera och implementera samma eller liknande metoder för att öka medborgarnas intresse och engagemang i beslutsfattande för att få acceptans och minimera motstånd.</p>
<p>YTTERLIGARE INFORMATION</p>	<p>ECOCITY Secretariat (info@ecocity.gr) - Astypalea municipality authority</p>
<p>NYCKELORD RELATERADE TILL AKTIVITETEN</p>	<p>Medborgarnas opinionsbildning, offentlig dialog och deltagande i beslutsfattande, informella metoder för lärande, miljöutbildning, informella – erfarna metoder för lärande</p>
<p>BILDER, LÄNKAR ELLER ANNAT KOMMUNIKATIONSMATERIAL</p>	

