



Kampania SWITCH - Informator #1

Gdańsk

Informacje o Gdańsku

Nazwa: Gdańsk

Kraj: Polska

Zaludnienie: 456,000 mieszkańców

Wielkość: 262 km²

Procentowy udział poszczególnych grup użytkowników ruchu drogowego:

Piesi: 20%

Ruch rowerowy: 4%

Samochody: 39%

Transport publiczny: 37%

Topografia: duże zróżnicowanie terenu

Położony na południowym brzegu Bałtyku Gdańsk jest największym miastem w regionie Pomorza. To ponad 1000-letnie miasto jest tętniącym życiem ośrodkiem kultury, nauki i biznesu oraz popularną destynacją turystyczną.

Kampania SWITCH w Gdańsku

Dlaczego warto wziąć udział w kampanii SWITCH?

Wspierana przez grono ekspertów z dziedziny aktywnych podróży/mobilności aktywnej, ochrony zdrowia i środowiska, gdańska kampania SWITCH oferuje nową perspektywę i niestandardowe rozwiązania dla problematyki, zdrowia, jakości życia i transportu w mieście. Projekt zamierza pozytywnie zainspirować zarówno indywidualnych mieszkańców, jak i całe społeczności szkolne do świadomych i bardziej aktywnych wyborów transportowych.

Specyfika i wyjątkowość kampanii SWITCH leży w uważnie dobranej kompozycji jej poszczególnych elementów: przełomowego momentu, efektu grupowego, spersonalizowanego podejścia, połączenia elementów edukacyjnych z zabawą.

Czas przeprowadzenia kampanii: początek roku szkolnego wydaje się być optymalnym czasem dla wprowadzenia nowych nawyków transportowych dla społeczności szkolnych.

Grupa docelowa: kampania zaadresowana jest do całej społeczności szkolnej co będzie źródłem dodatkowej motywacji dla jej uczestników i zapewni efekt synergii.

Charakter przekazu: wszystkie informacje zostaną zaprezentowane w sposób atrakcyjny i dostosowany dla danej grupy wiekowej. Połączenie części informacyjnej z elementami gry pozwoli na utrzymanie entuzjazmu uczestników kampanii na wysokim poziomie.

Grupy docelowe i rekrutacja uczestników kampanii SWITCH

Gdańska kampania SWITCH skierowana jest do społeczności lokalnych trzech szkół podstawowych: SP nr1, SP nr 2 oraz Pozytywnej Szkoły Podstawowej. Grupa docelowa, licząca ponad 2000 osób złożona jest z uczniów, rodziców i kadry pedagogicznej.

Coraz powszechniejszym zjawiskiem jest podwożenie dzieci do szkoły samochodami. Rodzice w drodze do pracy odwożą dzieci pod samą bramę szkoły. Te stosunkowo nowe nawyki transportowe są poważnym wyzwaniem dla wielu szkół. Kampania SWITCH zamierza przyczynić się do rozwiązania tego problemu oraz do podniesienia jakości życia zarówno jej uczestników, jak i lokalnych społeczności.

Kampania wystartuje na początku września 2015 r. Rozpoczęcie kampanii równocześnie z nowym rokiem szkolnym ma kluczowe znaczenie. Taka synchronizacja harmonogramów ułatwia wprowadzenie nowych nawyków transportowych dla całej społeczności szkolnej. Kampania oferuje wszystkim jej uczestnikom możliwość otrzymania wsparcia celem zastąpienia podróży samochodowych na niewielkich dystansach, na bardziej aktywne, zdrowe i ekologiczne. Te spersonalizowane podejście będzie uzupełnione przez trwającą miesiąc rywalizację pod nazwą „Bitwa na kilometry”, która polegać będzie na pokonaniu jak największego dystansu w sposób aktywny przez drużyny zaangażowanych w kampanię szkół.



Harmonogram aktywności

Rejestracja uczestników & pierwsza tura ankiet

1-14 września 2015

Wszyscy uczestnicy kampanii: uczniowie, rodzice i grono nauczycielskie, będą zaproszeni do aktywnego udziału. Osoby pełnoletnie zostaną poproszone o samodzielną rejestrację oraz o wypełnienie pierwszej ankiety dotyczącej wyborów i nawyków transport-owych.

Segmentacja i karta wyboru

Wrzesień 2015

Osoby, które wypełnią kwestionariusz ankiety zostaną podzielone na 4 grupy. Grupa, która wykaże zainteresowanie tematyką aktywnych podróży będzie miała możliwość zamówienia bezpłatnych materiałów informacyjnych oraz atrakcyjnych akcesoriów zachęcających do zmian nawyków transportowych. Oferta będzie obejmować:

- Mapy okolic szkół biorących udział w kampanii, zawierające informacje za temat tras rowerowych, stref ruchu uspokojonego oraz czytników „Bitwy na kilometry”,
- Mapę rowerową Gdańska,
- Broszury informacyjne na temat korzyści wynikających z aktywnych podróży i aktywnego stylu życia. Broszury będą dostosowane do grupy wiekowej odbiorców, tj. odmienne broszury dla dzieci i dorosłych,
- Akcesoria dla pieszych i rowerzystów,
- Możliwość konsultacji telefonicznej lub mailowej na temat planów podróży

„Bitwa na Kilometry” – międzyszkolna rywalizacja

wrzesień-październik 2015

Scenariusz „Bitwy na kilometry” oparty jest na modelu kampanii brytyjskiej agencji Intelligent Health „Beat the Street”, która dostarczy system kart i czytników RFID. System pozwala na zliczenie ‘pieszych’ i ‘rowerowych’ kilometrów pokonanych w drodze do szkoły, lub w jej okolicach. Szkoły będą miały za zadanie pokonać dystans ponad 40 tysięcy kilometrów, a przewidziane liczne nagrody jeszcze bardziej uatrakcyjnią atmosferę kampanii.

Kontakt:

City of Gdańsk

Urząd Miejski w Gdańsku,
Nowe Ogrody 8/12, 80-803 Gdańsk

Monika Evini:

Monika.evini@gdansk.gda.pl

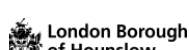
+48 58 5268089

Grzegorz Krajewski:

Grzegorz.krajewski@gdansk.gda.pl

+48 58 526 8089

Więcej informacji na www.switchtravel.eu



Projekt współfinansowany z programu Unii Europejskiej „Inteligentna Energia dla Europy”

Autorzy ponoszą pełną odpowiedzialność za treść niniejszej informator. Treść ta niekoniecznie odzwierciedla stanowisko Unii Europejskiej. EASME ani Komisja Europejska nie ponoszą odpowiedzialności za wykorzystanie informacji zawartych w tych treściach.

Ewaluacja zachowań transportowych po zakończeniu kampanii.

October 2015 – March 2016

Od razu po zakończeniu kampanii, w drugiej połowie października 2015 r, oraz w marcu 2016 przeprowadzone zostaną kolejne edycje badań ankietowych celem ewaluacji wpływu kampanii SWITCH na wybory i nawyki transportowe jej uczestników.



Planowane rezultaty

SWITCH proponuje program oparty na prostym i zrozumiałym scenariuszu motywującym mieszkańców miast do wprowadzenia aktywnych podróży w grafik codziennego życia. Spersonalizowana oferta w połączeniu z grą-rywalizacją w postaci „Bitwy na kilometry” oraz elementami informacyjno-edukacyjnymi ma szybko i skutecznie zachęcić grupy docelowe do aktywnych podróży.

W skutek realizacji spodziewany jest 10% spadek indywidualnych podróży zmotoryzowanych (oraz graniczenie emisji spalin) wśród dorosłych uczestników kampanii na rzecz podróży aktywnych, tj. pieszych i rowerowych.

Zaangażowanie całej społeczności szkolnych w zmianę (SWITCH) nawyków transportowych zaowocuje w realny i długoterminowy wzrost jakości życia uczestników kampanii oraz lokalnych mieszkańców.