

ПРОМОЦІЯ/ ПІДВИЩЕННЯ ОБІЗНАНОСТІ

ВЕЛОПОДІЇ ТА ФЕСТИВАЛІ

Огляд

Оскільки всі люблять вечірки, велофестиваль - це гарний спосіб привернути позитивну увагу до велоруку. Велоподії та фестивалі допомагають зацікавити людей у велотранспорті в ігровій формі, а також дають можливість отримати практичний досвід. Фестивалі та заходи, як невеличкі, так і масштабні, повинні носити розважальний характер, вони мають бути тими осередками, де зустрічаються потенційні велосипедисти і де їх можна навчати і розважати водночас.

Коротка інформація та цілі

Термінологія

Велоподії або фестивалі можуть проводитися у найрізноманітніших формах, від малих до великих. Як правило, вони підходять для сімейного відпочинку і включають розважальні, інформаційні та освітні заходи, що сфокусовані на велотематиці.

Функція

Велофестивалі та велоподії призначені для підвищення обізнаності широкої громадськості стосовно велосипедів і велосипедних поїздок шляхом поєднання розваг, активних заходів і просвітницької діяльності про велосипедну їзду. Дізнаючись про корисність та приємність від їзди на велосипеді, відвідувачі надихаються щоб і самим приєднатися до велоруку.

Сфера застосування

Велофестивалі та велоподії підходять для проведення в містах-початківцях, прогресуючих містах, містах-чемпіонах, але в залежності від типу міста можуть проводитися у різних форматах.

Цільова аудиторія

Потенційні велосипедисти та ті, хто використовує велосипед лише для відпочинку.

Практичне впровадження

Велофестивалі чи велоподії можуть проводитися в такий простий спосіб, як організована групова поїздка (див. приклад хорошої практики Веловітання весни нижче) або такими масштабними та складними як багатотисячні заходи (див. нижче приклад Боготи *Цикловія*).

Можливості співпраці

- Місцеві велосипедні організації
- Велосипедні магазини або постачальники велосипедів
- Місцева адміністрація
- Оператори громадського транспорту
- Засоби масової інформації
- Екологічні та інші громадські організації та ініціативні групи
- Школи
- Місцеві роботодавці

Рекомендації з планування

Місце проведення та масштаб

Масштаби вашого заходу залежить від наявних ресурсів для його виконання, але локація повинна розташовуватися таким чином, щоб до неї було легко дістатися на громадському транспорті та на велосипеді.

Хто повинен брати участь та що має бути у наявності

- Місцеві велосипедні організації
- Представники місцевої влади
- Кілька місцевих знаменитостей, якщо це можливо (політики, медійні персони, спортсмени)
- Оператори громадського транспорту (встановлення зв'язку між велорухом та громадським транспортом)
- Громадські групи
- Оператори велосипедного туризму
- Виробники або роздрібні торговці низки менш поширених видів велосипедів (складані, триколісні велосипеди тощо)
- Їжа та напої (а міксер з педальним приводом допоможе відвідувачам змішувати свої власні напої)
- Музика (було б чудово, якби електроенергія вироблялася завдяки руху педалів) - глядачі по черзі забезпечують музичне звучання
- Багато місць для велопарковки для учасників, які приїжджають на власних велосипедах і хочуть прогулятися пішки
- Велосипеди для тимчасового користування для тих людей, хто не має своїх власних

Можливі заходи

Ви обмежені лише вашою уявою щодо видів діяльності, які можуть бути запропоновані на велофестивалі або велоподії в іншому форматі. Головне: пам'ятати про необхідність поєднання веселощів та розваг з інформаційною та освітньою компонентами. Ось деякі приклади можливих заходів:

- Короткі уроки безпечної велосипедної їзди
- Групова поїздка
- Велосипедні прикраси
- Велопарад
- Паркур (маршрут з перешкодами) для дітей (або дорослих), щоб вивчити і попрактикувати велосипедні навички
- Велосипедне поло
- Весела естафета
- Їзда на одноколісному велосипеді
- Тестування велосипедів (див. також: практична довідка "Заходи з тестування велосипедів")
- Музична система, що живиться педальним приводом
- Вікторина з питаннями про велорух у вашому місті (можливо, з велосипедом в якості призу)



Просуваючи велотранспорт

Практична довідка

Зауважте, велогонки можуть бути цікавими та видовищними, проте якщо ви плануєте їх проведення як частину заходу, будьте обережними, щоб інші учасники фестивалю не відчули себе зіштовхнутими на узбіччя швидко рухаючимися велосипедами, як це відбувається у повсякденні з швидким автотранспортом.

Інші види діяльності, пов'язані з велотематикою можна знайти на www.mobilityweek.eu, а конкретні приклади міст, в яких успішно проводилися Дні без Авто знаходяться за посиланням www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=1398&lang1=en.

Анонс та реклама події

- Плакати повинні широко розповсюджуватися, в тому числі в районних центрах тяжіння людей, веломагазинах, на торгових вулицях, в школах і дитячих садах, в туристичних інфоцентрах тощо.
- Електронні повідомлення можна розіслати по групах і клубах, члени яких можуть бути зацікавлені.
- Рекламу можна розмістити на громадського транспорту.
- Залучайте місцеві ЗМІ та інші засоби громадського поширення інформації. Запрошення місцевої знаменитості (наприклад члена місцевої спортивної команди, політика) для участі у фестивалі або події є хорошим способом привернути увагу засобів масової інформації та підвищити обізнаність про подію.
- Якщо проведення заходу потребує перекриття доріг, переконайтеся, що громадськість буде проінформована про це, а також про альтернативні маршрути, якими можна буде скористатися.

Міркування

При можливості, плануйте ваш захід на щорічній основі аніж одноразову подію, таким чином ви зможете вдосконалювати його щороку і відстежувати рівень активної участі та зацікавленості заходом у динаміці.

Якщо поки що велорух у вашій громаді не знаходить великої підтримки, проведення велоподії чи фестивалю під час Європейського тижня мобільності (www.mobilityweek.eu) у вересні може надати вашій події додатковий ступінь легітимності на рівні громади або органів місцевого самоврядування. Це також дозволить місцевим мешканцям відчути себе причетними до чогось більшого, ніж просто до локального фестивалю.

Міські вулиці - це чудове місце для проведення велофестивалю; перекриття вулиць для руху транспортних засобів дає людям можливість по-новому побачити своє місто - з середини вулиці, без гамору і небезпеки з боку швидкісних автомобілів. Проте, у містах, де їзда на велосипеді не високо цінується, може бути важко переконати уповноважених осіб дозволити вам "позичити" дорожній простір у автомобілів. Якщо вам вдалося домовитися про перекриття вулиці, ви повинні бути повністю впевнені у тому, що зможете забезпечити наповнену програму, а також заповненість вулиці відвідувачами протягом всього фестивалю. Все це дасть людям уявлення про альтернативні можливості використання вулиць коли вони вільні від автомобілів, а також допоможе запобігти аргументам опонентів стосовно того, що ви зайняли простір, який «належить» автомобілістам. Якщо ваш захід популярний та успішний, голоси противників не матимуть широкої підтримки.

Сильні сторони

- Ви можете охопити велику кількість людей одночасно.
- Фестиваль - це чудова нагода одночасно розважати, інформувати та навчати людей.
- Практичний досвід є найкращою формою заохочення людей та популяризації вашої ідеї.

- Тут збираються різні члени велосипедної спільноти в одному місці в якості ресурсу для потенційних велосипедистів.
- Це цікаво та весело.

Слабкі сторони

- Організація події вимагає багато зусиль та роботи.
- Реалізація події може бути вельми затратною, в залежності від спонсорства та/або іншої підтримки яку ви здатні отримати.
- Успіх таких заходів, як правило, залежить від погодних умов.

Фактори успіху або невдачі

- Переконайтеся, що ваш захід добре рекламується - успіх залежить від кількості людей, яких ви залучите.
- Не варто недооцінювати значення їжі, напоїв, музики! Це ті речі, які створюють веселу атмосферу і заохочують людей залишатися довше.
- Зробіть все можливе, щоб досягти більшого, ніж від вас очікують. Ви повинні спробувати звернутися до тих, хто ще не користується велосипедом, або робить це нерегулярно, на противагу постійним користувачам велосипеда.
- Захід, ймовірно, слід зробити безкоштовним для відвідувачів. І хоча беручи з них платню ви зможе компенсувати частину витрат, в місцях, де велорух ще не дуже популярний, цінового бар'єру може бути достатньо, щоб зупинити людей від відвідування заходу.

Оцінка ефективності

Підрахуйте кількість учасників. Підрахунок можна проводити як за кожним окремим видом активності, так/або за загальною кількістю відвідувачів фестивалю чи події іншого формату. Підрахунок також можна здійснити за допомогою чогось невеликого та привабливого, наприклад штампу у формі велосипеда на руках учасників або браслетів, які зазвичай використовують на фестивалях. Якщо у вас є волонтери для штампування рук або надягання браслетів (і підрахунку їх кількості), ви можете підрахувати загальну кількість учасників та може бути досить впевненими, що уникли подвійного підрахунку.

Приклад хороших практик

Приклад 1

Цикловія (Ciclovía) – Богота (Колумбія)

Ciclovía - іспанське слово, що означає велосипедну доріжку, але його значення розширилося до поняття тимчасового закриття вулиць для автомобілів на користь інших користувачів. Щонеділі й по святах з 7 ранку до 2 годин дня головні вулиці Боготи (а також міст Калі, Медельїн та інших) перекриваються задля цикловії. Вулиці стають вільними від машин і відкритими для велосипедистів, бігунів і скейтерів, в міських парках встановлюються сцени, на яких інструктори з аеробіки, вчителі йоги, музиканти проводять заняття для всіх бажуючих. У Боготі 2 млн. громадян (30% населення міста) регулярно заповнюють понад 120 км вільних від автомобілів вулиць.



Цикловія проводиться в Боготі з 1976 року, але останнім часом ідея почала поширюватися й в інших частинах світу, включаючи Нью-Йорк; Мельбурн, Австралія; Мехіко; і Кіто, Еквадор. Подібні заходи під різними назвами проводяться в інших місцях, наприклад, в Німецькому Tal-to-Tal (Total Valley), в якому влітку ділянки дороги по обидві сторони річки Рейн відкриті для велосипедів та іншого немоторизованого транспорту під час вихідних.

У 1970-х роках спостерігалось відродження популярності «неділь без авто», яке мало місце в багатьох частинах Європи, з метою надати більше вуличного простору пішоходам (і як захід для зниження споживання пального). Надаючи дорожній простір, який зазвичай призначається для автомобільного руху, велосипедам та іншим немоторизованим засобам, цикловія може слугувати наочним доказом зростання популярності велоруху в місті.

Переглянути відео про Цикловію у Боготі можна за посиланням: www.streetfilms.org/ciclovía або про перше проведення Цикловії у Нью-Йорку: www.ibiketo.ca/blog/2008/08/11/new-yorks-first-ciclovía-success

Богота – місто-початківець, в якому частка велотранспорту становить 3,2% (у 2003 році), в порівнянні з 0,8% у 1995 році.

Фото: ShareAlike 2.0 from Flickr

Приклад 2

Веловітання весни – Познань (Польща)

Згідно з польською народною традицією, слов'янська богиня Маржана (Marzanna) символізує зиму і має бути потоплена (або спалена) у перший день весни, щоб привітати нову весну і поховати стару зиму.

У Познані міська велодивізія використовує нагоду першого дня весни, щоб відсвяткувати його «у сідлі» і заохочує людей сідати на свої велосипеди. Таким чином, щороку, у найближчі до першого дня весни вихідні, близько 200 місцевих велосипедистів збираються, прикрашають свої велосипеди, їдуть разом центром міста, а потім кидають зображення Маржани в річку Варта (з прикріпленою до нього мотузкою, щоб не забруднювати річку).

Щороку, з метою донесення своєї думки до місцевих політиків, образ Маржани також використовують як уособлення проблем з якими стикаються велосипедисти Познані і які потребують розв'язання. У минулому Маржана символізувала міський бюджет, в якому не передбачалося грошей для велосипедних доріжок, високі бордюри, бруківку або незручні для велосипедистів світлофори. Представники місцевої влади зазвичай беруть участь у цьому заході, і це гарна нагода, щоб проінформувати їх про проблеми велосипедистів.

Більше ви можете дізнатися на сайті www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=1684&lang1=en або зв'язавшись з Michal Beim за адресою michal@srn.eco.pl.

Познань – місто-початківець, в якому на велотранспорт припадає приблизно 2.5-3%.

Фото: Roman Fontowicz





Просуваючи велотранспорт

Практична довідка



Український інформаційний
центр велотранспорту

Переклад та адаптацію цієї практичної довідки було зроблено Асоціацією велосипедистів Києва в рамках роботи Українського інформаційного центру велотранспорту та реалізації проекту "Розвіток велотранспорту задля добробуту громад" за фінансової підтримки Європейського Союзу. Зміст публікації не може вважатись відображенням поглядів Європейського Союзу.



Асоціація
велосипедистів
Києва

www.velotransport.info | www.avk.org.ua