

PROMOCJA/**INFORMACJA****IMPREZY I FESTIWALE ROWEROWE**

Przegląd ogólny

Ponieważ wszyscy lubią rozrywkę, festiwale rowerowe są dobrym sposobem na zainteresowanie ludzi korzystaniem z roweru. Imprezy rowerowe w rozrywkowy sposób pomagają ludziom w zdobywaniu doświadczeń związanych z jazdą na rowerze. Festiwale i imprezy – niezależnie od tego czy uczestniczą w nich małe czy duże grupy ludzi powinny być zabawą, wydarzeniem pozwalającym na kontakt z potencjalnymi rowerzystami, umożliwiającymi połączenie działań edukacyjnych z rozrywką.

Podstawy i cele

Definicja

Imprezy i festiwale rowerowe mogą przybierać mniejsze lub większe formy. Ogólnie rzecz biorąc powinny być rodzinnymi festynami dostarczającymi pewnej dozy ruchu, rozrywki, informacji i edukacji na temat różnych aspektów jazdy na rowerze.

Funkcja /cel

Imprezy i festiwale rowerowe mają na celu podnoszenie świadomości na temat rowerów i jeżdżenia na nich poprzez kombinację różnego rodzaju rozrywek, ruchu i edukacji na temat rowerów i korzystania z nich. Radość z jazdy i możliwość sprawdzenia użyteczności rowerów w praktyce zachęca do rozpoczęcia regularnego jeżdżenia rowerem.

Zakres/pole zastosowań

Festiwale i imprezy rowerowe powinny być organizowane zarówno w miastach początkujących, aspirujących, jak i zaawansowanych, ich charakter jednak powinien być odpowiednio dostosowany do specyfiki każdego z nich.

Adresaci

Rowerzyści potencjalni i rekreacyjni (w tym profesjonalni).

Wdrażanie

Festiwal rowerowy może mieć po prostu formę przejazdu zorganizowanej grupy (por. na przykład Wiosenne Spotkanie Rowerowe omówione poniżej) albo być wielką, szeroko zakrojoną imprezą z udziałem tysięcy ludzi (jak na przykład przedstawiona poniżej, organizowana w Bogocie *Ciclovia*)

Potencjalni partnerzy

- Lokalne organizacje rowerowe
- Sklepy rowerowe i dostawcy/producenci rowerów
- Administracja lokalna (lokalne władze samorządowe)
- Organizatorzy transportu publicznego
- Media
- Organizacje ekologiczne i inne organizacje pozarządowe
- Szkoły
- Lokalni pracodawcy

*Kwestie do rozważenia przy planowaniu**Miejsce i skala*

Skala imprezy zależy od środków jakie są do dyspozycji, miejsce powinno umożliwiać łatwy dojazd przy pomocy środków komunikacji miejskiej i rowerów.

Kto i co powinno się tam znaleźć

- Lokalne organizacje rowerowe
- Przedstawiciele władz lokalnych
- Jeżeli to możliwe, osoby znane w środowisku lokalnym (celebryci - politycy, osobowości medialne, znani sportowcy)
- Organizator komunikacji zbiorowej (w celu łączenia jazdy na rowerze i transportu publicznego)
- Organizatorzy wycieczek rowerowych
- Producenci lub sprzedawcy mniej popularnych rowerów (poziomych, trójkołowców itd.)
- Jedzenie i picie (mikser do napojów powinien być napędzany przy pomocy pedałów)
- Muzyka (najlepiej zasilana prądnicą napędzaną przy pomocy pedałów) – publiczność może mieć swój udział w zapewnianiu ciągłości grania muzyki
- Dużo parkingów rowerowych dla tych, którzy przyjadą na rowerach i będą chcieli się przejść
- Wypożyczalnia rowerów dla tych, którzy nie dysponują swoim jednośladem.

Możliwe atrakcje

Jedynym ograniczeniem jest wyobraźnia obejmująca to, co można zaoferować na festiwalu czy imprezie rowerowej. Najważniejsze, aby pamiętać, że ma być to połączenie zabawy z informacją i edukacją. Oto niektóre propozycje:

- Krótkie lekcje bezpiecznej jazdy
- Przejazdy grupowe
- Dekorowanie rowerów
- Parada rowerów
- Parcours (trasa z przeszkodami) dla dzieci (albo dorosłych) do nauki i ćwiczenia umiejętności rowerowych
- Rowerowe polo (gra w piłkę)
- Sztafeta
- Jazda na unicyklu (jednokołowcu)
- Serwis rowerowy i miejsce do testowania rowerów (zobacz także: broszurę "Imprezy pod hasłem "Testujemy rowery"")
- Sprzęt muzyczny zasilany przy pomocy prądnicy napędzanej pedałami
- Quiz z pytaniami na temat jazdy na rowerze w mieście (najlepiej jeśli do wygrania jest rower)

Wyścigi rowerowe zwykle przyciągają dużą liczbę widzów, jeżeli jednak planujesz taki wyścig, warto pamiętać aby nie wywołać wśród uczestników wrażenia bycia spychanym na bok przez szybszych rowerzystów, tak jak są spychani w codziennym ruchu ulicznym przez szybko jadące samochody.

Inne rowerowe atrakcje można znaleźć na stronie www.mobilityweek-europe.org, a konkretne przykłady z organizowanych przez zarządy miast Dni Bez Samochodu można znaleźć tutaj: www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=1398&lang1=en

Promowanie wydarzenia

- Przed imprezą trzeba rozlepić na mieście dużo plakatów, między innymi w domach kultury, sklepach rowerowych, na ulicach z dużą liczbą sklepów, w szkołach i przedszkolach, w centrach informacji turystycznej itd.
- Można rozesłać wiadomości tekstowe do grup i klubów, których członkowie mogą być zainteresowani wydarzeniem.
- Można umieścić reklamy na autobusach i tramwajach (lub innych środkach transportu publicznego).

- Można użyć lokalnych mediów i innych kanałów rozpowszechniania informacji. Zaproszenie do udziału w imprezie znanych lokalnie osób (np. członków lokalnych klubów sportowych, polityków) może przyciągnąć uwagę mediów i rozpowszechnić wiedzę o wydarzeniu.
- Jeżeli w związku z imprezą zamykane są drogi, należy o tym szeroko informować z odpowiednim wyprzedzeniem, podając jednocześnie informacje o alternatywnych objazdach.

Kwestie do rozważenia

Jeżeli jest to możliwe, należy planować raczej imprezy cykliczne (np. coroczne), a nie jednorazowe, gdyż wówczas jest możliwość poprawy ich przebiegu, a także obserwowania zainteresowania nimi i ich rozwoju wraz z upływem czasu.

Jeżeli obecnie w twojej społeczności korzystanie z roweru nie cieszy się wielkim poparciem, warto imprezę lub festiwal zorganizować we wrześniu, podczas Europejskiego Tygodnia Mobilności (European Mobility Week - www.mobilityweek-europe.org), co podniesie rangę imprezy w oczach lokalnej społeczności, a decydentom i mieszkańcom da poczucie uczestniczenia w czymś o znaczeniu dużo szerszym niż tylko lokalne.

Ulice są bardzo dobrym miejscem organizowania festiwali (festynów) rowerowych, ich zamknięcie dla ruchu samochodowego daje ludziom możliwość spojrzenia na swoje miasto z innej perspektywy, ze środka jezdni, bez hałasu i ryzyka powodowanego przez jadące samochody. Jednak w miastach, gdzie rowery nie są specjalnie cenione, trudno będzie przekonać lokalne władze do „pożyczenia” przestrzeni publicznej od samochodów. Jeżeli się to uda, powinieneś być pewien, że ulice uda się wypełnić ludźmi i atrakcjami przez cały czas trwania festiwalu. To pokaże, jak można wykorzystać ulice, gdy nie ma na nich samochodów, a oponentom wytrąca argument z ręki, że zagarnięto przestrzeń należącą do samochodów. Jeżeli organizowany przez ciebie festiwal okaże się sukcesem, malkontenci nie będą mieli dużego poparcia.

Silne strony

- Możesz dotrzeć w jednej chwili do dużej liczby ludzi.
- Festiwal jest świetnym miejscem, aby informować i edukować ludzi przez rozrywkę.
- Osobiste doświadczenie jest najskuteczniejszą formą promocji
- Sprowadza różnych członków społeczności rowerowej w jedno miejsce, co stanowi zachętę dla potencjalnych rowerzystów
- To jest rozrywka (zabawa).

Słabości

- Organizacja wymaga sporo intensywnej pracy i zaangażowania dużej liczby ludzi.
- Impreza może okazać się droga, w zależności od sponsorów i/albo innego wsparcia które uda się zorganizować.
- Sukces takiej imprezy zależy w dużym stopniu od pogody.

Czynniki sukcesu i bariery

- Wydarzenie musi być dobrze rozreklamowane – sukces zależy od liczby ludzi, których uda się przyciągnąć.
- Nie lekceważ wartości jedzenia, picia i muzyki! To są rzeczy, które tworzą atmosferę zabawy i zachęcają ludzi do pozostania dłużej
- Zrób wszystko, żeby dotrzeć do „zwykłych podejrzanych”. Powinieneś zwracać się do tych, którzy na rowerze nie jeżdżą – albo jeżdżą nieregularnie – w odróżnieniu od tych, którzy już jeżdżą.
- Impreza powinna być darmowa. Mimo, że pobieranie opłat od uczestników zwróciłoby część kosztów imprezy, to jednak w miejscach gdzie jazda na rowerze nie jest specjalnie ceniona, opłata zniechęciłaby do udziału w imprezie.

Ocena wpływu

Policz uczestników. Można to zrobić przy okazji każdego konkursu/czynności; można też ogólnie zliczyć uczestników festiwalu czy imprezy. Można to zrobić również stawiając pieczątki w kształcie roweru na rękach uczestników albo stosując opaski na rękę stosowane na wielu festiwalach. Jeżeli znajdziecie ochotników stawiających pieczątki lub zakładających opaski (i przy okazji liczących), możecie policzyć ogólną liczbę uczestników i możecie być prawie pewni, że żaden z uczestników nie zostanie policzony dwa razy.

Przykłady dobrych praktyk

Przykład 1: Ciclovía – Bogota (Kolumbia)

Ciclovía to po hiszpańsku trasa rowerowa, ale słowo to objęło znaczeniem również czasowe zamykanie ulic dla samochodów, aby oddać je innym uczestnikom ruchu. W każdą niedzielę i święto od 7 rano do 14, główne ulice Bogoty (a także Cali, Medellin i innych miast Kolumbii) są zamknięte dla *ciclovías*. Ulice stają się „bezsamochodowe” i udostępnione rowerzystom, biegaczom i osobom jeżdżącym na rolkach. W parkach stawia się sceny, gdzie instruktorzy aerobiku, yogi i muzycy zapewniają różnego rodzaju atrakcje. W Bogocie 2 miliony ludzi (30% mieszkańców) regularnie wypełnia ponad 120 km ulic zamykanych w tym czasie dla samochodów.



Ciclovías organizowane są od roku 1976, ale w ostatnich latach pomysł przejęły inne miasta na całym świecie, w tym Nowy Jork w USA; Melbourne w Australii; Mexico City; Quito w Ekwadorze. Podobne imprezy odbywają się w innych miejscach, jak np. niemieckie Tal-to-Tal (Totalna Dolina), gdzie w letnie weekendy część ulic po dwóch stronach Renu zostaje otwarta dla rowerzystów i innych niezmotoryzowanych uczestników ruchu.

Można to uznać za odrodzenie niedziel bez samochodu, organizowanych w wielu częściach Europy w latach 70, ale po to, żeby oddać ulice ludziom (a nie by ograniczyć zużycie benzyny, jak to miało miejsce w czasie kryzysu paliwowego). Poprzez przejęcie przestrzeni ulicznej zazwyczaj zarezerwowanej dla samochodów i oddanie jej rowerzystom i innym niezmotoryzowanym uczestnikom ruchu *ciclovías* spełniają rolę widocznego wkładu w rozwój ruchu rowerowego w mieście.

Filmy z *ciclovía* w Bogocie można zobaczyć na stronie: www.streetfilms.org/ciclovía a pierwszą *ciclovía* w Nowym Jorku na stronie: www.ibiketo.ca/blog/2008/08/11/new-yorks-first-ciclovía-success

Bogota jest początkującym miastem z udziałem ruchu rowerowego na poziomie 3.2% (w 2003), osiągniętego z poziomu 0.8% w 1995.

Zdjęcia: ShareAlike 2.0 z Flickr

Przypadek 2: Rowerowe powitanie wiosny (Poznań)

Zgodnie z polską tradycją Marzanna symbolizuje zimę i powinna być utopiona (albo spalona) w Pierwszy Dzień Wiosny, aby powitać wiosnę i pożegnać zimę.

W Poznaniu, Sekcja Rowerzystów Miejskich wykorzystuje okazję i w Pierwszy Dzień Wiosny obchodzi dzień roweru, aby zachęcić ludzi do korzystania z niego. Dlatego co roku w weekend najbliższy Pierwszego Dnia Wiosny około 200 lokalnych rowerzystów zbiera się, dekoruje swoje

rowery i jedzie przez centrum miasta, a później rzuca do Warty Marzannę (na linie, po to by nie zanieczyszczać rzeki)

Marzanna co roku jest również swego rodzaju przesłaniem do lokalnych polityków i symbolizuje problem, który Poznań musi rozwiązać. W przeszłości Marzanna symbolizowała budżet miasta, w którym nie przewidziano środków na budowę dróg rowerowych, likwidacji wysokich krawężników i kostki brukowej albo świateł, przez które skrzyżowania były trudne do pokonania dla rowerzystów. Przedstawiciele lokalnych władz zazwyczaj uczestniczą w wydarzeniu, co jest dobrą okazją do sygnalizowania problemów do rozważenia.



Więcej znajdziecie na stronie www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=1684&lang1=en albo pisząc do Michała Beima michal@srm.eco.pl.

Poznań jest początkującym miastem z ruchem rowerowym na poziomie około 2.5-3%.

Zdjęcia: Roman Fontowicz