

Gudrun RÖNFELD, ville de Graz



Plan de la présentation

- * Historique du 30 à Graz
- * Communication et sensibilisation, éléments essentiels de la politique des déplacements
- * Exemples de campagnes, programme d'incitation et actions pédagogiques de ces 20 dernières années
- ***** Bilan



Graz - Centre historique



Graz du Moyen-Âge...



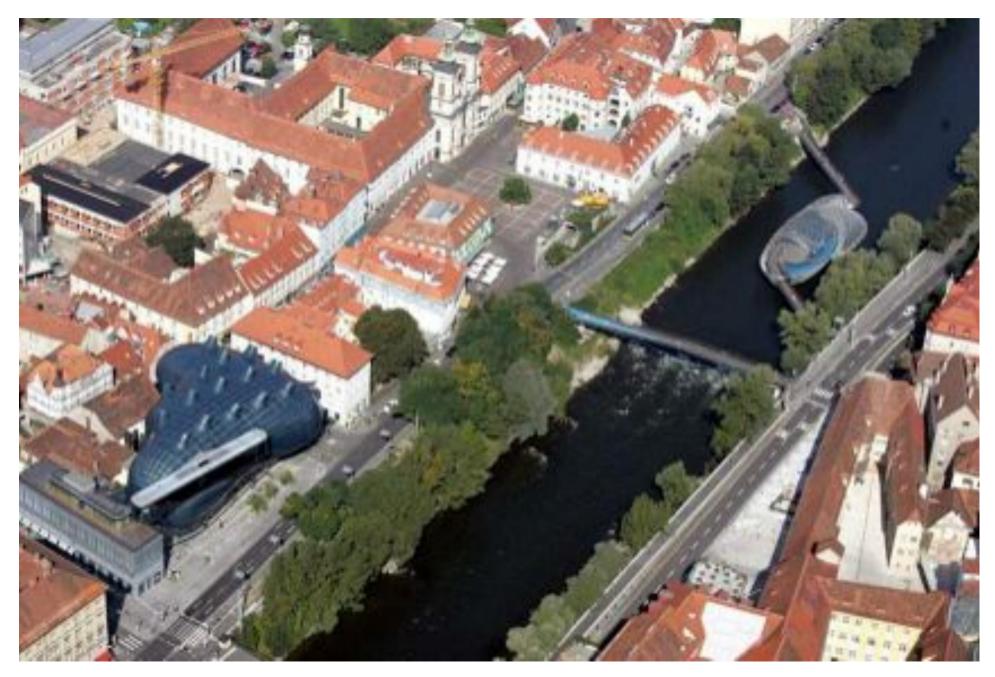
et de la Renaissance...



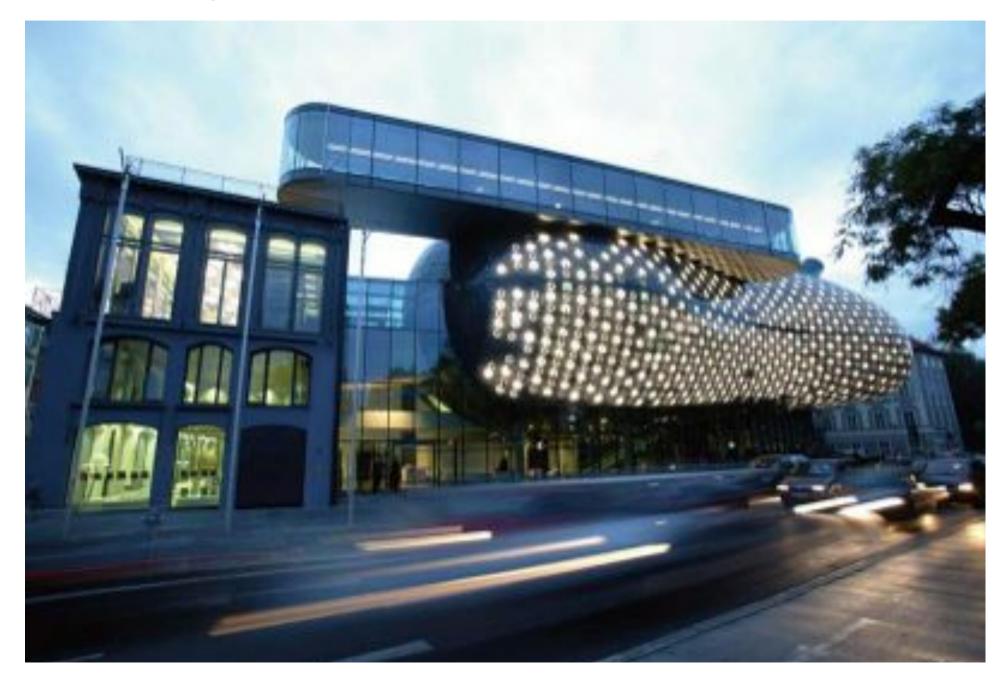
... du baroque...



... de l'art contemporain



"Friendly Alien" – Musée de l'art moderne



"Murinsel" (Île sur la Mur) – attraction sur la rivière locale



Graz est une ville verte







Graz est une ville de cyclistes - 14 % de la répartition modale



Graz est une ville universitaire: quatre universités, 45'000 étudiants & étudiantes



Histoire du 30 à Graz: Pourquoi la ville a-t-elle opté pour la "Sanfte Mobilität"

 problème de smog lié à la situation en cuvette de Graz (phénomène d'inversion) - à la fin des années 80

 débuts d'une prise de conscience écologique dans la population et chez les politiques: évolution d'une vision de la "ville pour la voiture" à la "ville pour l'être humain", qualité de vie, mobilité douce

la vision d'un responsable politique:
 ville du vélo, ville à 30

(mobilité douce)?

• à l'Université de Graz, des étudiants militent pour une "consommation d'énergie douce, pacifique et durable"







Pourquoi une ville à 30?

• face aux demandes d'habitants, une sélection des zones à réaliser est difficile à justifier

• des zones "sélectives" ne sont pas équitables d'un point de vue social

- les zones isolées coûtent plus cher
- le 30 généralisé: tout de suite fonctionnel
- le 30 systématique, facile à comprendre:
 en ville c'est 30, et 50 sur les axes principaux
- le 30 étendu: plus social
- le 30 étendu, cela coûte moins cher



Le début

1er septembre 1992: Graz introduit le 30 dans toute la ville, excepté sur axes principaux

• axes principaux: 194 km

• rues à 30: 802 km







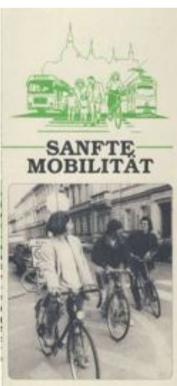
communication et information

avant et après l'introduction du 30

Pour la première fois la ville se lance dans une campagne de sensibilisation sous le titre «Sanfte Mobilät» (mobilité douce). Débats publics, présentations dans les écoles, brochures d'information, dans les médias etc.









communication et information

après

information sur les effets surtout dans les médias







réalisation

- transformation de 1200 feux
- information sur les routes surtout à l'entrée et à la sortie de la ville!
- aux carrefours et à des endroits stratégiques (comme rappels bien visibles)
- panneaux, banderoles, marquages au sol...









mesures d'accompagnement

des mesures de la vitesse sont nécessaires contrôles du stationnement des voitures faits par la ville en cooperation avec la police





dépenses (€) en 1992

consultation scientifique:	120.000
campagne:	25.000
préparation	145.000

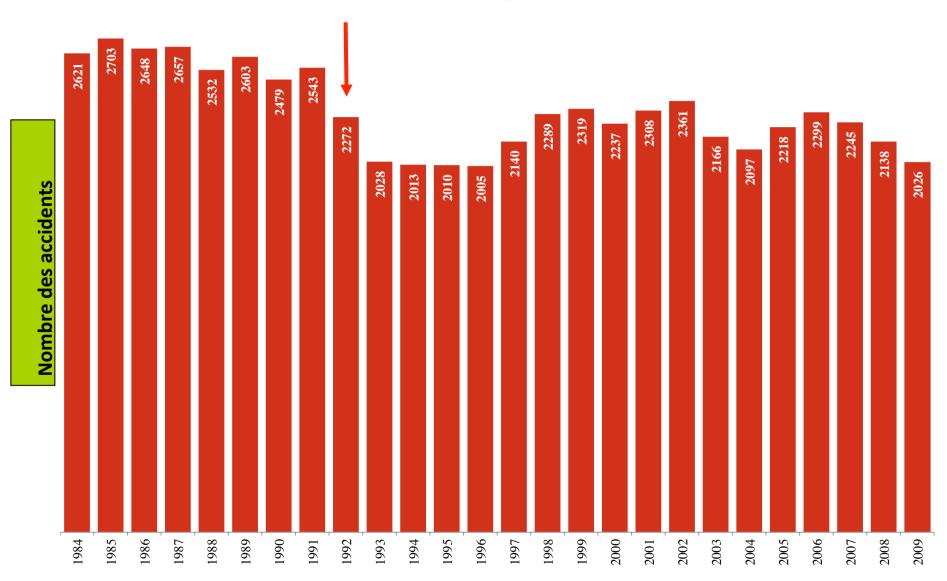


<u>dépenses:</u> 385.000

coûts actuels par an (€)

maintenance:	~80.000
campagnes:	~30.000
dépenses:	
~110.000	

Effets: moins d'accidents, moins graves



20 ans plus tard:

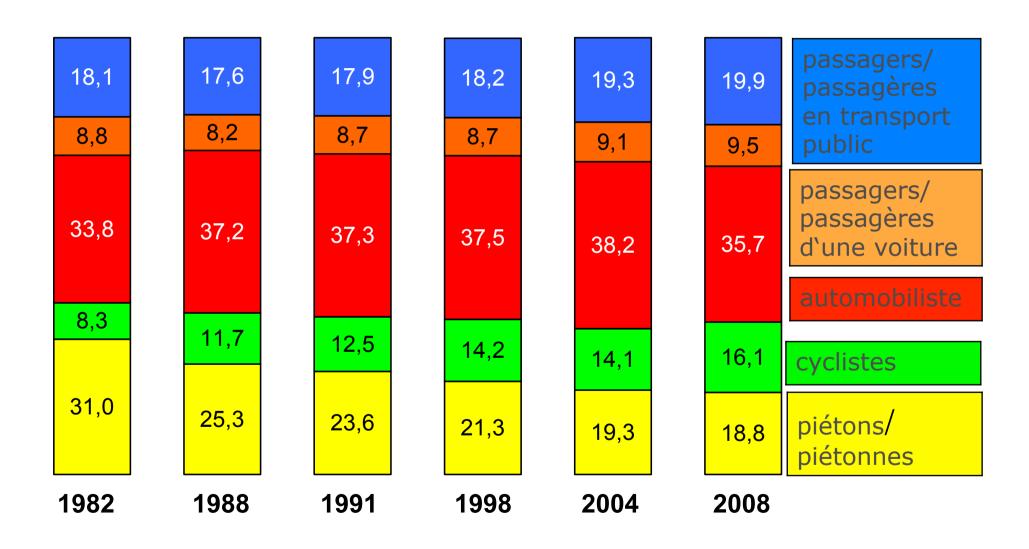
Quels éléments pour modifier les comportements?

On a compris que le changement n'est pas que technique, il est aussi psychologique et on travaille avec

- * Information
- * Communication & sensibilation
- ***** Campagnes
- * "Rituels" pour des déplacements plus durables
- ***** Cours(es) pratiques
- * Actions s'adressant à divers types de groupes
- ***** Participation



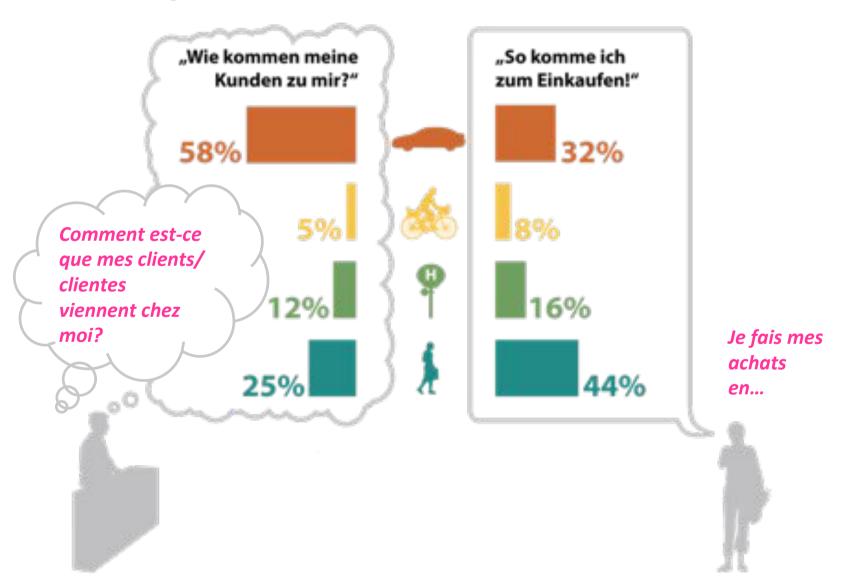
Répartition modale en % des déplacements: la part des modes écologiques augmente (TP et vélo)



Information

Ce que veulent les gens... ce que l'on croit que les gens veulent...

= souvent de grosses différences



Information

Argumenter face aux mythes: des chiffres, des faits, des enquêtes, l'observation Par exemple: "Sans voitures, la ville meurt!"

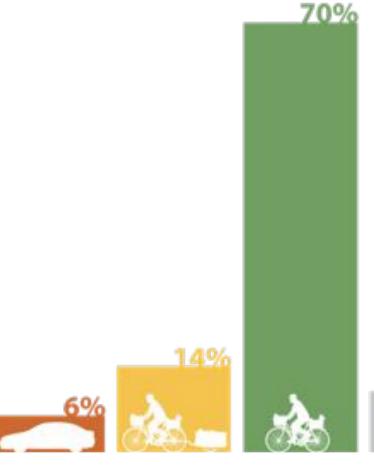


Information

Argumenter face aux mythes...

"Faire des achats sans voiture ce n'est pas possible"

De quel moyen de transport est-ce qu'on a besoin pour faire des achats?





Untersuchung ARGUS 2009, Grafik FGM

Communication

Image négative des cyclistes dans les médias:

30% des personnes interrogées estiment qu'il faudrait l'améliorer

Cyclistes contre voitures, c'est la guerre!

Streitthema

Radler gegen Autos, das ist Brutalität

Des comportements de terroristes

Oft ist es einfach nur Terror

HURERT WACHTER über manche hirnlos-provokante Pedaltreter.

Dümmliche Politik redet den Radfahrern ein, sie könnten sich mehr herausnehmen als alle anderen.

> NUMBERT WINCOMER THE Station Scittar won NEWS, 6-Blail wood for, Subpersonment, at

as Wort "Krieg" mag ich nicht. Schen gar nicht im Zusammenhang Rad! vs. Auto. Das, was sich da besonders in der Stadt täglich an Unachtsamkeit. Provokation und Dumenheit abspielt, ist hüchstem ärgerlich. Das aber sehr.

Erwa wenn Pedaltzeter rücknichtnios auf Geboteigen dahinfütten. Oder für sie eine note Ampel rein gar nichts gilt. Die Rechtsfahrrogel auch nicht. Bewonders abez, wenn sie ungeniert gegen die Einbahmen fahren, wo das Schild-"Ausgenommen. Radfahrer" eben nicht (f) atcht. Besonders frech wird's, wenn einem der Stinkefinger gezeigt wird, rogt man sich darob auf. Dabei, die Rücksichtslosen sind nur ein kleiner Teil aller Radler, denn sie wie 90 Procent aller Austofahrer verhalten sich aller Aufhetserei zum Trott rücksichtsvoll. Sonst wäre die Straße wirklich blurigses Schlachtfeld.

Umno schlimmer, dass ein paar Terror-Radler (wie auch munche Austelenker) so die Atmosphäre vergiften. Und Gutwillige, sowohl bei Radfahrern wie Austelenkern und auch Fußgingern, damit in Geiselhaft nehmen. Warum das so ist! Weil dümmliche Politik seiz Jahren den Radlern einerdet, sie könnten sich mehr herausrehmen als andere Straffenbentitzer. Für munche der Freibrief zum Verkehre-Anarcho.



Une campagne qui fait appel aux sentiments, des mots doux...



Nouvelle image et visibilité dans l'espace public: un design unifié, bien identifiable





Nouvelle image et visibilité dans l'espace public: réseau d'itinéraires et carte

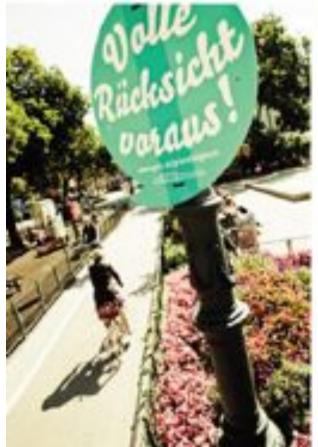




...et des messages dans l'espace public

Je veux pouvoir respirer à pleins poumons!







Campagne 2011 "La ville à tes pieds!"



Des tours à pied non conventionnels et créatifs!



Constitution de communautés de marcheurs



Campagne 2012: "Mettons fin aux mythes!"

Images provocatrices pour susciter le débat, contrer les idées reçues:

exemple: "faire du vélo c'est très dangereux!"



RADFAHREN IST GEFÄHRLICH.

WIR LASSEN DIE MYTHEN PLATZEN

Campagne 2012: "Mettons fin aux mythes!"



Instaurer des "rituels": du bon comportement à la bonne habitude

La formule magique: des programmes de motivation à intervalle régulier, qui marquent le calendrier urbain *CityRadeln - chaque mois*





Du bon comportement à la bonne habitude

La formule magique : régularité & rituels

CityRadeln - chaque mois



En été: les tours à vélo de la pleine lune



La journée européenne sans voiture



La journée européenne sans voiture



Mesures incitatives

De la théorie à la pratique: des plans de mobilité pour les entreprises et pour les écoles, des actions pour inciter à se déplacer de manière plus durable





Mesures incitatives

Subside aux entreprises (jusqu'à 1000 €) pour l'achat de vélos de livraison et de remorques pour vélos



Cours(es) pratiques



Jardins d'enfants: petits vélos et jeux d'exercice



Apprendre par l'exemple, reproduire, pour pouvoir faire ensuite tout seul



Entraînement vélo – Devenir un pro de la route - www.radfahrtraining.at

Depuis 1995: Plus que 20'000 élèves ont suivi l'entraînement.

25% utilisent le vélo plus souvent suite aux cours.



Exercice individuelle – Aide personelle



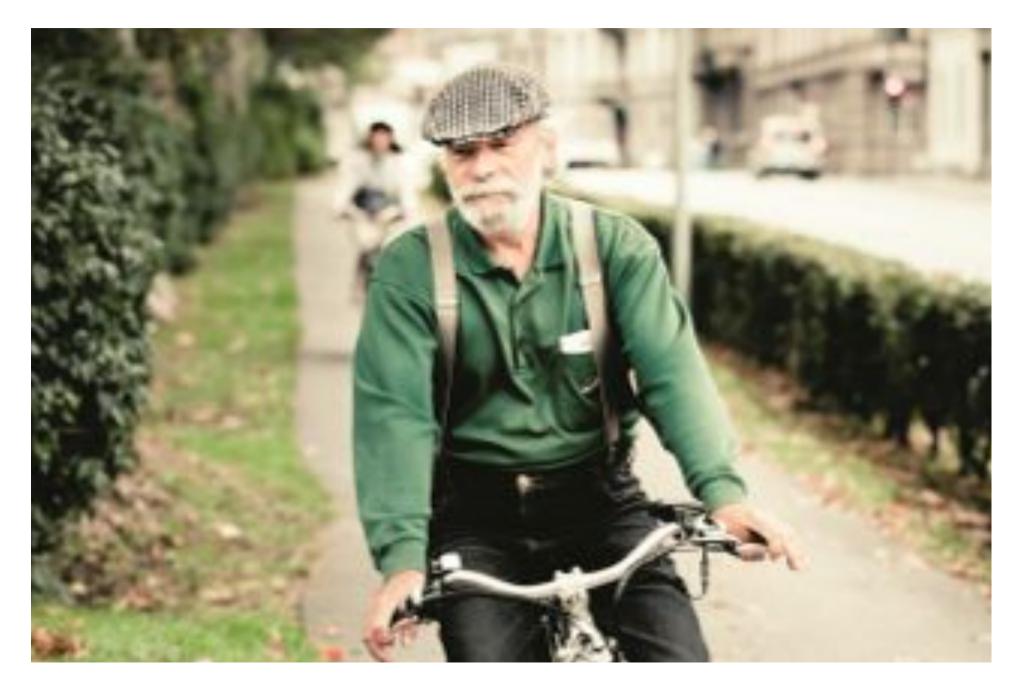
Entraînement vélo pour les familes



Entraînement vélo pour migrant-e-s



Entraînement vélo pour seniors



Les gens se sentent respectés et pris au sérieux quand ils peuvent participer de manière active à la conception et à l'aménagement de leur espace de vie















"Shared Space" – exemple d'une nouvelle philosophie de la planification – le projet développé ensemble par les habitants concernés favorise l'identification avec l'endroit où l'on habite – la qualité des espaces publics renforce l'attractivité du lieu



Concept artistique pour une *rue résidentielle* réalisée avec les habitant-e-s





... même s'il y a des conflits





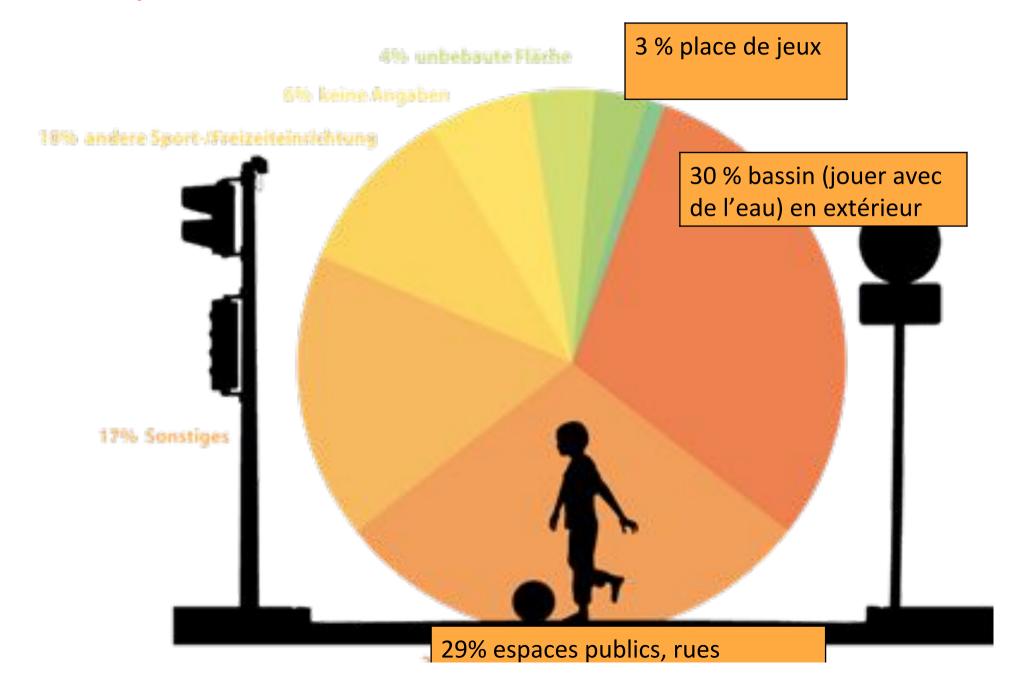


Où est ce-qu'ils aiment jouer?

Sur les places de jeux et dans les espaces qui leur sont réservés?



...où plutôt dans la rue?



... dans l'espace public



... où les aménagements sont détournés de leur fonction...



... parce que les enfants aiment jouer



... aussi dans la rue!



