

Mobilité à vélo à Bolzano



La ville de Bolzano, dans le nord de l'Italie, a élaboré un système pour la promotion de la mobilité à vélo en ville : nouvelle identité visuelle et graphique, extension du réseau de pistes cyclables, nouveau système d'orientation et de communication, nouveaux plans des pistes cyclables, grandes manifestations cyclistes, campagnes de marketing. Toutes ces activités ont été proposées par Ökoinstitut Südtirol/Alto Adige qui a été chargé par la municipalité en 1999 d'élaborer un "Plan de mobilité cycliste pour la ville de Bolzano". Une partie de ces activités a été réalisée dans le cadre du projet européen "Emotions" - marketing émotionnel de la mobilité durable.

Contexte

L'objectif est la promotion du vélo en tant que moyen de transport quotidien et l'augmentation de 17% à 25% de la part du vélo dans la répartition des modes (moyenne annuelle 2001-2002). Par ailleurs, la mobilité à vélo contribue à réduire le bruit et la pollution de l'air (en particulier les MP10), est c'est également un important instrument de marketing de la ville permettant de positionner celle-ci dans la compétition internationale dans laquelle la qualité de la vie et des loisirs sont des facteurs de réussite.

Réalisation

Toutes ces activités ont été proposées par Ökoinstitut Südtirol/Alto Adige qui a été chargé par la municipalité en 1999 d'élaborer un "Plan de mobilité cycliste pour la ville de Bolzano". Une partie de ces activités a été réalisée dans le cadre du projet européen "Emotions" - marketing émotionnel de la mobilité durable. Un système complet de la mobilité à vélo a été élaboré (avec 8 routes principales) et un nouveau logo. Une nouvelle identité visuelle et graphique traitant tous les aspects et les activités de la mobilité à vélo à Bolzano a été créée. L'identité visuelle avec un important aspect émotionnel est un concept assez nouveau dans le domaine de la mobilité à vélo. Le vélo doit être perçu comme un système de mobilité ayant les mêmes critères de dignité et d'importance que les autres systèmes de transport en ville. Pour renforcer cette perception, un système guidé a été aménagé le long des pistes cyclables qui permet aux cyclistes d'identifier facilement les poteaux indicateurs en ville. Les pistes cyclables principales sont marquées dans différentes couleurs, comme les lignes de métro. L'ensemble du système d'orientation concorde avec l'identité visuelle. Autres activités et produits : cartes routières cyclistes pliables, système de location de vélos, campagnes de marketing avec affiches, cartes postales, vidéos sur la base de jeux vidéos, grandes manifestations cyclistes.

Conclusions

Depuis le début de la campagne, la part du vélo dans la répartition modale a considérablement augmenté et atteint environ 25% sur une moyenne annuelle. Un sondage fait durant l'hiver 2005 a montré que la part de mobilité à vélo dans la répartition modale avait considérablement augmenté (33%) depuis 2002. Dans la tranche d'âge 0-24, la part du vélo dans la répartition modale a doublé en trois ans. Au cours de ce sondage, l'index ADFC-Bikeclima a été mesuré : Bolzano se trouve en 8ème place parmi plus de 100 villes européennes. Quelque soit l'âge, le sexe ou la langue (allemand, italien), tout le monde prend le vélo pour les trajets quotidiens. Bolzano est devenu la ville modèle en ce qui concerne la mobilité à vélo, et cette bonne pratique

a été présentée récemment à la conférence mondiale du vélo qui se tenait à la ville du Cap, en Afrique du sud. Pour plus d'informations, consultez le site : www.emotional-campaigns.net