

**CiViTAS**

Cleaner and better transport in cities

**ELAN**

BRNO • GENT • LJUBLJANA • PORTO • ZAGREB

## Implementation status report on individualised marketing strategy

### ELAN Deliverable No. 4.1-D1

**Project acronym:** ELAN  
**Project full title:** Mobilising citizens for vital cities

**Grant Agreement No.:** ELAN TREN/FP7TR/218954/"ELAN"

**Measure:** 4.1-LJU Individualised mobility marketing based on public involvement and inclusion in defining city transport policy

**Author:** Matjaž Uršič  
**Co-authors:** Milena Marega, Andrej Klemenc



THE CIVITAS INITIATIVE  
IS CO-FINANCED BY THE  
EUROPEAN UNION

Final

22.9.2011

ELAN document no.	4.1-D1
Date / Version	22.9.2011 / final
Dissemination level	
Work Package	WP4
Author(s)	Matjaž Uršič
Co-author(s)	Milena Marega, Andrej Klemenc
File Name	4.1 - D1 - Implementation status report on individualised marketing strategy.doc

## Keywords

General		Work package links	
x	CIVITAS		WP1 Alternative fuels & clean vehicles
x	ELAN Project		WP2 Collective transport & intermodal integration
			WP3 Demand management
		X	WP4 Influencing travel behaviour
			WP5 Safety, security & health
			WP6 Innovative mobility services
			WP7 Energy-efficient freight logistics
			WP8 Transport telematics
			WP9 Project coordination
			WP10 Project management
			WP11 Research and Technological Development
			WP12 Impact and process evaluation
			WP13 Dissemination, citizens' engagement, training and knowledge transfer

## Document history

Date	Person	Action	Status <sup>1</sup>	Circulation <sup>2</sup>
15.4.2011	Matjaž Uršič	Preparing draft version	Draft	SC
22.9.2011	Matjaž Uršič	Preparing final version	Final	PM

<sup>1</sup> Status: Draft, Final, Approved, Submitted

<sup>2</sup> Circulation: PC = Project Coordinator; PM = Project Manager; SC = Site Coordinators; EM = Evaluation Manager; DM = Dissemination Manager; SEM = Site Evaluation Managers; SDM = Site Dissemination Managers; SCo = Scientific Coordinator, P = partners, ML = Measure Leaders

# **CONTENT**

<b>1.</b>	<b>Introduction.....</b>	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>Overview of the report.....</b>	<b>4</b>
<b>3.</b>	<b>First preliminary strategy prepared for the future implementation of the Mobility Marketing Campaign .....</b>	<b>5</b>
<b>4.</b>	<b>List of selected streets in the specific geographical area, from which 2,000 individuals for IMM were/ are gathered .....</b>	<b>7</b>
<b>5.</b>	<b>Geographic representation of the area, from which 2,000 individuals for IMM campaign were gathered .....</b>	<b>8</b>
<b>6.</b>	<b>Notification of Individualised mobility marketing campaign in the local media .....</b>	<b>9</b>
<b>7.</b>	<b>Leaflets, used in the Mobility Marketing Campaign .....</b>	<b>10</b>
<b>8.</b>	<b>The implementation of the first part of the IMMC .....</b>	<b>14</b>
<b>9.</b>	<b>Implementation of individualised marketing strategy kicked- off .....</b>	<b>15</b>
<b>10.</b>	<b>Overview of intermediary reports in Slovenian language.....</b>	<b>18</b>

# 1. Introduction

In the project CIVITAS-ELAN great changes of traffic regulations along the corridor “Dragon’s tail” are foreseen. For this purpose, several options are being examined and analysed, e.g. the closure of the corridor, except for public transport and taxis; authorization of usage of personal cars in which will be two or more passengers, etc.

In this context, the main goal of the Individualised Mobility Marketing Campaign is targeted to public understanding of the proposed changes to traffic arrangements in the city. Simultaneously, one of the more important goals is to present to the public alternative modes of transport (public transport, bicycle, walking) and how it is possible to develop, integrate alternative uses to/ of the car, which is now by far the most predominant i.e. dominating mode of transport in the city. The Individualised Mobility Marketing Campaign will try to actively engage people in the process of ‘habit change’ i.e. encourage them to change the perspective of their travel habits and switch to specific alternative modes of transport.

As stated in the measure description of 4.1-LJU, the Individualised Mobility Marketing Campaign will provide information about the new traffic arrangement and in this sense offer important support to implementation of other CIVITAS-ELAN measures and most importantly help motivate people to think about their daily travel and how to change their way of travel in order to assure a high quality of life to all citizens.

The following document describes the implementation status of the individualised marketing strategy.

## 2. Overview of the report

The document is structured in 5 sections:

- The first section includes a detailed presentation of the first preliminary strategy that has been prepared for the future implementation of Individualised Mobility Marketing Campaign;
- The second section includes a list of selected streets in the specific geographical area, from which 2,000 individuals were gathered;
- The third section includes a geographic representation of the mentioned areas;
- The fourth section presents the two leaflets used in the Mobility Marketing Campaign and
- In the fifth section the implementation of the first part of the IMMC is presented.

### **3. First preliminary strategy prepared for the future implementation of the Mobility Marketing Campaign**

#### **1. The purpose of the strategy**

This strategy aims to outline the activities for the Individualised Mobility Marketing Campaign (IMMC) and divide the tasks between the University of Ljubljana - Faculty of Social Sciences (Measure Leader) and the Regional Centre for the Environment.

#### **2. The purpose of the IMMC**

Within the CIVITAS-ELAN project it is planned to change traffic regulations along the corridor called “Dragon’s tail” (several options: close the corridor, except for public transport and taxis; only for cars with two or more passengers, etc.)

The purpose of the IMMC is to acquaint the public with the planned changes in traffic arrangements in the city, with alternative modes of transport (public transport, cycling, walking) and with the smart car use and then “encourage” as many people as possible also to change their travel habits.

As noted in the measure, the campaign will provide information on the new traffic arrangements and offer support to the implementation of other measures and help motivate people to think about their daily travel and changing their modes of transport.

#### **3. Target groups**

Our broader target group consists of 2,000 people; these are people that we need to inform about the project and about the proposed changes to traffic arrangements.

The main attention will be paid to residents on the corridor and its area of influence, plus the following target groups: owners of shops and cafes, employed in shops and cafes, shops and cafe’s deliverers; customers; employees of various state or city institutions, students, people who use this corridor on daily basis, visitors to the city.

Our core target group is 500 people of those same target groups; these are the people who will be included in the IMMC.

#### 4. Flow of activities within the IMMC

Within measure 4.1-LJU the Faculty of Social Sciences in 2009 conducted a “Public opinion survey”.

1. Preparation of a leaflet with information about the project, changing travel habits and with an invitation to participate in the IMMC – 15.9.2010
2. Preparation of the data base (list of streets) of 2,000 individuals, which will be informed about the project and called to participate in IMMC – 10. 9. 2010; REC
3. Preparation of the information sheet with a questionnaire – do 15. 10. 2010; REC
4. Informing 2,000 individuals and gathering people to participate in the IMMC – 15. 9. – 15. 11 2010; REC
5. In necessary once more distributing the leaflet for gathering people to participate in IMMC (February, March 2011)
6. Processing of acquired questionnaires – completed no later than April 2011)
7. Implementing IMMC 500 persons –from April to June 2011; REC
8. Preparation of the report about the completed IMMC (July 2011); REC
9. Repetition of the Public opinion survey (including our 500 people) – in one year; FDV
10. Presentation of the results of this survey – April 2012; FDV
11. Preparation of a Trainings manual for the employees of the municipality and other stakeholders on the implementation of Mobility Marketing Campaign – May 2012; REC
12. Implementation of a workshop for the employees of the municipality and other stakeholders on the implementation of Mobility Marketing Campaign – May 2012; REC

**5. Evaluation:** The success of the implementation of the IMM will be reflected in the comparison of responses of selected 10 questions (those that are taken from the Faculty's survey, and used in our questionnaire), which indicate whether individuals changed their travel behaviour, and additionally we will ask them what influenced the change in their travel habits, with a possible answer as well: a home visit in the campaign IMM.

#### 6. Planned deliverables

6.1.

In the survey obtained data that will show the eligibility of other measures in the project.

6.2.

Information material to be used in the campaign IMM.

6.3.

Trainings manual for municipal employees and other stakeholders on the implementation of Mobility Marketing campaigns.

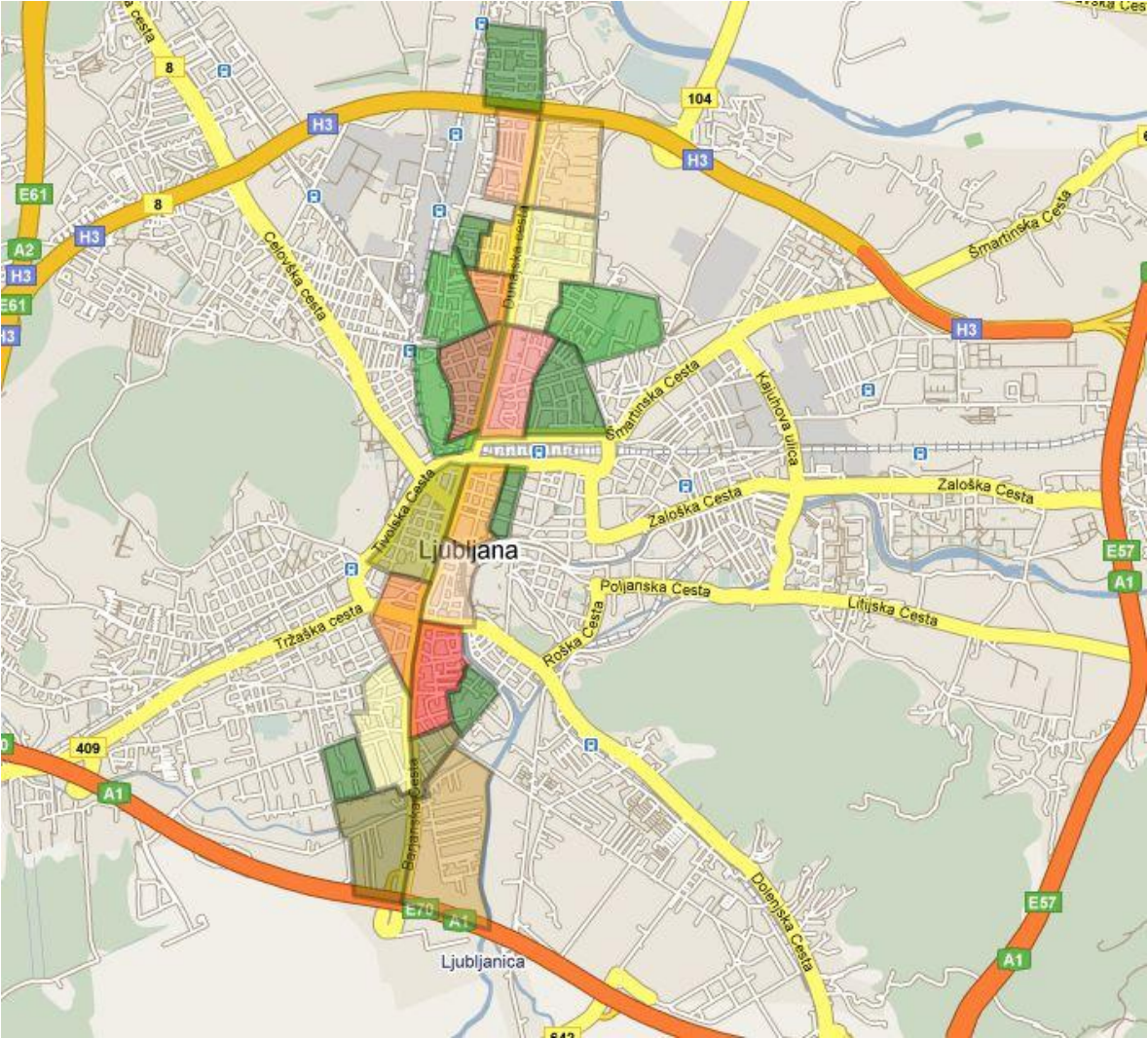
6.4.

The workshop for municipal employees and other stakeholders on the implementation of Mobility Marketing campaigns.

#### 4. List of selected streets in the specific geographical area, from which 2,000 individuals for IMM were/ are gathered

<b>OB BARJANKI</b>	32. Mirje 33. Mivka 34. Mokrška 35. Murnikova 36. Ob pristanu 37. Opekarska 38. Pod brezami 39. Pod hrasti 40. Pod jelšami 41. Pod topoli 42. Pot na Rakovo Jelšo 43. Preserska 44. Razdevškova 45. Riharjeva 46. Srebrničeva 47. Staretova 48. Stranska pot 49. Strmeckijeva 50. Švabičeva 51. Travniška 52. Trnovska 53. Ul. Andreja Kumarja 54. Ul. Jožeta Mirtiča 55. V Murglah 56. Vrtna 57. Vulčeva 58. Zelena pot 59. Zeljarska 60. Ziherlova 61. Zoisova	<b>OB SLOVENSKI</b>	32. Slovenska cesta 33. Štefanova 34. Šubičeva 35. Tavčarjeva 36. Tomšičeva 37. Trg OF 38. Trubarjeva 39. Turjaška 40. Valvasorjeva 41. Vegova 42. Veselova 43. Vošnjakova 44. Wolföva 45. Židovska 46. Župančičeva
1. Aškerčeva 2. Barjanska cesta 3. Bistriška 4. Bogišičeva 5. Borovniška 6. C. dveh cesarjev 7. C. na Loko 8. C. na Mesarico 9. C. v Mestni log 10. C. v Zeleni log 11. Čanžekova 12. Delakova 13. Devinska 14. Eiprova 15. Emonska 16. Gradaška 17. Groharjeva 18. Hladnikova 19. Javorjev drevored 20. Jeranova 21. Juvanova 22. Karunova 23. Kermaunerjeva 24. Kladežna 25. Kopališka 26. Krakovski nasip 27. Lampetova 28. Levarjeva 29. Makucova 30. Marentičeva 31. Metliška	32. Hacquetova 33. Herberstajnova 34. Hranilniška 35. Hubadova 36. Ipavčeva 37. Jakšičeva 38. Jarnikova 39. Ježica 40. Kalingerjeva 41. Kardeljeva pl. 42. Kočenska 43. Komanova 44. Koroška 45. Kranjčeva 46. Kržičeva 47. Kumrovška 48. Kurilniška 49. Lavričeva 50. Likozarjeva 51. Linhartova 52. Livarska 53. Lužiško-Srbska 54. Mariborska 55. Marice Kovačeve 56. Maroltova 57. Mašera-Spašića 58. Mucherjeva 59. Nade Ovčakove 60. Neubergerjeva 61. Novakova 62. Novinarska 63. Ogrinčeva 64. Omahnova	65. Palmejeva 66. Parmova 67. Peričeva 68. Pleteršnikova 69. Podmilščakova 70. Popovičeva 71. Posavskega 72. Prekmurska 73. Preradovičeva 74. Presetnikova 75. Pribinova 76. Ptujška 77. Puhova 78. Ravbarjeva 79. Reboljeva 80. Robbova 81. Robičeva 82. Rodičeva 83. Samova 84. Slovenčeva 85. Smoletova 86. Stadionska 87. Staničeva 88. Stolpniška 89. Šarhova 90. Štembalova 91. Štihova 92. Titova 93. Tolstojeva 94. Tomačevska 95. Topniška 96. Trebinjska 97. Trg 9. maja	98. Triglavska 99. Trstenjakova 100. Turnerjeva 101. Ul. 7. sept. 102. Ul. aktivistov 103. Ul. M. Mikuža 104. Ul. Padlih borcev 105. Ul. Pohorskega bataljona 106. Ul. Prvoborcev 107. Ul. Rezke Klopčič 108. Ul. Staneta Severja 109. Valjhunova 110. Velikovškova 111. Vilharjeva 112. Vodovodna 113. Vojkova 114. Vurnikova 115. Za gasilskim domom 116. Zagrebška 117. Zupanova 118. Železna c. 119. Zolgerjeva

**5. Geographic representation of the area, from which 2,000 individuals for IMM campaign were gathered**





## 6. Notification of Individualised mobility marketing campaign in the local media

Poročila

52

# Ljubljanske novice

### Povabilo v Združenje trgovcev mesta Ljubljane

GZS - Podjetniško trgovska zbornica (PTZ) januarja 2011 ustanavlja Združenje trgovcev mesta Ljubljane. PTZ je že leta 2009 začela s kampanjo *Ohranimo lokalnega trgovca*, katere končni cilj je ohranjanje in rast manjših lokalnih trgovskih podjetij v Sloveniji, ki jih je koncentracija trgovine v zadnjih letih močno prizadela. Kampanja želi opozoriti na pomembnost navzočnosti lokalnega trgovca za ohranitev družbenega in kulturnega življenja v mestnih središčih. Mestni trgovci krepijo socialno noto prebivalstva v mestih, prispevajo k novemu načinu urbanega družbenega življenja, preživljanja prostega časa v mestnih središčih, pa tudi k oživiljanju mestnih jeder. PTZ je poleti 2010 v sodelovanju z Ekonomsko fakulteto v Ljubljani izvedla tudi raziskavo o problematiki trgovcev mesta Ljubljane ter nakupovalnih navadah potrošnikov v Ljubljani. Med anketiranimi trgovci v zadnjih dveh letih tretjina opaža upad prometa v višini več kot 30 odstotkov, nadaljnja tretjina pa upad med 10 in 30 odstotki. Trgovci so ocenili, da sta glavna razloga za nastale razmere zlasti upad kupne moči ter splošna gospodarska in finančna kriza. Pomemben negativen vpliv so pripisali tudi nakupovalnim središčem na obrobju mesta. V raziskavi je bilo ugotovljeno, da potrošnike v Ljubljani najbolj motijo slaba dostopnost in premajhna zmogljivost parkirišč, visoka cena parkiranja ter neurejenost javnih sanitarij. Slabo ocenjujejo tudi delo policije in skrb za varnost ljudi. Potrošniki v Ljubljani so najbolj zadovoljni z gostinstvo in kulturno ponudbo v mestu ter z urejenostjo trgovin. Potrebo po ustanovitvi Združenja trgovcev mesta Ljubljane so trgovci izrazili že januarja 2010 na 1. srečanju trgovcev mesta Ljubljane ter na drugem srečanju septembra 2010 z županom Zoranom Jankovičem, ko se je zbralo skoraj 100 trgovcev.

**Namen Združenja je povezati trgovce v mestu Ljubljani, da bodo prek Združenja lažje uresničevali skupne interese in ustvarjali boljše pogoje poslovanja.**

Združenje si bo prizadevalo za:

- **vzpostavitev mestnega marketinga v Ljubljani:** PTZ začenja s projektom januarja 2011 v sodelovanju z avstrijskimi partnerji, projekt bo izpeljan po vzoru mestnih jeder v zahodni Evropi;
- **skupne promocijske akcije ter vzpostavitev sodelovanja med trgovci:** izdaja promocijskih zloženek s predstavljajo ponudbe v mestnem jedru, organizacija dogodkov, modnih revij, vzpostavitev e-portala Združenja,

skupna e-trgovina, skupna srečanja, druženja ter izbor najljepše trgovine v sodelovanju s Turizmom Ljubljana;

- **izvajanje kampanje Ohranimo lokalnega trgovca:** člane Združenja bomo po želji opremili s promocijskimi majicami, nakupovalnimi vrečkami in zloženkami kampanje ter tako širili med potrošniki zavest o pomenu ohranjanja mestnega središča in prednostih nakupovanja v mestnih jedrih;
- **organizacija aktualnih izobraževanj in usposabljanj po meri trgovcev:** novi koncepti trgovin, trendi v opremitvi trgovine in izložb, usposabljanje prodajalcev, ustanovitve spletne trgovine ...;
- **informiranje o aktualnih dogodkih, poslovnih priložnostih, zakonskih spremembah, posredovanje poslovnih informacij ter brezplačno svetovanje in informiranje za področje trgovine in trgovinskega poslovanja.**

Vabimo vas, da se nam pridružite in aktivno z nami soustvarjate prijaznejše mestno jedro v Ljubljani! Za pristop v Združenje, informacije in vaše predloge se obrnite na koordinatorko Združenja Bojano Zarnik (tel.: 01/ 58 98 485, e-naslov: bojana.zarnik@gzs.si).

### Nova storitev na spletni aplikaciji kartice urbana

10. januarja je na spletni strani urbane začela delovati nova podstran, ki lastnikom kartic urbana ponuja pregled stanja in porabe na kartici. Imetniki imenskih kartic bodo prek spletne aplikacije lahko spremljali dnevne podatke o opravljenih validacijah, porabo in stanje na svojih karticah. Nova aplikacija razširja paleto storitev zelene imenske vozovnice urbane in omogoča uporabniku mestnega potniškega prometa, da prek spleta preveri opravljene nakupe z urbano, vrednost nakupov, stanje dobrotmetja in tipe vozovnic, ki jih uporabnik ima ali jih je imel zapisane na urbani.

Uporabniki bodo za vstop na sistem uporabniške strani urbane pridobili svojo aktivacijsko kodo na urbanomatu. Ob prvi prijavi na uporabniško stran vpišejo številko kartice, aktivacijsko kodo in svoje geslo, ob kasnejši prijavi pa bo vsak uporabnik do podatkov o stanju na kartici dostopal le s številko kartice in geslom. Ob prvi prijavi bo sistem od uporabnika zahteval pregled in potrditev splošnih pogojev uporabe portala, saj se podatki brez uporabnikovega soglasja ne hranijo. Uporabnik bo ob prijavi tudi izbral obdobje, za katero se bodo podatki hranili (1, 3, 6 ali 12 mesecev). Vpogled v našete podatke je uporabniku na voljo

od dneva registracije do izteka obdobja hrambe in prikazovanja podatkov, ki ga uporabnik sam izbere. S trajno odjavo iz sistema bodo podatki povsem izbrisani. Aktivacijska koda, ki jo uporabnik pridobi na urbanomatu, je potrebna zaradi varovanja osebnih podatkov. Prav tako so varovanju osebnih podatkov namenjeni Splošni pogoji uporabe spletnega portala. Na podlagi izkušenj in informacij o sprejetosti nove aplikacije urbana s strani uporabnikov, se bo LPP v prihodnosti odločil tudi o možnosti vplavljanja dobroimetja na urbano. Nova aplikacija je dostopna na spletnem naslovu <http://urbana.jh.si/>

### Sodelujte v akciji za spremembo potovalnih navad

V Ljubljano se vsak dan pripelje od 120 do 140 tisoč vozil, v katerih je največkrat le 1 potnik. Mnogi se vozijo manj kot 2,5 km, kar prehodimo v približno pol ure. S projektom CIVITAS ELAN želimo to spremeniti! **Zato izvajamo akcijo nagovarjanja posameznikov k spremembi potovalnih navad.**

Gre za seznanjanje občanov in občanov z zdravju in okolju prijaznejšimi potovalnimi navadami in pomoč pri iskanju zanje najustreznejših načinov premikanja po mestu v okviru danih možnosti. Morda se že leta v službo vozite z avtom, stojite v kolonah in se maucite z iskanjem parkirnega prostora, ker imate še vedno v spominu, da avtobus do vaše lokacije ne vozi. Medtem pa je bila npr. vzpostavljena nova avtobusna proga, kar pomeni, da bi lahko spremenili vaš vsakodnevni način prevoza v službo.

Da pa bi to lahko storili, prosimo za vašo pomoč. **Za izvedbo te akcije potrebujemo sodelovanje 250 prebivalcev in prebivalcev Ljubljane (različnih poklicev, starosti itd.), ki stanujejo v širšem pasu ob Barjanski, Slovenski in Dunajski cesti v Ljubljani** in bi si bili pripravljeni vzeti nekaj časa za: • izpolnjevanje kratkega vprašalnika, ki ga bomo poslali po pošti; • pogovor z našim anketarjem, ki bo sodejajoče spomladi 2011 obiskal na domu in jih povprašal o njihovih potovalnih navadah ter seznanil z novimi prometnimi rešitvami in možnostmi prevoza; • potencialno sodelovanje v raziskavi javnega mnenja, ki bo izvedena v letu 2012.

Če ste pripravljeni sodelovati, prosimo, pošljite e-pismo z vašimi podatki (ime in priimek, natančen naslov, telefon in e-naslov) na [info@rec-lj.si](mailto:info@rec-lj.si) ali pokličite na tel.: 0590 81 261.

Že naprej se vam najlepše zahvaljujemo.

### Dijaki gimnazije Ledina med Ljubljano in Liverpoolom

Na Gimnaziji Ledina v Ljubljani, šoli z več kot 130-letno tradicijo, se zavedamo pomena vloge šole pri seznanjanju dijakov z družbenimi in političnimi vprašanji ter njihovega vključevanja tako v različne dejavnosti kot tudi družbene organizacije. Kot plod premišljevanja o tem, kako krepiti pri mladih zavedanje o tem, v kako lepem mestu živijo oz. obiskujejo solo, zanimanje za težave skupnosti in predvsem dejavnost vlogi pri reševanju težav smo zasnovali ekskurzijo v Veliko Britanijo malo drugače.

Pot nas je vodila skozi London, Oxford, Wales, Liverpool, Manchester in Chester, kjer smo si ogledali številne znamenitosti. Vsi vodili so bili naravnih govorcev, domačini, tako da smo lahko izpopolnjevali svoje znanje angleščine, se privajali različnim akcentom in dobivali tudi informacije, ki jih v knjigah ali na spletu ne bi. V Walesu so nas seznanili s problemom dvojezičnosti in asimilacije, učili smo se celo valizansčine. Zaradi počitnic nismo mogli preživeti dneva v angleški srednji šoli, namesto tega so nas sprejeli predstavniki Evropskega dijaškega parlamenta iz Liverpoola, ki mu rada prisluhne in ga podpira tudi županja Liverpoola Hazel Williams. Evropski dijaški parlament vključuje vedno več mladih, ki želijo biti aktivni oblikovalci življenja in sprememb v svojem kraju. Odbore imajo v skoraj vseh evropskih državah, vsako leto organizirajo tri mednarodna srečanja, ugotovitve in pobude pa pošljejo Evropskemu parlamentu. EYPJ se je leta 2003 povezal s takratno dijaško organizacijo Slovenije, vendar se, kot pravi takratni varuh dijakovih pravic Jaka Gepec, sodelovanje ni razvilo. Morda je zdaj pravi trenutek, da se dijaki povežejo tudi s svojimi vrstniki iz tujine, saj bo jeseni leta 2011 srečanje organizirano v Zagrebu. Poleg tega je bilo problematiki aktivnejše vloge mladih namenjeno tudi srečanje v Državnem zboru 6. decembra lani.

Ker je za naš obisk izvedela županja Liverpoola Hazel Williams, nas je želela sprejeti v Mestni hiši. V pogovoru z nami se je zadržala dve uri in dijake pozvala, naj bodo ponosni na svoj kraj, državo, znanje tujih jezikov, predvsem pa naj se zavedajo, da se njihov glas lahko sliši, torej morajo biti aktivni oblikovalci prihodnosti. Presenečeni smo bili nad njeno neposrednostjo, iskrenim zanimanjem, pozornostjo in spodbudo. S svojim zgledom in besedami je pustila neizbrisen pečat. Želela je, da prenesemo pozdrave županu Zoranu Jankoviču in povemo, da bi jo veselilo sodelovanje med obema mestoma. Ena od dijakinj

## 7. Leaflets, used in the Mobility Marketing Campaign

Two types of leaflets are/ were used during the Mobility Marketing Campaign.

**5.1** Leaflet used for gathering specific groups of people and other stakeholders to participate in the IMMC.



# LJUBLJANA



### Peljati se ali ne peljati se z avtomobilom? To zdaj ni več vprašanje!

**Pustimo avtomobile doma ...  
... pojdimo peš, s kolesom, z avtobusom, z vlakom!**

Naredili bomo veliko dobrega za okolje in za naše zdravje:

- manj škodljivih izpustov v ozračje
- več gibanja, več druženja
- manj stresa zaradi gneče in iskanja parkirnega mesta

V Ljubljano se vsak dan pripelje od 120 do 140 tisoč vozil, v katerih je največkrat le 1 oseba. Mnogi se vozijo manj kot 2,5 km, kar prehodimo v približno pol ure.

**S projektom CIVITAS ELAN želimo to spremeniti!  
Pridružite se nam!**

**Sodelujte v naši kampanji "mobilnostnega marketinga" -  
spremenite svoje potovalne navade!**



REGIONALNI CENTER ZA OKOLJE  
Slovenija



Mestna občina  
Ljubljana

**Zelim sodelovati  
v kampanji individualiziranega mobilnostnega marketinga  
v okviru projekta CIVITAS ELAN.**

**Dijak/študent – zaposlen - upokojenec**

Ime in priimek:  
Naslov:  
E-pošta:  
Tel./GSM:

Soglašam, da Regionalni center za okolje Ljubljana za potrebe projekta Civitas Elan uporablja in hrani moje osebne podatke, in sicer največ 3 leta oziroma do preklica mojega soglasja.



# LJUBLJANA



**Kaj je kampanja individualiziranega mobilnostnega marketinga?**  
Gre za seznanjanje občank in občanov z zdravju in okolju prijaznejšimi potovalnimi navadami in pomoč pri iskanju zanje najustreznejših načinov "premikanja po mestu" v okviru danih možnosti.  
*Morda se že leta v službo vozite z avtom, stojite v kolonah in se mučite z iskanjem parkirnega prostora, ker imate še vedno v glavi, da avtobus do vaše lokacije ne vozi. Medtem pa je bila npr. vzpostavljena nova avtobusna trasa, kar pomeni, da bi lahko spremenili vaš vsakodnevni način prevoza v službo.*

**Kaj pomeni sodelovati v tej kampanji?**

- izpolnjevanje kratkega vprašalnika, ki vam ga bomo poslali po pošti;
- pogovor z našim anketarjem, ki vas bo spomladi 2011 obiskal na domu, vas povprašal o vaših potovalnih navadah ter seznanil z novimi prometnimi rešitvami in možnostmi prevoza;
- potencialno sodelovanje v raziskavi javnega mnenja, ki bo izvedena v letu 2012.

**Že vnaprej se Vam  
najlepše zahvaljujemo!**






**Namen projekta CIVITAS ELAN** je razvoj trajnostnega, čistejšega in energetsko varčnejšega transportnega sistema v 5-ih evropskih mestih: Ljubljani, Gentu, Zagrebu, Brnu in Portu, s poudarkom na uporabnikom prijaznem javnem prometu, kolesarjenju, hoji, uporabi alternativnih virov energije itd.

[www.civitasljubljana.si](http://www.civitasljubljana.si)

**Do leta 2012, ko se bo projekt zaključil, bomo izvedli še kar nekaj ukrepov.** Eden izmed ključnih bo vzpostavitev visoko kakovostnega koridorja javnega prometa po Barjanski, Slovenski in Dunajski cesti vse do športno-poslovnega kompleksa v Stožicah, po katerem bomo uvedli rumeni pas izključno za javni potniški promet ter določene omejitve za osebni avtomobilski promet.

## 5.2 Leaflet used in the first part of IMM campaign for 2,000 individuals




**Spremenite vaš način potovanja - dvignite kakovost življenja!**

Spoštovana meščanka, spoštovani meščan!


V zadnjih treh letih ste zagotovo že slišali za projekt CIVITAS ELAN, katerega glavni namen je razvoj okolju in človeku prijaznega prometnega sistema v Ljubljani, s poudarkom na kakovostni, enostavni in varni rabi javnega prometa, kolesarjenju in hoji. Pri tem želimo kar se da upoštevati mnenja in pričakovanja meščanov ter hkrati izboljšati prometne rešitve za tiste, ki v našem mestu ne živijo, a vanj prihajajo na delo, po nakupih, na kulturne, športne in druge prireditve.

Koordinator projekta je Mestna občina Ljubljana, ki pri izvajanju projekta enakovredno in intenzivno sodeluje z naslednjimi slovenskimi partnerji: Ljubljanski potniški promet, Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani, Urbanistični inštitut Republike Slovenije, Prometni inštitut Ljubljana, Kmetijski inštitut Slovenije, Regionalni center za okolje, Institut Jožef Stefan, Telargo, d.o.o., in Slovenske železnice.

Regionalni center za okolje (REC) v sodelovanju s Fakulteto za družbene vede Univerze v Ljubljani pod okriljem projekta CIVITAS ELAN izvaja **t.i. kampanjo individualiziranega mobilnostnega marketinga**, ki se osredotoča na osebni pristop pri spreminjanju potovalnih navad.

**Poglejmo podrobneje, za kaj gre!** 

**Več o projektu CIVITAS ELAN**  
najdete na spletni strani  
[www.civitasljubljana.si](http://www.civitasljubljana.si)



Spremembe prometne ureditve v mestu za meščanke in meščane pomenijo spremembo naših potovalnih navad, kar nam ponavadi ni ravno po godu in na novosti nismo pripravljeni pogledati s pozitivne plati in s širšega zornega kota.

Zato želimo v okviru naše kampanje občanke in občane osebno seznaniti z novostmi na področju prometa v Ljubljani in jim hkrati pomagati pri iskanju zanje čim bolj ustreznih ter zdravju in okolju prijaznejših potovalnih navad v okviru danih možnosti (peš, s kolesom, z javnim prevozom, kombinacija ...)

*Morda se že leta in leta v službo vozite z avtom, stojite v kolonah in se mučite z iskanjem parkirnega prostora, ker imate še vedno v glavi, da avtobus do vaše lokacije sploh ne vozi. Medtem pa je na primer prišlo do za vas pozitivne spremembe avtobusne trase, kar pomeni, da bi lahko spremenili vaš vsakodnevni način poti v službo.*

**Kampanja trenutno že poteka, zelo pa bomo veseli, če se nam boste pridružili tudi Vi!**


Sodelovanje v kampanji pomeni:

- izpolnjevanje kratkega vprašalnika, ki vam ga bomo poslali po pošti;
- pogovor z našim anketarjem, ki vas bo jeseni 2011 obiskal na domu, vas povprašal o vaših potovalnih navadah ter seznanil z novimi prometnimi rešitvami in možnostmi prevoza;
- potencialno sodelovanje v raziskavi javnega mnenja, ki bo izvedena v letu 2012.

**Če ste zainteresirani za nadaljnje sodelovanje, vas vljudno prosimo, da pošljete e-pošto z vašimi podatki (ime in priimek, točen naslov, telefon) na e-naslov: [info@rec-lj.si](mailto:info@rec-lj.si) ali pokličete na telefonsko številko 01 425 68 60.**


Že vnaprej se vam najlepše zahvaljujemo!

Lep pozdrav,  
ekipi Regionalnega centra za okolje  
in Fakultete za družbene vede



REGIONALNI CENTER ZA OKOLJE  
Slovenija

Univerza v Ljubljani  
Fakulteta za družbene vede



### 5.3 Preliminary leaflets used in the preparation stage



\*\*\*

Spoštovani !

V okviru projekta CIVITAS ELAN, katerega koordinatorka je Mestna občina Ljubljana ([www.civitasljubljana.si](http://www.civitasljubljana.si)) bomo v letu 2011 izvajali kampanjo "individualiziranega mobilnostnega marketinga". Da pa bi to lahko storili, potrebujemo 300 oseb (čim bolj različnih profilov, starosti itd), ki stanujejo v širšem pasu ob Barjanski, Slovenski in Dunajski cesti in bi bili seveda pripravljeni sodelovati. Več je zapisano v informaciji, ki jo pripenjam!

Ker je precej ulic oz. na njih stanujočih občank in občanov, ki pridejo v poštev za našo kampanjo, iz **vaše četrtnе skupnosti**, bi vas prosili za pomoč pri razširjanju informacije o tej kampanji in pridobivanju morebitnih zainteresiranih, morda z objavo na oglasnih deskah, pošiljanjem po e-pošti itd.

Regionalni center za okolje  
za srednjo in vzhodno Evropo  
Slovenska cesta 5  
1000 Ljubljana, Slovenija  
tel.: + 386 1 251 92 24  
faks: + 386 1 421 0939  
<http://www.rec-lj.si/>

The Regional Environmental Center  
for Central and Eastern Europe  
<http://www.rec.org/>

\*\*\*

Povabilo k sodelovanju je naslednje:

*Sodelujte v naši kampanji “mobilnostnega marketinga” - spremenite svoje potovalne navade!*

*V sklopu projekta CIVITAS ELAN bomo izvajali "kampanjo individualiziranega mobilnostnega marketinga". Gre za seznanjanje občank in občanov z zdravju in okolju prijaznejšimi potovalnimi navadami in pomoč pri iskanju zanje najustrežnejših načinov “premikanja po mestu” v okviru danih možnosti. Morda se že leta v službo vozite z avtom, stojite v kolonah in se mučite z iskanjem parkirnega prostora, ker imate še vedno v glavi, da avtobus do vaše lokacije ne vozi. Medtem pa je bila npr. vzpostavljena nova avtobusna trasa, kar pomeni, da bi lahko spremenili vaš vsakodnevni način prevoza v službo.*

*Da pa bi to lahko storili, prosimo za vašo pomoč: za izvedbo te kampanje potrebujemo 300 oseb (čim bolj različnih profilov, starosti itd), ki stanujejo v širšem pasu ob Barjanski, Slovenski in Dunajski cesti v Ljubljani, ki bi si bile pripravljene vzeti nekaj časa za:*

- izpolnjevanje kratkega vprašalnika, ki ga bomo poslali po pošti;*
- pogovor z našim anketarjem, ki bo sodelujoče spomladi 2011 obiskal na domu in jih povprašal o njihovih potovalnih navadah ter seznanil z novimi prometnimi rešitvami in možnostmi prevoza;*
- potencialno sodelovanje v raziskavi javnega mnenja, ki bo izvedena v letu 2012.*

*Če ste pripravljeni sodelovati, prosimo, pošljite e-pošto z vašimi podatki (ime in priimek, točen naslov, zaposlitveni status, telefon in e-naslov, ) na [ni-na.urataric@rec-lj.si](mailto:ni-na.urataric@rec-lj.si) ali pokličite po tel. 0590 81 261*

*Že vnaprej se Vam najlepše zahvaljujemo!*

*Ekipo projekta CIVITAS ELAN*

*[www.civitasljubljana.si](http://www.civitasljubljana.si)*

## 8. The implementation of the first part of the IMMC

The first part of the IMM campaign includes informing 2,000 citizens in the specific geographical area about the improvements in the city's transport scheme and alternative modes of transport in Ljubljana (and also about this project measure and about the project in general).

We decided that the best way to reach such a number of people in a specific area is with so called »direct mail«.

So we prepared a leaflet with necessary information (see chapter 5.2) and list of streets to which this mail should be delivered (see chapter 3.). As there are a lot more than 2,000 households in the assigned area, we calculated that approximately 7 to 8 households in one street should receive the leaflet.

The leaflet was distributed on 1 and 2 September 2011.

## 9. Implementation of individualised marketing strategy kicked-off

The implementation of the IMM was kicked off with a slight delay, i.e. on 9 May 2011

Below are presented various scenarios – i.e. Guidelines for interviews with people which use different modes of transport – IMMC. The guidelines helped us to properly lead the interviews in a certain direction – towards the discussion about alternative modes of transport.

### Scenario 1:

#### **Scenarij 1: najpogostejše prevozno sredstvo AVTO**

Zakaj?

Kaj vidite kot največji problem vožnje z osebnimi vozili v širšem mestnem središču Ljubljane? (gneča na cesti, iskanje parkirnih prostorov ...)

Ali menite, da lahko sami kako pripomorete k rešitvi tega problema?

Ste morda že kdaj razmišljali oz. poskusili z uporabo javnega prevoza/kolesa?

Pod kakšnimi pogoji oz. v kakšnem primeru pa bi se odločili za JP/kolo?

Ali poznate spremembe oz. izboljšave, ki so bile uvedene v zadnjih treh letih na področju javnega prevoza/kolesarjenja?

- ... mnoge izmed njih so ukrepi projekta CIVITAS ELAN (se jih našteje, na kratko opiše ...)
- ... v prihodnje se načrtuje tudi uvedba t.i. koridorja »Zmajev rep« (se opiše) – se vam zdi to dobra ideja?

### Scenario 2:

#### **Scenarij 2: najpogostejše prevozno sredstvo JAVNI PREVOZ**

Zakaj?

Kaj vidite kot največji problem javnega prevoza v Ljubljani (kaj vas jezi)?

Kako menite, da bi to lahko izboljšali?

Ali poznate spremembe oz. izboljšave, ki so bile uvedene v zadnjih treh letih na področju javnega prevoza/kolesarjenja?

- ... mnoge izmed njih so ukrepi projekta CIVITAS ELAN (se jih našteje, na kratko opiše ...)
- ... v prihodnje se načrtuje tudi uvedba t.i. koridorja »Zmajev rep« (se opiše) – se vam zdi to dobra ideja?

### Scenario 3:

#### **Scenarij 3: najpogostejše prevozno sredstvo KOLO**

Zakaj?

Kaj vidite kot največji problem vožnje s kolesom v Ljubljani?

Kako menite, da bi to lahko izboljšali?

Ali poznate spremembe oz. izboljšave, ki so bile uvedene v zadnjih treh letih na področju javnega prevoza/kolesarjenja?

- ... mnoge izmed njih so ukrepi projekta CIVITAS ELAN (se jih našteje, na kratko opiše ...)
- ... v prihodnje se načrtuje tudi uvedba t.i. koridorja »Zmajev rep« (se opiše) – se vam zdi to dobra ideja?

As we are facing a problem low response rate of population to activities, which try to include them i.e. engage them to participate in the IMMC process, the schedule for the implementation of the Individualised mobility marketing campaign was divided into two parts – while one part was implemented according to the foreseen plan, the second part of activities will intensify in October and November 2011.

The division of the IMMC into two parts will enable the planners of the IMMC to have a preliminary sweep (observation) of the terrain and the localities where the IMMC will be implemented. This will give an opportunity to estimate the efforts, possible supplements and help to prepare the final phase of the implementation of the especially deep communication MMS. Expansion of period of implementation of IMMC is useful also due to the summer vacation during July and August, when a large number of inhabitants in the Ljubljana are absent.

For actual terrain work we engaged 8 students, who were given exact instructions, how to perform interviews and various materials for citizens (CIVITAS-ELAN brochure, leaflet, etc.). Also it was agreed that for each individual interview they will prepare a so called “note” (picture 1), with which we will get some feedback and will at the same time serve as a proof of the performed interview.

**CIVITAS** LJUBLJANA   REGIONALNI CENTER ZA OKOLJE Slovenija

*Projekt CIVITAS ELAN - Ukrep 4.1 "Kampanja individualiziranega mobilnostnega marketinga"*

ZABELEŽKA POGOVORA

z g./ga \_\_\_\_\_ š / z / u \_\_\_\_\_

Podpis \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_

Vaše najpogostejše prevozno sredstvo je ...

Picture 2

On the actual field some problems arose with reaching people as contacts (e-mails, phones, addresses) were obtained some time ago. And also it has proven quite a challenge to coor-



dinate day and time for the interviews. These challenges will be properly faced in the second part of the campaign.

## 10. Overview of intermediary reports in Slovenian language

(An English summary of this chapter is included in Chapters 8 and 9.)

### **Poročilo o do sedaj izvedenih aktivnostih na ukrepu 4. 1. – individualni mobilnostni marketing**

Pripravi: Regionalni center za okolje  
Ljubljana, September 2011



REGIONALNI CENTER ZA OKOLJE  
Slovenija



## Do sedaj realizirane aktivnosti v okviru kampanje IMM

1. Letak z informacijo o projektu in o spreminjanju potovalnih navad ter s povabilom, naj sodelujejo v kampanji mobilnostnega marketinga, je bil pripravljen 15.9.2010.



# LJUBLJANA



**Peljati se ali ne peljati se z avtomobilom?  
To zdaj ni več vprašanje!**

**Pustimo avtomobile doma ...  
... pojdimo peš, s kolesom, z avtobusom, z vlakom!**

Naredili bomo veliko dobrega za okolje in za naše zdravje:

- manj škodljivih izpustov v ozračje
- več gibanja, več druženja
- manj stresa zaradi gneče in iskanja parkirnega mesta

V Ljubljano se vsak dan pripelje od 120 do 140 tisoč vozil, v katerih je največkrat le 1 oseba. Mnogi se vozijo manj kot 2,5 km, kar prehodimo v približno pol ure.

**S projektom CIVITAS ELAN želimo to spremeniti!  
Pridružite se nam!**

**Sodelujte v naši kampanji "mobilnostnega marketinga" -  
spremenite svoje potovalne navade!**



REGIONALNI CENTER ZA OKOLJE  
Slovenija



Mestna občina  
Ljubljana

Želim sodelovati  
v kampanji individualiziranega mobilnostnega marketinga  
v okviru projekta CIVITAS ELAN.

**Ime in priimek:**  
**Naslov:**  
**E-pošta:**  
**Tel./GSM:**

**Dijak/študent – zaposlen - upokojenec**

Soglašam, da Regionalni center za okolje Ljubljana za potrebe projekta Civitas Elan uporablja in hrani moje osebne podatke, in sicer največ 3 leta oziroma do preklica mojega soglasja.







**Kaj je kampanja individualiziranega mobilnostnega marketinga?**

Gre za seznanjanje občanov in občanov z zdravju in okolju prijaznejšimi potovalnimi navadami in pomoč pri iskanju za nje najustreznejših načinov "premikanja po mestu" v okviru danih možnosti.

*Morda se že leta v službo vozite z avtom, stojite v kolonah in se mučite z iskanjem parkirnega prostora, ker imate še vedno v glavi, da avtobus do vaše lokacije ne vozi. Medtem pa je bila npr. vzpostavljena nova avtobusna trasa, kar pomeni, da bi lahko spremenili vaš vsakodnevni način prevoza v službo.*

**Kaj pomeni sodelovati v tej kampanji?**

- izpolnjevanje kratkega vprašalnika, ki vam ga bomo poslali po pošti;
- pogovor z našim anketarjem, ki vas bo spomladi 2011 obiskal na domu, vas povprašal o vaših potovalnih navadah ter seznanil z novimi prometnimi rešitvami in možnostmi prevoza;
- potencialno sodelovanje v raziskavi javnega mnenja, ki bo izvedena v letu 2012.

**Že vnaprej se Vam najlepše zahvaljujemo!**



**Namen projekta CIVITAS ELAN** je razvoj trajnostnega, čistejšega in energetsko varčnejšega transportnega sistema v 5-ih evropskih mestih: Ljubljani, Gentu, Zagrebu, Brnu in Portu, s poudarkom na uporabnikom prijaznem javnem prometu, kolesarjenju, hoji, uporabi alternativnih virov energije itd.

[www.civitasljubljana.si](http://www.civitasljubljana.si)

**Do leta 2012, ko se bo projekt zaključil, bomo izvedli še kar nekaj ukrepov.** Eden izmed ključnih bo vzpostavitev visoko kakovostnega koridorja javnega prometa po Barjanski, Slovenski in Dunajski cesti vse do športno-poslovnega kompleksa v Stožicah, po katerem bomo uvedli rumeni pas izključno za javni potniški promet ter določene omejitve za osebni avtomobilski promet.

Načrtovali smo, da bo ta letak glavno komunikacijsko sredstvo ukrepa 4. 1 v sklopu Evropskega tedna mobilnosti 2010, vendar pa je veliko dogodkov ETM, kjer bi bilo to izvedljivo, zaradi slabega vremena odpadlo. Prav tako je pozivanje k sodelovanju na tovrstnih dogodkih lahko dvorezen meč, saj morajo osebe bivati na točno določenih ulicah, da so lahko vključene v to kampanjo.

CIVITAS

ELAN



THE CIVITAS INITIATIVE IS CO-FINANCED BY THE EUROPEAN UNION

19

Letak smo tako distribuovali prek zaposlenih na REC-u širšemu krogu potencialnih zainteresiranih ter preko elektronske pošte po CIVITAS adremi in privatnih adresah, preko katerih smo dobili nekaj interesentov, ter 17 podjetjem in institucijam na našem ciljem območju, s pozivom, naj ga posredujejo svojim zaposlenim (poslano 11. 2. 2011), kjer pa je bil odziv minimalen.

Poleg tega smo se obrnili tudi na vse četrtne skupnosti na tem ciljnim območju in jih pozvali, če nam lahko pomagajo pri diseminaciji letaka in jim letak tudi poslali. Žal pa ČS nimajo sistema obveščanja svojih krajanov, tako da so letak le objavili na njihovih spletnih straneh in na oglasni deski na sedežu ČS.

Informacijo o kampanji smo objavili tudi v glasilu Ljubljana (letnik XVI, številka 1, januar 2011), ki ga prejmejo vsa ljubljanska gospodinjstva; odziv je bil minimalen.

## Ljubljanske novice

### Povabilo v Združenje trgovcev mesta Ljubljane

GZS - Podjetniško trgovska zbornica (PTZ) januarja 2011 ustanavlja Združenje trgovcev mesta Ljubljane. PTZ je že leta 2009 začela s kampanjo *Ohranimo lokalnega trgovca*, katere končni cilj je ohranjanje in rast manjših lokalnih trgovskih podjetij v Sloveniji, ki jih je koncentracija trgovine v zadnjih letih močno prizadela. Kampanja želi opozoriti na pomembnost navzočnosti lokalnega trgovca za ohranitev družabnega in kulturnega življenja v mestnih središčih. Mestni trgovci krepijo socialno noto prebivalstva v mestih, prispevajo k novemu načinu urbanega družbenega življenja, preživljanja prostega časa v mestnih središčih, pa tudi k oživiljanju mestnih jeter. PTZ je poleti 2010 v sodelovanju z Ekonomsko fakulteto v Ljubljani izvedla tudi raziskavo o problematiki trgovcev mesta Ljubljane ter nakupovalnih navadah potrošnikov v Ljubljani. Med anketiranimi trgovci v zadnjih dveh letih tretjina opoča upad prometa v višini več kot 30 odstotkov, nadaljnja tretjina pa upad med 10 in 30 odstotki. Trgovci so ocenili, da sta glavna razloga za nastale razmere zlasti upad lupne moči ter splošna gospodarska in finančna kriza. Pomemben negativen vpliv so pripisali tudi nakupovalnim središčem na obrobju mesta. V raziskavi je bilo ugotovljeno, da potrošnike v Ljubljani najbolj motijo slaba dostopnost in premajhna zmogljivost parkirišč, visoka cena parkiranja ter neurejenost javnih sanitarij. Slabo ocenjujejo tudi delo policije in skrbi za varnost ljudi. Potrošniki v Ljubljani so najbolj zadovoljni z gostinstvo in kulturno ponudbo v mestu ter z urednostjo trgovin.

Potrebo po ustanovitvi Združenja trgovcev mesta Ljubljane so trgovci izrazili že januarja 2010 na I. srečanju trgovcev mesta Ljubljane ter na drugem srečanju septembra 2010 z županom Zoranom Janškovičem, ko se je zbralo skoraj 100 trgovcev.

**Namen Združenja je povezati trgovce v mestu Ljubljani, da bodo prek Združenja lažje ustrinjevali skupne interese in ustvarjali boljše pogoje poslovanja.**  
Združenje si bo prizadevalo za:  
• **vzpostavitev mestnega marketinga v Ljubljani** PTZ začne s projektom januarja 2011 v sodelovanju z avstrijskimi partnerji, projekt bo izpeljan po vzoru mestnih jeter v zahodni Evropi.  
• **skupne promocijske akcije ter vzpostavitev sodelovanja med trgovci** izdaja promocijskih zloženk predstavljajo ponudbe v mestnem jedru, organizacija dogodkov, modnih revij, vzpostavitev e-portala Združenja,

skupna e-trgovina, skupna srečanja, druženja ter izbor najboljših trgovine v sodelovanju s Turizmom Ljubljana;  
• **izvajanje kampanje Ohranimo lokalnega trgovca.** Člane Združenja bomo po želji opremili s promocijskimi majicami, nakupovalnimi vrečkami in zloženkami kampanje ter tako širili med potrošniki zavest o pomenu ohranjanja mestnega središča in prednosti nakupovanja v mestnih jedrih;  
• **organizacija aktualnih izobraževanj in usposabljanj po meri trgovcev** - novi koncepti trgovin, trendi v opremitvi trgovine in izloži, usposabljanje prodajalcev, ustanovitev spletne trgovine ...;  
• **informiranje o aktualnih dogodkih, poslovnih priložnostih, zakonskih spremembah, posredovanje poslovnih informacij ter brezplačno svetovanje in informiranje za področje trgovine in trgovinskega poslovanja.** Valjimo vas, da se nam pridružite in aktivno z nami soustvarjate prijaznejše mestno jedro v Ljubljani!  
Za pristop v Združenje, informacije in vaše predloge se obrnite na koordinatorko Združenja Bojano Zarnik (tel.: 01/ 58 98 485, e-naslov: bojana.zarnik@gzs.si).

### Nova storitev na spletni aplikaciji kartice urbana

10. januarja je na spletni strani urbane začela delovati nova podstran, ki lastnikom kartic urbana ponuja pregled stanja in porabe na kartici. Imetniki imenskih kartic bodo prek spletne aplikacije lahko spremljali dnevne podatke o opravljenih validacijah, porabo in stanje na svojih karticah. Nova aplikacija razširja paleto storitev zelene imenske vozovnice urbane in omogoča uporabniku mestnega potniškega prometa, da prek spleta preveri opravljene nakupe z urbano, vrednost nakupov, stanje dobroimetja in tipe vozovnic, ki jih uporabnik ima ali jih je imel zapisane na urbani. Uporabniki bodo za vstop na sistem uporabniške strani urbane pridobili svojo aktivacijsko kodo na urbanomat. Ob prvi prijavi na uporabniško stran vpišejo številko kartice, aktivacijsko kodo in svoje geslo, ob kasnejši prijavi pa bo vsak uporabnik do podatkov o stanju na kartici dostopal le s številko kartice in geslom. Ob prvi prijavi bo sistem od uporabnika zahteval pregled in potrditev splošnih pogojev uporabe portala, saj se podatki brez uporabnikovega soglasja ne hranijo. Uporabnik bo ob prijavi tudi izbral obdobje, za katero se bodo podatki hranili (1, 3, 6 ali 12 mesecev). Vpogled v našete podatke je uporabniku na voljo

od dneva registracije do izteka obdobja hrambe in prikazovanja podatkov, ki ga uporabnik sam izbere. S trajno odjavo iz sistema bodo podatki povsem izbrisani. Aktivacijska koda, ki jo uporabnik pridobi na urbanomat, je potrebna zaradi varovanja osebnih podatkov. Prav tako so varovanju osebnih podatkov namenjeni Splošni pogoji uporabe spletnega portala. Na podlagi izkušenj in informacij o sprejetosti nove aplikacije urbane s strani uporabnikov, se bo LPP v prihodnosti odločil tudi o možnosti vplačevanja dobroimetja na urbano. Nova aplikacija je dostopna na spletnem naslovu <http://urbana.jhls.si/>

### Sodelujte v akciji za spremembo potovalnih navad

V Ljubljani se vsak dan pripelje od 120 do 140 tisoč vozil, v katerih je največkrat le 1 potnik. Mnogi se vozijo manj kot 2,5 km, kar prehodimo v približno pol ure. S projektom CIVITAS ELAN želimo to spremeniti! **Zato izvajamo akcijo nagovarjanja posameznikov k spremembi potovalnih navad.** Gre za seznanjanje občank in občanov z zdravijo in okolju prijaznejšimi potovalnimi navadami in pomoč pri iskanju zarje najustreznejših načinov premikanja po mestu v okviru danih možnosti. Morda se že leta v službo vozite z avtom, stojite v kolonah in se mučite z iskanjem parkirnega prostora, ker imate še vedno v spominu, da avtobus do vaše lokacije ne vozi. Medtem pa je bila npr. vzpostavljena nova avtobusna proga, kar pomeni, da bi lahko spremenili vaš vsakodnevni način prevoza v službo. Da pa bi to lahko storili, prosimo za vašo pomoč. **Za izvedbo te akcije potrebujemo sodelovanje 250 prebivalcev in prebivalcev Ljubljane (različnih poklicev, starosti itd.), ki stanujejo v širšem pasu ob Barjanski, Slovenski in Dunajski cesti v Ljubljani** in bi si bili pripravljeni vzeti nekaj časa za: • Izpolnjevanje kratkega vprašalnika, ki ga bomo poslali po pošti; • pogovor z našim anketarjem, ki bo sodelujoče sponadli 2011 obiskal na domu in jih povprašal o njihovih potovalnih navadah ter seznanil z novimi prometnimi rešitvami in možnostmi prevoza; • potencialno sodelovanje v raziskavi javnega mnenja, ki bo izvedena v letu 2012. Če ste pripravljene sodelovati, prosimo, pošljite e-pismo z vašimi podatki (ime in priimek, natančen naslov, telefon in e-naslov) na [info@rec-jl.si](mailto:info@rec-jl.si) ali pokličite na tel.: 0590 81 261. Če vnaprej se vam najlepše zahvaljujemo.

### Dijaki gimnazije Ledina med Ljubljano in Liverpoolom

Na Gimnaziji Ledina v Ljubljani, soli z več kot 130-letno tradicijo, se zavedamo pomena vloge šole pri seznanjanju dijakov z družbenimi in političnimi vprašanji ter njihovega vključevanja tako v različne dejavnosti kot tudi družbene organizacije. Kot pilot premišljevanja o tem, v kako lepem mestu živijo oz. obiskujejo šolo, zanimanje za težave skupnosti in predvsem premišljevanja o tem, pri reševanju težav smo zasnovali ekskurzijo v Veliko Britanijo malo drugače. Pot nas je vodila skozi London, Oxford, Wales, Liverpool, Manchester in Chester, kjer smo si ogledali številne znamenitosti. Vsi vodilci so bili naravni govorci, domačini, tako da smo lahko izpopolnjevali svoje znanje angleščine, se privajali različnim akcentom in dobivali tudi informacije, ki jih v knjigah ali na spletu ne bi. V Walesu so nas seznanili s problemom dvojezičnosti in asimilacije, učili smo se celo valizanski. Zaradi politično misno mogli preživeti dneva v angleški srednji šoli, namesto tega so nas sprejeli predstavniki Evropskega dijaškega parlamenta iz Liverpoola, ki mu rada prisluhne in ga podpira tudi županja Liverpoola Hazel Williams. Evropski dijaški parlament vključuje vedno več mladit, ki želijo biti aktivni oblikovalci življenja in sprememb v svojem kraju. Odboje imajo v skoraj vseh evropskih državah, vsako leto organizirajo tri mednarodna srečanja, ugotovljive in pobude pa pošljejo Evropskemu parlamentu. EYFP se je leta 2003 povezal s takratno Dijaško organizacijo Slovenije, vendar se, kot pravi takratni varuh dijakovih pravic Jaka Čepec, sodelovanje ni razvilo. Morda je zdaj pravi trenutek, da se dijaki povežejo tudi s svojimi vrstniki iz tujine, saj bo jeseni leta 2011 srečanje organizirano v Zagrebu. Poleg tega je bilo problematiki aktivnejše vloge mladih namenjeno tudi srečanje v Državnem zboru 6. decembra lani. Ker je za naš obisk izvedela županja Liverpoola Hazel Williams, nas je želela sprejeti v Mestni hiši. V pogovoru z nami se je zadržala dve uri in dijake pozvala, naj bodo ponosni na svoj kraj, državo, znanje tujih jezikov, predvsem pa naj se zavedajo, da se njihov glas lahko sliši, torej morajo biti aktivni oblikovalci prihodnosti. Presenečeni smo bili nad njeno neposrednostjo, iskrenim zanimanjem, pozornostjo in spodbudo. S svojim zgledom in besedami je pustila neizbrisni pečat. Želela je, da prenesemo pozdrave županu Zoranu Janškoviču in pomeno, da bi jo veselilo sodelovanje med obema mestoma. Ena od dijakinj

2. Podatkovna baza 2000 oseb iz naših ciljnih skupin, ki jih bomo informirali o projektu in pozvali k nadaljnjemu sodelovanju, je pravzaprav seznam ulic, na katerih morajo posamezniki stanovati oz. morajo podjetja/institucije imeti svoj sedež, da jih lahko vključimo v našo kampanjo. Baza je bila pripravljena 10. 9. 2010.

<p><b>OB BARJANKI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aškerčeva</li> <li>2. Barjanska cesta</li> <li>3. Bistriška</li> <li>4. Bogišičeva</li> <li>5. Borovniška</li> <li>6. C. dveh cesarjev</li> <li>7. C. na Loko</li> <li>8. C. na Mesarico</li> <li>9. C. v Mestni log</li> <li>10. C. v Zeleni log</li> <li>11. Čanžekova</li> <li>12. Delakova</li> <li>13. Devinska</li> <li>14. Eiprova</li> <li>15. Emonska</li> <li>16. Gradaška</li> <li>17. Groharjeva</li> <li>18. Hladnikova</li> <li>19. Javorjev drevored</li> <li>20. Jeranova</li> <li>21. Juvanova</li> <li>22. Karunova</li> <li>23. Kermaunerjeva</li> <li>24. Kladežna</li> <li>25. Kopališka</li> <li>26. Krakovski nasip</li> <li>27. Lampetova</li> <li>28. Levarjeva</li> <li>29. Makucova</li> <li>30. Marentičeva</li> <li>31. Metliška</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>32. Mirje</li> <li>33. Mivka</li> <li>34. Mokrska</li> <li>35. Murnikova</li> <li>36. Ob pristanu</li> <li>37. Opekarska</li> <li>38. Pod brezami</li> <li>39. Pod hrasti</li> <li>40. Pod jelšami</li> <li>41. Pod topoli</li> <li>42. Pot na Rakovo Jelšo</li> <li>43. Preserska</li> <li>44. Razdevškova</li> <li>45. Riharjeva</li> <li>46. Srebrničeva</li> <li>47. Staretova</li> <li>48. Stranska pot</li> <li>49. Strmeckijeva</li> <li>50. Švabičeva</li> <li>51. Travniska</li> <li>52. Trnovska</li> <li>53. Ul. Andreja Kumarja</li> <li>54. Ul. Jožeta Mirtiča</li> <li>55. V Murglah</li> <li>56. Vrtna</li> <li>57. Vulčeva</li> <li>58. Zelena pot</li> <li>59. Zeljarska</li> <li>60. Ziherlova</li> <li>61. Zoisova</li> </ol>	<p><b>OB SLOVENSKI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ajdovščina</li> <li>2. Aškerčeva</li> <li>3. Beethovnova</li> <li>4. Breg</li> <li>5. Cankarjeva</li> <li>6. Cigaletova</li> <li>7. Čopova</li> <li>8. Čufarjeva</li> <li>9. Dalmatinova</li> <li>10. Dvorakova</li> <li>11. Dvorni trg</li> <li>12. Erjavčeva</li> <li>13. Gosposka</li> <li>14. Gosposvetska</li> <li>15. Gregorčičeva</li> <li>16. Igriška</li> <li>17. Jurčičev trg</li> <li>18. Kersnikova</li> <li>19. Komenskega</li> <li>20. Kongresni trg</li> <li>21. Križevniška</li> <li>22. Mikološičeva</li> <li>23. Muzejska</li> <li>24. Nazorjeva</li> <li>25. Petrelova</li> <li>26. Pražakova</li> <li>27. Prešernova</li> <li>28. Puharjeva</li> <li>29. Rimska</li> <li>30. Salendrova</li> <li>31. Slomškova</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>32. Slovenska cesta</li> <li>33. Štefanova</li> <li>34. Šubičeva</li> <li>35. Tavčarjeva</li> <li>36. Tomšičeva</li> <li>37. Trg OF</li> <li>38. Trubarjeva</li> <li>39. Turjaška</li> <li>40. Valvasorjeva</li> <li>41. Vegova</li> <li>42. Veselova</li> <li>43. Vošnjakova</li> <li>44. Wolfova</li> <li>45. Židovska</li> <li>46. Župančičeva</li> </ol>
<p><b>OB DUNAJSKI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apihova</li> <li>2. Avčinova</li> <li>3. Baragova</li> <li>4. Bežigrad</li> <li>5. Bratinova</li> <li>6. Bratoševa pl.</li> <li>7. Ul. bratov Čebuljev</li> <li>8. Ul. bratov Konovarjev</li> <li>9. Ul. carja Dušana</li> <li>10. Celjska</li> <li>11. Cevkova</li> <li>12. Čargova</li> <li>13. Čerinova</li> <li>14. Črtomirova</li> <li>15. Dečkova</li> <li>16. Dermotova</li> <li>17. Detelova</li> <li>18. Dimičeva</li> <li>19. Dravska</li> <li>20. Dunajska</li> <li>21. Einspielerjeva</li> <li>22. Forstnerjeva</li> <li>23. Funtkova</li> <li>24. Glavarjeva</li> <li>25. Glinškova pl.</li> <li>26. Gogalova</li> <li>27. Gorjančeva</li> <li>28. Gosarjeva</li> <li>29. Grafenauerejeva</li> <li>30. Grasseljjeva</li> <li>31. Grintovškova</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>32. Hacquetova</li> <li>33. Herberstajnova</li> <li>34. Hranilniška</li> <li>35. Hubadova</li> <li>36. Ipavčeva</li> <li>37. Jakšičeva</li> <li>38. Jarnikova</li> <li>39. Ježica</li> <li>40. Kalingerja</li> <li>41. Kardeljeva pl.</li> <li>42. Kočenska</li> <li>43. Komanova</li> <li>44. Koroška</li> <li>45. Kranjčeva</li> <li>46. Kržičeva</li> <li>47. Kumrovška</li> <li>48. Kurilniška</li> <li>49. Lavričeva</li> <li>50. Likožarjeva</li> <li>51. Linhartova</li> <li>52. Livarska</li> <li>53. Lužiško-Srbska</li> <li>54. Mariborska</li> <li>55. Marice Kovačeve</li> <li>56. Maroltova</li> <li>57. Mašera-Spasića</li> <li>58. Mucherjeva</li> <li>59. Nade Ovčakove</li> <li>60. Neubergerjeva</li> <li>61. Novakova</li> <li>62. Novinarska</li> <li>63. Ogrinčeva</li> <li>64. Omahnova</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>65. Palmejeva</li> <li>66. Parmova</li> <li>67. Peričeva</li> <li>68. Pletersnikova</li> <li>69. Podmilščakova</li> <li>70. Popovičeva</li> <li>71. Posavskega</li> <li>72. Prekmurska</li> <li>73. Preradovičeva</li> <li>74. Presetnikova</li> <li>75. Pribinova</li> <li>76. Ptujjska</li> <li>77. Puhova</li> <li>78. Ravbarjeva</li> <li>79. Reboljeva</li> <li>80. Robbova</li> <li>81. Robičeva</li> <li>82. Rodičeva</li> <li>83. Samova</li> <li>84. Slovenčeva</li> <li>85. Smoletova</li> <li>86. Stadionska</li> <li>87. Staničeva</li> <li>88. Stolpniška</li> <li>89. Šarhova</li> <li>90. Štembalova</li> <li>91. Štihova</li> <li>92. Titova</li> <li>93. Tolstojeva</li> <li>94. Tomačevska</li> <li>95. Topniška</li> <li>96. Trebinjska</li> <li>97. Trg 9. maja</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>98. Triglavska</li> <li>99. Trstenjakova</li> <li>100. Turnerjeva</li> <li>101. Ul. 7. sept.</li> <li>102. Ul. aktivistov</li> <li>103. Ul. M. Mikuža</li> <li>104. Ul. Padlih borcev</li> <li>105. Ul. Pohorskega bataljona</li> <li>106. Ul. Prvoborcev</li> <li>107. Ul. Rezke Klopčič</li> <li>108. Ul. Staneta Severja</li> <li>109. Valjhunova</li> <li>110. Velikovškova</li> <li>111. Vilharjeva</li> <li>112. Vodovodna</li> <li>113. Vojkova</li> <li>114. Vurnikova</li> <li>115. Za gasilskim domom</li> <li>116. Zagrebška</li> <li>117. Zupanova</li> <li>118. Železna c.</li> <li>119. Žolgerjeva</li> </ol>

3. Začetek izvajanja kampanje IMM na terenu je bil načrtovan za 15. 4. 2011 in dejansko smo imeli takrat vse pripravljeno za »štart« (materiali, študenti itd.). Nato pa je na sestanku projektne skupine CIVITAS 1. 4. 2011 padla odločitev, da se izvajanje kampanje IMM prestavi, in sicer zaradi njene navezave na ukrep 2. 1 (Koridor Zmajev rep). Nato je bil potreben ponoven razmislek, kako s kampanjo nadaljevati, o čemer smo se najprej pomenili vodja ukrepa, evalvator in izvajalec, nadalje pa z našim predlogom seznanili tudi site koordinatorja in vodjo projekta - predlog so potrdili.

Individualizirana mobilnostna kampanja - Ukrep 4.1 - nina.urataric@rec-lj.si - Mozilla Thunderbird

Prejmi pošto Sestavi Adresar Oznaka

Bči po vseh sporočilih ... <Ctrl+F>

Ukrep 4.1 - nina.urataric@rec-lj.si Individualizirana mobilnostna ka...

od Uršič, Matjaž

zadeva Individualizirana mobilnostna kampanja

za Vlado Babič

cc simona.zavratnik@telemach.net, Zdenka Simonovič, simona.zavratnik@fdv.uni-lj.si, Davor Kontić, nina.urataric@rec-lj.si, Milena Marga

oznake Pomembno

13.4.2011 18:05

odgovori odgovori vsem posreduj arhiviraj neželeno izbriši

drugi ukrepi

na skupnem sestanku, kjer smo se sestali predstavniki UL-FDV, REC-a in evalvatorji smo glede na novo nastale razmere v okviru projekta CIVITAS Elan določili smernice po katerih naj bi se nadaljevalo delo na Individualizirani mobilnostni kampanji (ukrep 4.1). Individualizirana mobilnostna kampanja bo potekala v dveh delih. Najprej bo na terenu potekala ozaveševalna kampanja, kjer bo 2000 oseb dobilo na dom različne informacije (v obliki raznovrstnih letakov, publikacij) o projektu, izboljšavah infrastrukture prometne ureditve in samih ukrepih CIVITAS Elan v Ljubljani. Ta del bo stekel že v prvi polovici meseca maja. Temu delu do sledil drugi individualizirane mobilnostne kampanje, ki bo osredotočen na 500 oseb in jih bo skušal prepričati oz. usmeriti k razmisleku, drugačni rabi, uporabi prevoznih sredstev. Ta del bo osredotočen predvsem na postopek, kjer naj bi prek večje intenzivnosti komuniciranja (vzpostavljanja dialoga) ljudi preobrnilo k drugačni uporabi prevoznih sredstev. V ta namen jim bo predstavljena predvsem VIZIJA projekta, ki vključuje večino ukrepov in ciljev (tudi koridor) h katerim stremi CIVITAS Elan kot celota. Ta drugi del, ki vključuje 500 ljudi, bo potekal v dveh etapah, prva polovica ljudi (cc. 250) jih bo vključena že v drugi polovici meseca maja (po prvomajskih praznikih), druga polovica (preostalih 250) pa jih bo v Individualizirano mobilnostno kampanjo vključenih meseca septembra 2011. Na ta način bomo do določene mere obdržali predvideni načrt mobilnostne kampanje + del individualizirane kampanje (250 oseb) bomo za vsak slučaj obdržali za september, ko bo več jasnega tudi o implementaciji koridorja in ali ljudi lahko z gotovostjo obvescemo o koridorju ali naj nadaljujemo bolj s celostno vizijo projekta (prestavitvijo implementacije na nedoločen čas).

Upam, da predstavljeni načrt pokriva vse aspekte projekta in odogovarja na nastale razmere. Kogarkoli, ki ima pomisleke, bi prosil da jih pove zdaj, preden nadaljujemo oz. sprožimo kampanjo, saj bomo kampanjo, ko enkrat steče na terenu težko zaustavili.

Lep pozdrav,

Matjaž Uršič in sodelavci z REC-a.

Re: Individualizirana mobilnostna kampanja - Prejeto - nina.urataric@rec-lj.si - Mozilla Thunderbird

Datoteka Uredi Pogled Pojdi Sporočilo Orodja Pomoč

Prejmi pošto Sestavi Adresar Oznaka

Re: Individualizirana mobilnostna ...

od Vlado Babič

zadeva RE: Individualizirana mobilnostna kampanja 22.4.2011 8:06

za Uršič, Matjaz

cc simona.zavratnik@telemach.net, Zdenka Simonovič, simona.zavratnik@fdv.uni-lj.si, Davor Kontić, nina.urataric@rec-lj.si, Milena Marega, Alenka Loose <alenka.loose@ljubljana.si>, IAZRINIČEK SREČEN MATAŽA <nataca.cersen@gmail.com>

Matjaz,

meni se zdi, da načrt povsem ustreza dogovoru, ki smo ga dosegli na zadnjem skupnem CE LJU sestanku. Poleg tega, dobro je prilagojen realnem stanju glede koridorja, z možnostjo proaktivnega odziva na razvoj dogodkov bodisi v eno ali v drugo smer. Predlagam, da vsebinsko in terminsko sledite temu načrtu.

Lep pozdrav,  
Vlado

**From:** Matjaz Ursic [mailto:matjaz.ursic@fdv.uni-lj.si]  
**Sent:** Thursday, April 21, 2011 3:44 PM  
**To:** Vlado Babič  
**Cc:** simona.zavratnik@telemach.net; Zdenka Simonovič; Zavratnik, Simona; Davor Kontić; nina.urataric@rec-lj.si; milena.marega@guest.arnes.si  
**Subject:** RE: Individualizirana mobilnostna kampanja

Pozdrav vsem,

glede na to da ni bilo posebnih pripomb na novo zastavljen nacrt izvajanja Individualizirane mobilnostne kampanje (spodnji dopis), sporocam da bomo priceli s pripravami na izvajanje kampanje glede na zastavljeni nacrt.

Hkrati vse lepo pozdravljam in zelim prijetne praznike,

lep pozdrav,

Matjaz Ursic.

V skladu s tem dogovorom smo z izvajanjem kampanje pričeli v drugem tednu meseca maja 2011, izvajanje pa omejili nekako do konca junija 2011.

Za izvajanje kampanje smo prek študentskega servisa poiskali 8 študentk in študentov. Dali smo jim ustrezna navodila za delo in materiale (brošura, letak, informacije o projektu itd.) Poleg tega smo se dogovorili, da bodo za vsak opravljen individualni razgovor pripravili t.i. zabeležko, s katero bomo imeli nekaj povratnih informacij ter bo hkrati služila tudi kot dokaz o opravljenem razgovoru.



**LJUBLJANA**

EUROPEAN UNION



REGIONALNI CENTER ZA OKOLJE  
Slovenija

**Projekt CIVITAS ELAN - Ukrep 4.1 "Kampanja individualiziranega mobilnostnega marketinga"**

ZABELEŽKA POGOVORA

z g./ga \_\_\_\_\_ Š / Z / U

Podpis \_\_\_\_\_

Datum:

Vaše najpogostejše prevozno sredstvo je ...

V tej prvi etapi izvajanja kampanje smo se osredotočili na osebe, ki so interes za sodelovanje v kampanji izrazile že leta 2009, ko je FDV izvajal *Public Opinion Survey*. Seznam je obsegal 200 oseb z imenom in priimkom ter naslovom bivanja, pri 115 osebah pa je bil zraven tudi elektronski naslov; pri le nekaj posameznikih je bila navedena telefonska številka.

Osebe, od katerih smo imeli e-naslov, smo najprej kontaktirali preko elektronske pošte. Ker pa je od nabora teh kontaktnih informacij minilo že toliko časa, je vmes prišlo do mnogih sprememb: veliko naslovov je bilo "neobstoječih", nekateri posamezniki so odgovorili na poslano e-pošto, a so nam sporočili, da so se v tem času preselili oziroma da iz drugih (osebni) razlogov niso več zainteresirani za sodelovanje; večina na e-pošto niti ni odgovorila. Z redkimi posamezniki, ki so odgovorili, pa je bilo nadalje potrebno uskladiti termin za obisk na domu, kar pa je vse prej kot enostavno.

Za vse tiste osebe, za katere smo imeli le naslov bivanja, smo skušali poiskati telefonske številke in jih naprej kontaktirati prek telefona. Ob tem smo se soočili z več težavami: veliko telefonskih števil ni objavljenih v imeniku, oseb ni bilo moč dobiti na telefon, osebe več ne živijo na danem naslovu, osebe niso več zainteresirane za sodelovanje in nenazadnje težave z usklajevanjem termina za obisk na domu.

Dejansko je bilo na terenu izvedenih pet pogovorov.







\*\*\*

Študentje so sočasno zbirali tudi potencialne nove kandidate za sodelovanje v kampanji – pridobili so 30 oseb.

\*\*\*



4. Ozaveščevalno kampanjo 2000 oseb, stanujočih na ciljnem območju, smo izvedli 1. in 2. 9. 2011 – na dom so dobili informativno pismo o projektu in ukrepu ter poziv k sodelovanju v kampanji.

	<p>Spremembe prometne ureditve v mestu za meščanke in meščane pomenijo spremembo naših potovalnih navad, kar nam ponavadi ni ravno po godu in na novosti nismo pripravljeni pogledati s pozitivne plati in s širšega zornega kota.</p>
<p><b>Spremenite vaš način potovanja - dvignite kakovost življenja!</b></p>	<p>Zato želimo v okviru naše kampanje občanke in občane osebno seznaniti z novostmi na področju prometa v Ljubljani in jim hkrati pomagati pri iskanju zanje čim bolj ustreznih ter zdravju in okolju prijaznejših potovalnih navad v okviru danih možnosti (peš, s kolesom, z javnim prevozom, kombinacija ...)</p>
<p>Spoštovana meščanka, spoštovani meščan!</p>	<p><i>Morda se že leta in leta v službo vozite z avtom, stojite v kolonah in se mučite z iskanjem parkirnega prostora, ker imate še vedno v glavi, da avtobus do vaše lokacije sploh ne vozi. Medtem pa je na primer prišlo do za vas pozitivne spremembe avtobusne trase, kar pomeni, da bi lahko spremenili vaš vsakodnevni način poti v službo.</i></p>
<p>V zadnjih treh letih ste zagotovo že slišali za projekt CIVITAS ELAN, katerega glavni namen je razvoj okolju in človeku prijaznega prometnega sistema v Ljubljani, s poudarkom na kakovostni, enostavni in varni rabi javnega prometa, kolesarjenju in hoji. Pri tem želimo kar se da upoštevati mnenja in pričakovanja meščanov ter hkrati izboljšati prometne rešitve za tiste, ki v našem mestu ne živijo, a vanj prihajajo na delo, po nakupih, na kulturne, športne in druge prireditve.</p>	<p><b>Kampanja trenutno že poteka, zelo pa bomo veseli, če se nam boste pridružili tudi Vi!</b></p>
<p>Koordinator projekta je Mestna občina Ljubljana, ki pri izvajanju projekta enakovredno in intenzivno sodeluje z naslednjimi slovenskimi partnerji: Ljubljanski potniški promet, Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani, Urbanistični inštitut Republike Slovenije, Prometni inštitut Ljubljana, Kmetijski inštitut Slovenije, Regionalni center za okolje, Institut Jožef Stefan, Telargo, d.o.o., in Slovenske železnice.</p>	<p>Sodelovanje v kampanji pomeni:</p>
<p>Regionalni center za okolje (REC) v sodelovanju s Fakulteto za družbene vede Univerze v Ljubljani pod okriljem projekta CIVITAS ELAN izvaja t.i. kampanjo individualiziranega mobilnostnega marketinga, ki se osredotoča na osebni pristop pri spreminjanju potovalnih navad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• izpolnjevanje kratkega vprašalnika, ki vam ga bomo poslali po pošti;</li> <li>• pogovor z našim anketarjem, ki vas bo jeseni 2011 obiskal na domu, vas povprašal o vaših potovalnih navadah ter seznanil z novimi prometnimi rešitvami in možnostmi prevoza;</li> <li>• potencialno sodelovanje v raziskavi javnega mnenja, ki bo izvedena v letu 2012.</li> </ul>
<p>Poglejmo podrobneje, za kaj gre! </p>	<p><b>Če ste zainteresirani za nadaljnje sodelovanje, vas vljudno prosimo, da pošljete e-pošto z vašimi podatki (ime in priimek, točen naslov, telefon) na e-naslov: info@rec-lj.si ali pokličete na telefonsko številko 01 425 68 60.</b></p>
<p><b>Več o projektu CIVITAS ELAN najdete na spletni strani <a href="http://www.civitasljubljana.si">www.civitasljubljana.si</a></b></p> 	<p>Že vnaprej se vam najlepše zahvaljujemo!</p>
	<p>Lep pozdrav, ekipi Regionalnega centra za okolje in Fakultete za družbene vede</p>    

## 5. Nadaljnji koraki

Zaradi vseh zgoraj naštetih ovir pri izvajanju kampanje na terenu se v tem trenutku soočamo z izzivom, kako pridobiti še najmanj 400 oseb za sodelovanje v kampanji.

Sicer pa bomo "nove sodelujoče" ob obisku na domu najprej poprosili, naj izpolnijo anketni vprašalnik z 10 za našo temo relevantnimi vprašanji iz ankete, ki jo je že pripravil (in izvedel) FDV, nato pa bo sledil pogovor o potovalnih navadah.

Vprašalnik bo pripravljen do 15. 9. 2011.