

DONNE E MOBILITÀ

Politiche per la parità, le professioni e l'innovazione

Bologna 20.01.26

MARTA

Promuovere sicurezza e coesione sociale negli spazi pubblici della mobilità attraverso lo sguardo al femminile

Angela Ceresoli

Presidente Agenzia TPL Bergamo



Con il Patrocinio di

Promosso da

Media Partner





Marta è un progetto di comunicazione per **diffondere consapevolezza e coesione sociale attorno al tema dagli spazi del trasporto pubblico locale come spazi pubblici di cui prendersi cura.**

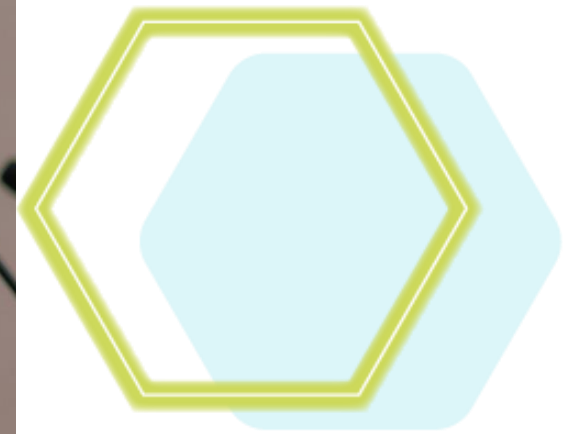
La campagna di Agenzia TPL Bergamo prende le mosse dalla richiesta di una giovane studentessa, **Marta**, che il 18 novembre 2022 ha scritto una lettera alle istituzioni denunciando di aver subito molestie su uno dei mezzi pubblici della nostra città.

<< Mi chiamo Marta Graglia, ho 18 anni e frequento la classe 5a presso il Liceo Scientifico Filippo Lussana. La presente per portare alla vostra attenzione un problema ricorrente che anche oggi mi sono trovata ad affrontare...>>

Che cos'è e da dove nasce il progetto *Marta*



Marta come ambassador per diffondere il Progetto Marta nelle scuole superiori della provincia di Bergamo



DONNE E MOBILITÀ



La campagna *Marta*

Agenzia TPL Bergamo ha visto nella richiesta della giovane donna la necessità e l'opportunità di far nascere un **progetto di informazione e sensibilizzazione che facesse riflettere**, non solo in merito alle molestie di genere, ma più in generale sulle situazioni diffuse di disagio e di violenza **sui mezzi e nei luoghi del trasporto pubblico**, situazioni che possono coinvolgere tutte e tutti, passeggeri e conducenti.

La richiesta della ragazza, Marta, è stata di **trovare soluzioni e modi per affrontare efficacemente il problema.**

Marta

**Se succede
sai che fare?**

Marta è la campagna per contrastare molestie e atti violenti sui mezzi pubblici promossa da Agenzia del Trasporto Pubblico di Bergamo e Provincia

DONNE E MOBILITÀ



La campagna Marta è nata come progetto di comunicazione per offrire indicazioni sui comportamenti da tenere in caso si sia vittime o testimoni di violenze, e quindi contrastare le molestie attraverso la promozione di buone pratiche e coesione sociale.

Tema centrale della campagna è la diffusione della **consapevolezza e l'assunzione di responsabilità collettiva** da parte di tutte e tutti gli utenti del TPL.

Finalità del progetto *Marta*

● **Diffondere consapevolezza**

Diffondere consapevolezza sul tema della sicurezza durante il viaggio sui mezzi pubblici;

● **Offrire indicazioni**

Offrire consigli utili su come comportarsi in quanto vittima o testimone in situazioni di molestia o pericolo;

● **Contrastare le molestie**

Contrastare le molestie fisiche, verbali e atti discriminatori sui mezzi del trasporto pubblico;

● **Promuovere coesione sociale**

Promuovere coesione sociale attraverso l'educazione al rispetto del prossimo;



Il percorso della campagna *Marta*

Attraverso la diffusione di grafiche riconoscibili e **scenari illustrati** si propongono ai viaggiatori e alle viaggiatrici situazioni di disagio potenziale e suggerimenti su come affrontarle: attraverso un QRcode è possibile accedere a martatpl.it, dove trovare **Vademecum**, redatti con la supervisione delle forze dell'ordine, **che indicano i comportamenti da tenere** qualora ci si trovasse situazioni simili a quelle illustrate dagli **scenari**.



Creazione dei vademecum



Ideazione degli scenari



Disseminazione

Se succede sai che fare? *Marta*

Gli scenari

La scelta degli scenari incentrata in una prima fase sulla violenza di genere si è poi estesa alle istanze proposte e segnalate tanto dall'utenza quanto dagli operatori del trasporto pubblico.

Sei vittima o testimone di una molestia di gruppo o baby gang su un mezzo pubblico?



Marta è la nuova campagna per contrastare molestie e atti violenti sui mezzi pubblici

agenziatplbergamo.it/marta

Se succede sai che fare?



Marta può aiutarti!

agenziatplbergamo.it/marta

Sei vittima o testimone di una molestia sessuale su un mezzo pubblico?



Marta è la nuova campagna per contrastare molestie e atti violenti sui mezzi pubblici

agenziatplbergamo.it/marta

● Rimani calma/o

Sii diretta/o, invita il molestatore a toglierti le mani di dosso;

● Allontanati

Spostati in un luogo sicuro, in una zona più affollata del mezzo o vicino al conducente.

Informa immediatamente l'autista dell'accaduto descrivendo l'incidente in modo chiaro;

● Chiedi aiuto

Non isolarti, cerca le persone intorno a te e fai notare la situazione.

Non esitare ad alzare la voce per richiamare l'attenzione;

● Memorizza i dettagli

Se possibile presta attenzione all'aspetto dell'aggressore, memorizza i dettagli. Queste informazioni possono essere utili

● Denuncia l'incidente

Non esitare a denunciare l'incidente alle autorità locali, chiama il numero 112;

● Chiama il 1522

Rivolgiti al numero gratuito 1522 attivo 24 h su 24 dove operatrici specializzate accoglieranno le richieste di aiuto e sostegno delle vittime di violenza e stalking;

● Racconta l'accaduto

Se l'esperienza ti ha causato stress o disagio, cerca supporto psicologico. Parla con amici, familiari o professionisti per elaborare l'accaduto e gestire le emozioni;

● Non è colpa tua

Ricorda che la colpa è sempre dell'aggressore e non tua. Cerca sostegno da amici, familiari o professionisti per affrontare le conseguenze emotive;

Molestia sessuale

Se succede sai che fare?



SE SEI VITTIMA

SE SEI TESTIMONE

Vademecum

I Vademecum, redatti con la supervisione delle forze dell'ordine, sono uno strumento informativo di sensibilizzazione e offrono consigli e indicazioni su come comportarsi o reagire **in caso si sia vittima o testimone** di molestie o atti violenti.

Marta

Se succede, e sei **vittima**, sai che fare?

DONNE E MOBILITÀ

● Rimani calma/o

Cerca di rimanere calma/o e valuta la situazione. Evita di intervenire direttamente se ciò mette a rischio la tua sicurezza;

● Rimani a distanza

Mantieni una distanza di sicurezza per evitare di diventare un bersaglio;

● Avvisa l'autista

Comunica all'autista la situazione, avviserà le forze dell'ordine;

● Avvisa le autorità

Se possibile, chiama immediatamente le autorità al numero 112 fornendo la descrizione dei fatti, delle persone coinvolte e la posizione del mezzo;

● Documenta

Se ti senti al sicuro nel farlo cerca di osservare e memorizzare i dettagli, possono essere utili alle autorità nelle indagini successive;

● Assisti le vittime

Se ci sono vittime dell'aggressione assicurati che ricevano l'assistenza medica necessaria. Se la situazione è pericolosa aspetta l'arrivo delle forze dell'ordine prima di avvicinarti alle vittime;

● Testimonia

Se le autorità intervengono, fornisci una testimonianza accurata e completa degli eventi. Questo può essere di grande aiuto nelle indagini e nel procedimento successivo;

Molestia di gruppo

Se succede sai che cosa fare?



SE SEI VITTIMA

SE SEI TESTIMONE

Vademecum

I Vademecum, si rivolgono non solo alle vittime ma anche ai testimoni, richiamando ad un senso di **responsabilità collettiva** che per prima cosa vuol dire non voltarsi dall'altra parte. Marta vuole attivare l'attenzione sul tema della sicurezza partendo da un messaggio: **i mezzi e i luoghi del trasporto pubblico sono spazi pubblici di cui prendersi cura, dove ogni persona possa sentirsi parte di una comunità.**

DONNE E MOBILITÀ

Marta

Se succede, e sei **testimone**, sai che fare?

Disseminazione del progetto *Marta*

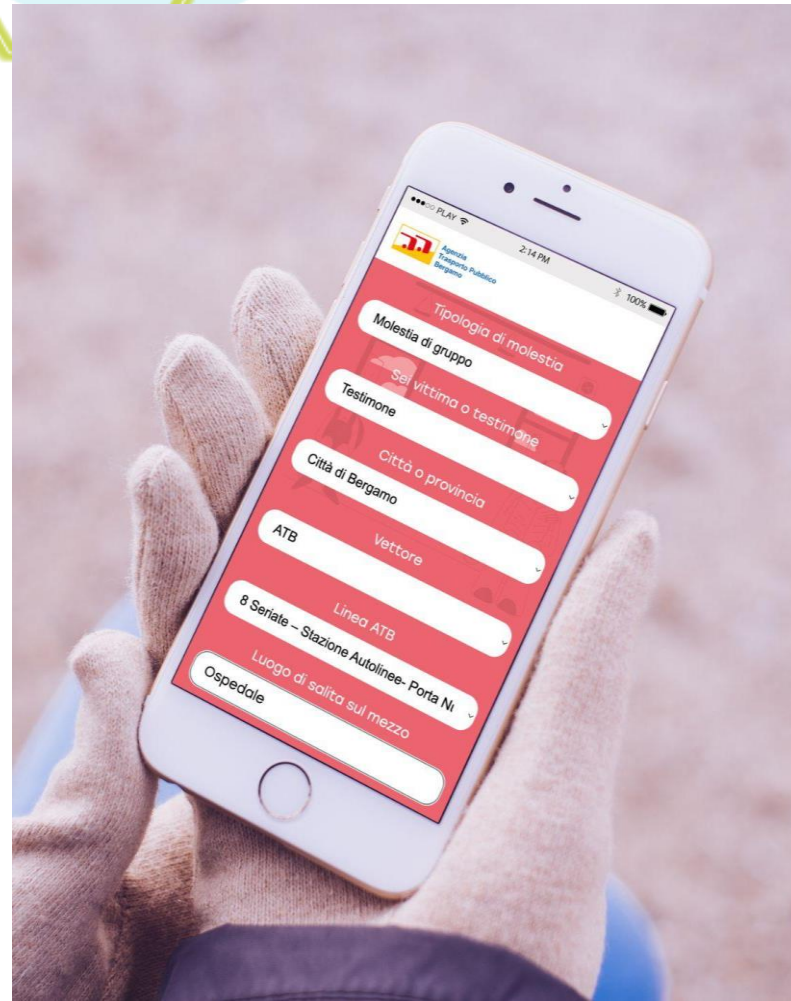
Sito web martatpl.it tap page

Il sito web martatpl.it contiene tutte le informazioni relative alla campagna. Qui, insieme ai vademecum è presente una tap page ottimizzata per device mobili, smartphone e tablet, che permette la **segnalazione immediata** di eventi o situazioni a rischio indicando linea, luogo, orari e altre informazioni.

Diffusione sui mezzi

Con la **collaborazione delle aziende del TPL** sono stati messi a disposizione spazi di inserzione e **visibilità sui mezzi e sui canali di comunicazione.**

Un adesivo con il QR Ccode della campagna è presente su ogni mezzo.



Segnala

**Sei vittima o testimone di molestie e atti violenti sui mezzi pubblici?
Invia la tua segnalazione.**

Agenzia TPL Bergamo la riceverà in tempo reale.

[Invia una segnalazione](#)

Interventi nelle scuole per *Marta*

Studenti e studentesse rappresentano per il TPL un'utenza importante, per fascia di età e tematiche sono un target destinatario preferenziale per la campagna Marta. Insieme alla **rete dei CPL (Centri di Promozione della Legalità)** che comprende 45 istituti scolastici della provincia di Bergamo, ha proposto tra ottobre e novembre 2024 incontri dedicati in 4 istituti della Provincia, che hanno visto la presenza di Marta, la ragazza che ha dato il via al progetto e che ha voluto portare in prima persona la propria testimonianza alle ragazze e ai ragazzi delle scuole superiori, con l'obiettivo di stimolare la riflessione sui **temi di sicurezza, inclusione e senso civico**.



1° incontro
29 ottobre 9:30 - 11:30
Auditorium Liceo Mascheroni
Via Alberico da Rosciate 21/A, BG

INTERVENGONO:

Dott. **Luca Rotondi**, Prefetto di Bergamo
Dott.ssa **Eempio Eempio**, Assessore
Arch. **Angela Ceresoli**, Presidente TPL
Prof.ssa **Roberta De Pasquale**, UniBG
Marta Graglia, Ambassador

Le Scuole per *Marta*

Progetto di prevenzione e contrasto
a molestie e atti violenti sui mezzi pubblici

COSA È MARTA?

Marta è una campagna di sensibilizzazione promossa dall'Agenzia del Trasporto Pubblico di Bergamo e Provincia, nata con l'obiettivo di **diffondere consapevolezza** sui temi della sicurezza sui mezzi pubblici, **contrastare le molestie** sul trasporto pubblico e **creare coesione sociale**. Per farlo MARTA ha messo in campo azioni di sensibilizzazione indirizzate agli/alle utenti del trasporto pubblico e tra questi studenti e studentesse delle scuole superiori. Quattro incontri a Bergamo città e provincia per far conoscere il progetto, sensibilizzare i ragazzi e le ragazze e fornire loro uno strumento in più per affrontare e contrastare questi fenomeni.

IL CONCORSO

Tra Novembre e Marzo verrà lanciato il concorso "Tutte le scuole per Marta" aperto a tutti gli istituti superiori della provincia di Bergamo. Gli studenti e le studentesse, singolarmente o in gruppo, potranno partecipare al concorso, per proporre il loro punto di vista sulle tematiche affrontate dalla campagna.

Le categorie saranno tre: **Redazione di un testo/iper-testo** - **Realizzazione di un Video-teaser** - **Realizzazione di un podcast (puntata singola)**. Tra Marzo e Aprile 2025 una giuria premierà un vincitore o una vincitrice per ognuna delle categorie indicate.

Marta

Progetto di prevenzione e contrasto a molestie e atti violenti sui mezzi pubblici, promosso da Agenzia del Trasporto Pubblico di Bergamo e Provincia

Partecipa al concorso
LE SCUOLE PER MARTA



Un concorso aperto alle studentesse e agli studenti degli istituti superiori della provincia di Bergamo.

Puoi partecipare, da sola/o o in gruppo, proponendo il tuo punto di vista sulle tematiche della campagna.

Come?
Scrivi un testo o un ipertesto
Realizza un video-teaser
Registra un podcast

I VINCITORI AD APRILE 2025!

Scopri di più su agenziatplbergamo.it/marta

LA CAMPAGNA

Marta è una campagna di sensibilizzazione promossa dall'Agenzia del Trasporto Pubblico di Bergamo e Provincia, nata con l'obiettivo di diffondere consapevolezza sui temi della sicurezza sui mezzi pubblici, contrastare le molestie sul trasporto pubblico e creare coesione sociale.

[martaagenziatpl](https://www.instagram.com/martaagenziatpl)

Concorso LE SCUOLE PER *Marta*

Il progetto **Le scuole per Marta**, oltre agli incontri nelle scuole di Bergamo città e provincia del 2024, promuove nel 2025 un **concorso LE SCUOLE PER MARTA**
<https://www.agenziatplbergamo.it/concorso-le-scuole-per-marta-ecco-le-opere-vincitrici/>

La giuria del concorso, composta da professionisti del mondo dell'educazione, della cultura, del giornalismo e delle Forze dell'Ordine, ha valutato con attenzione tutti gli elaborati pervenuti, applicando i criteri previsti dal regolamento: coerenza con il tema, originalità e creatività e fruibilità del messaggio.

Opere vincitrici:

Un sedile che pesa pur vuoto – testo scritto individuale di Emily Carrett (classe IV – ISIS Oberdan di Treviglio)

Sotto la superficie – podcast realizzato da un gruppo rappresentato da Giorgia Magoni (classe III – IS San Pellegrino, indirizzo tecnico turistico)

Raccontare per cambiare – podcast realizzato da un gruppo rappresentato da Asia Belli (classe III – IS San Pellegrino, indirizzo tecnico turistico)

Il testo vincitore, "Un sedile che pesa pur vuoto", descrive in maniera efficace e da un punto di vista personale un disagio culturale diffuso e sottaciuto: la differenza tra maschi e femmine nello stare nel mondo e con gli altri nello spazio pubblico. Il tema della sicurezza sui mezzi pubblici viene trattato da un punto di vista personale, con una narrazione che diventa però anche collettiva, perché mette l'io narrante in connessione con le altre donne presenti sul mezzo e con il loro sentire condiviso. Il riconoscimento collettivo del disagio, l'acquisizione di consapevolezza, diventa la leva che può portare al cambiamento: tema centrale della campagna Marta che è stato colto appieno dal testo in oggetto: "Oggi non mi sono seduta, ma so che questa sensazione non è solo mia. So che tante altre persone hanno provato lo stesso disagio, la stessa esitazione. Ma forse il cambiamento inizia proprio da qui, dal riconoscere quello che ci fa sentire a disagio e dal decidere che non deve essere normale. Non sarà un singolo gesto a cambiare tutto, ma il coraggio di tante piccole scelte può trasformare il disagio in forza." Il testo, attraverso l'immagine forte del sedile vuoto, vuole risollevarci gli sguardi e l'interesse verso l'altro/a, pur non facile, e pretendere che il sedile venga occupato dal coraggio, dalla cortesia, dall'educazione e dalla gentilezza verso il prossimo.

La giuria

Angela Ceresoli Presidente TPL Bergamo (presidente di giuria)

Rachele Bellini Responsabile servizi educativi GAMEC

Andrea Sandroni Capo di Gabinetto della Questura di Bergamo

Matteo Mangione Conduttore di "Colazione con Radio Alta"

Fausta Morandi Giornalista L'Eco di Bergamo

Giuseppe Perico Responsabile cinema SAS Conca Verde





Fase 1 - GLI INCONTRI

Le Scuole per Marta porta nelle scuole un percorso PCTO dedicato ai temi della **sicurezza**, della **prevenzione** e della **lotta alla violenza**, sui mezzi pubblici e oltre. Il progetto si apre con una prima fase formativa, pensata per fornire a studentesse e studenti conoscenze e strumenti utili ad affrontare queste tematiche. Tale momento iniziale diventa anche un'**occasione di incontro e dialogo** tra la comunità scolastica, le istituzioni e professionisti e professioniste del settore.

Tempo stimato: 6h totali.

Marta

Fase 2 - I LABORATORI

Attraverso il tutoraggio di un/una docente responsabile e con l'intervento di figure di riferimento esterne - specificatamente negli ambiti anti violenza, sicurezza degli spazi pubblici e cyber bullismo - studenti e studentesse in gruppo classe o sottogruppi produrranno contenuti multimediali quali **podcast, testi o immagini** a sostegno di **Marta**, che affrontino e approfondiscano in modo creativo e unico i temi della campagna.

Tempo stimato: 20h totali.



Fase 3 - RESTITUZIONE

Al termine dei laboratori creativi, studenti e studentesse avranno la possibilità di presentare i loro elaborati nell'ambito di una **mattinata destinata alla restituzione del progetto** in presenza di tutti gli stakeholder, delle aziende e delle istituzioni.

Alle creatività e ai progetti realizzati verrà dato spazio di visibilità attraverso i canali di comunicazione di Agenzia TPL.

Tempo stimato: 4h totali.



Il PCTO per le scuole *Marta*



Agenzia TPL Bergamo propone alle scuole di Bergamo per l'anno scolastico 2025/26 un **PCTO** per il gruppo classe - o sottogruppi - che ha l'obiettivo di rendere studenti e studentesse attivi/e all'interno della campagna *Marta*. Il progetto si articola in tre momenti principali, per un totale di 30 ore. La prima fase prevede una formazione sui temi affrontati dalla campagna, con esperti/e di sicurezza e anti violenza. Segue un laboratorio di creazione di contenuti multimediali e l'ultima fase prevede la presentazione degli elaborati realizzati.



Marta



Adozione e diffusione in altri territori della campagna *Marta*


Il raggiungimento degli obiettivi della campagna dipende dalla sua diffusione, per questo la campagna Marta può essere adottata dagli enti che ne fanno richiesta, in **convenzione** con l'Agencia TPL della provincia di Bergamo e nel rispetto della **Carta dei valori di Marta**.

Se succede sai che fare?

Marta è una campagna per contrastare molestie e atti violenti sui mezzi pubblici, ideata dall'Agencia per il Trasporto Pubblico di Bergamo promossa in collaborazione con l'Agencia TPL di Como, Lecco e Varese

TPL Bergamo

TPL Como, Lecco e Varese



L'agenzia per il TPL di Como, Lecco e Varese ha adottato la campagna Marta a novembre 2025

Nel sito martatpl.it ora è possibile accedere alla pagina dedicata alla declinazione di *Marta* nel bacino TPL di Como, Lecco e Varese

gli Obiettivi e i valori del Progetto Marta sono compatibili con la richiesta, da parte di altri soggetti, pubblici o privati, che operino direttamente o indirettamente nel settore della mobilità di aderire al Progetto Marta allo scopo di diffondere sul proprio territorio i valori del Progetto Marta e contribuire alla diffusione e allo sviluppo di ogni iniziativa ad esso funzionale, a condizione che tale adesione non sia indirizzata a fini di lucro;

7) in funzione della realizzazione di tali obiettivi e finalità l'Agencia sta valutando la costituzione di un soggetto terzo (la "Persona Giuridica") che abbia, fra i propri scopi, quello di sviluppare e diffondere il Progetto Marta;

8) l'Agencia per il Trasporto Pubblico Locale del Bacino di Como, Lecco e Varese ha chiesto all'Agencia di poter aderire al Progetto Marta per poter diffondere sul proprio territorio i valori del Progetto Marta ed assumere concrete iniziative a supporto di tale diffusione;

9) per consentire una risposta immediata alla richiesta dell'Agencia per il Trasporto Pubblico Locale del Bacino di Como, Lecco e Varese ed in considerazione del fatto che sono pervenute all'Agencia manifestazioni di interesse da parte di altri soggetti, che potrebbero esitare in richieste analoghe a quella dell'Agencia per il Trasporto Pubblico Locale del Bacino di Como, Lecco e Varese, nelle more della eventuale costituzione della Persona Giuridica, l'Agencia ha valutato l'opportunità di regolare tramite convenzione i rapporti con l'Agencia per il Trasporto Pubblico Locale del Bacino di Como, Lecco e Varese e con qualunque altro soggetto - valutato dall'Agencia idoneo - interessato all'adesione al Progetto Marta ed alla sua diffusione;

CON LA PRESENTE CONVENZIONE SI CONVIENE E SI STIPULA QUANTO SEGUE:

ART. 1
Le Premesse e gli Allegati costituiscono parte integrante e sostanziale della presente Convenzione.

ART. 2
TITOLARITÀ DEL PROGETTO MARTA, DEL MARCHIO E DEL LOGO
3.1. Il Convenzionato riconosce e dà atto che ideatrice e titolare del Progetto Marta è l'Agencia.

ART. 3
OGGETTO DELLA CONVENZIONE
3.1. Con la presente Convenzione l'Agencia condivide, a titolo gratuito, il Progetto Marta con il Convenzionato, che vi aderisce, impegnandosi a diffonderne gli Obiettivi e a rispettare la Carta dei Valori (Allegato A), alle condizioni e nei termini specificati nella Convenzione medesima.



I valori di Marta

- **Marta** è il progetto dell’Agenzia per il Trasporto Pubblico Locale di Bergamo per contrastare molestie ed atti violenti sui mezzi ed alle fermate del trasporto pubblico.
- **Marta** intende:
 - Diffondere consapevolezza
 - Offrire indicazioni
 - Contrastare le molestie
 - Promuovere la coesione sociale.
- **Marta** non è un nome. Marta è una persona, che ha vissuto con coraggio e determinazione una vicenda dolorosa ed ha deciso di dividerla, di farla diventare un valore positivo per tutti. Per questo, ogni contenuto del progetto deve rispettare innanzitutto il senso dell’esperienza vissuta e proporsi di conseguire concretamente gli obiettivi.
- **Marta** è nato nella provincia di Bergamo ma ha l’ambizione di diffondersi il più possibile per continuare a coltivare ogni possibile iniziativa che consenta di raggiungere gli obiettivi fondamentali presso il più elevato numero di persone.
- **Marta** non è un progetto chiuso ma è un contenitore di iniziative ed azioni che possono nascere localmente sulla base delle sensibilità degli enti che intendono promuoverlo sul proprio territorio. Ogni contenuto sviluppato all’interno del contenitore Marta deve essere reso disponibile ad ogni altro ente che svolga il progetto Marta. A garanzia di tale trasferimento ogni soggetto che decida di svolgere il progetto Marta si impegna a comunicare all’Agenzia per il Trasporto Pubblico Locale di Bergamo tutte le iniziative e le azioni realizzate nell’ambito del progetto.

Carta dei valori di *Marta*

- **Marta** deve essere riconoscibile. Qualsiasi ente decida di sviluppare il progetto nel territorio può e si obbliga ad utilizzare l’identità grafica del progetto così come è stata ideata e realizzata dall’Agenzia del Trasporto Pubblico Locale di Bergamo. Quest’ultima si rende disponibile a trasferire a titolo gratuito i termini dell’identità grafica del progetto.
- **Marta** è un valore da tutelare. Il progetto per sua natura persegue obiettivi di valore sociale. Per questo l’adesione al progetto è riservata a soggetti pubblici o privati che non perseguano scopi di lucro e che operino, direttamente o indirettamente, nel settore della mobilità. L’Agenzia per il Trasporto Pubblico Locale si riserva la facoltà di accettare o rigettare le richieste di adesione al progetto.
- **Marta** non è un oggetto commerciale. Qualsiasi attività venga svolta nell’ambito del progetto non può avere finalità di lucro, neanche in modo indiretto.
- **Marta** è di tutti ma va preservata. Ogni soggetto che aderisca al progetto deve esplicitamente accettare la presente carta dei valori e, contestualmente, riconoscere all’Agenzia del Trasporto Pubblico Locale di Bergamo la facoltà di valutare la coerenza e l’appropriatezza di iniziative ed azioni realizzate dai soggetti affidatari e, a proprio insindacabile giudizio, revocare le autorizzazioni all’utilizzo dei contenuti e dell’identità grafica e di immagine del progetto.



Progetto per una Fondazione *Marta*

La costituzione di una **Fondazione** dedicata consentirebbe di perseguire con più incisività il progetto e valorizzarne il brand. Una Fondazione può **attrarre risorse esterne** per poter essere diffuso, attraverso l'**attivazione di strategie di fundraising**. Creare una fondazione significa poter **costruire una struttura di governance mirata al tema sociale** connesso a **Marta**, con la possibilità di coinvolgere esperti, cittadini e stakeholder del territorio e una visione strategica focalizzata e di lungo periodo.

Una fondazione **può attrarre volontari**, comunicando in modo efficace gli obiettivi, le attività e l'impatto della fondazione per attrarre persone che ne condividano la visione.

Una Fondazione **garantisce per statuto una continuità e stabilità dei progetti**. Lo scopo di una Fondazione è il suo fine ultimo, non può essere derogato o disatteso da chiunque sia posto al governo. Le amministrazioni pubbliche cambiano nel tempo (giunte, assessori, priorità politiche). Una fondazione, invece, può garantire continuità e stabilità organizzativa su progetti sociali che hanno bisogno di tempi lunghi per produrre effetti.

La fondazione può diventare una **piattaforma più dinamica di collaborazione pubblico-privato**:

- coinvolgendo associazioni, imprese, università e cittadini;
- favorendo la coprogettazione e la co-gestione di iniziative sociali;
- generando fiducia e corresponsabilità tra attori del territorio.

La visibilità e l'**identità propria sono strategie imprescindibili per la diffusione del marchio** e dei suoi valori.

L'Agenzia per il Trasporto Pubblico, creando la **Fondazione Marta**, comunica in modo chiaro, forte e riconoscibile il proprio impegno verso questo tema sociale.

Consegnando il **marchio Marta** alla fondazione omonima, permette a questa di alimentarlo, potenziarlo, diventando il **punto di riferimento per questo tema sul territorio**.

Il senso di *Marta*

Il progetto Marta parte da un punto di vista femminile per riportare al centro della riflessione il tema della sicurezza, e quei valori che afferiscono al senso civico come la consapevolezza e la responsabilità verso il prossimo, la solidarietà, la coesione sociale. Il tema della sicurezza è anche culturale e non riguarda solo le donne: **lo sguardo al femminile amplia gli orizzonti includendo una pluralità di obiettivi.**

Lo spazio pubblico (anche un autobus è uno spazio pubblico) è il luogo in cui una società esprime la volontà di dialogo e di convivenza tra ogni persona. Se lo spazio è confortevole, accessibile e comodo per chiunque, in qualsiasi condizione sociale, fisica, di genere, di pensiero, si trovi, quello spazio esprime la volontà di condivisione e di uguaglianza. **È uno spazio di cui prendersi cura, e attraverso la cura trasmettere sicurezza.** È uno spazio in cui le donne possono muoversi a proprio agio anche perché c'è maggiore attenzione e consapevolezza da parte di tutti e di tutte.

Marta ha l'ambizione, all'orizzonte, di stimolare questa assunzione di consapevolezza e di coltivare quel senso di cura che dovrebbe avvolgere anche i luoghi del trasporto pubblico e le persone che li frequentano.

DONNE E MOBILITÀ



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Per la realizzazione di *Marta* si ringraziano in particolare:
Marta Graglia, studentessa
Marcello Marino, direttore dell'Agencia TPL Bergamo e provincia
Emilio Grassi, direttore dell'Agencia TPL Bergamo fino al 2024
Woodoo studio, agenzia creativa
Andrea Sandroni, Capo di Gabinetto della Questura di Bergamo
Roberta Di Pasquale, professoressa aggregata di Psicologia Clinica dell'Università degli Studi di Bergamo
Le aziende del trasporto pubblico del bacino di Bergamo
Gli avvocati Alberto e Sofia Sciumè

Con il Patrocinio di

Promosso da

Media Partner



Con l'adesione di

