



CiViTAS

Cleaner and better transport in cities



05

POLICY ADVICE NOTES

Logística y distribución de mercancías



La CIVITAS Initiative es una acción europea de apoyo a las ciudades para la implantación de una política integrada de transporte sostenible, limpio y energéticamente eficiente. Lo aprendido durante las fases de planificación, aplicación y funcionamiento de las actividades puede concretarse en doce Policy Advice Notes, que ofrecen una idea de cómo abordar los problemas del transporte urbano que deberán afrontar las ciudades de la Unión Europea en un futuro.



Logística y distribución de mercancías

Distribución ecológica de productos en las ciudades

Cada administración municipal puede aplicar medidas para mejorar el reparto de productos en el centro urbano o en áreas específicas (centros comerciales, obras de construcción, etc.). En el marco del programa CIVITAS II (2005–2009) se adoptaron varias medidas destinadas a aumentar la eficiencia de los vehículos, reducir la congestión del tráfico y disminuir el impacto medioambiental que genera el reparto de mercancías en las ciudades. En esta Policy Advice Note se resume la información más importante sobre la aplicación de las medidas y experiencias de las ciudades con el fin de apoyar e informar a los políticos locales que estén interesados en estas acciones.

Perspectiva general

DESCRIPCIÓN DE LAS MEDIDAS

Aunque el porcentaje de vehículos/kilómetro de los camiones no supone más del 10% del tráfico de las carreteras europeas, estos pueden originar fácilmente la mitad de las emisiones de dióxido de nitrógeno, cerca de 1/3 de la materia de partículas y más del 20% de las emisiones de gases de efecto invernadero. Las ciudades portuarias e industriales se ven especialmente afectadas por el sector del transporte de mercancías y la logística. Además, las áreas con grandes obras de construcción se encuentran seriamente congestionadas por el tráfico de vehículos pesados. Por tanto, la gestión del tráfico de mercancías debe formar parte del plan general de transporte y ha de contemplarse en la política global de cada ciudad. Se puede optimizar el reparto de mercancías aplicando varios tipos de medidas:

1. Establecer una sólida asociación entre todas las partes interesadas y, al menos, algunos de los operadores, p. ej. creando una carta voluntaria para acordar actividades concertadas y armonizadas para el reparto de mercancías en la ciudad. Por ejemplo, una asociación de transporte podría estar formada por minoristas de productos alimenticios para trabajar de forma conjunta en los repartos y la distribución con sistema de comunicación STI para minimizar el número de desplazamientos de entrega a comercios y clientes al compartir cargamentos y, de este modo, maximizar la capacidad de los vehículos.





2. Crear plataformas de logística que integren el intercambio, el comercio y la industria, la logística, servicios y compañías de transporte, como por ejemplo en centros de distribución urbana, que ofrezcan terminales logísticas, espacio de almacenamiento o muelles de carga.
3. Crear marcos legales y reglamentos que obliguen a los transportistas y operadores a cooperar.
4. Definir normativas coherentes para acceder a las zonas urbanas con vehículos comerciales de reparto de mercancías (p. ej. sólo a determinadas horas o permitiendo el acceso únicamente a vehículos que cumplan niveles de emisiones específicos).
5. Sensibilizar a la población ya que así se puede influir en el modo en que los comerciantes y minoristas gestionan sus modelos de reparto de mercancías. Los comerciantes y minoristas, por su parte, puede ejercer presión sobre los transportistas y distribuidores de mercancías.
6. Elaborar mapas de transporte y señalización para indicar las rutas de mercancías más aptas para las áreas clave de una ciudad y donde se señalen obstáculos y zonas que deben evitarse, como puentes de poca altura, curvas muy ajustadas, calles estrechas, zonas residenciales, zonas peatonales, etc.
7. Gestionar los espacios de aparcamiento para carga y descarga de mercancías en una zona.
8. Introducir tecnologías con Sistemas de Transporte Inteligentes (STI) o sistemas de coordinación logística a través de Internet que permitan planificar el transporte con más eficacia y lograr un factor de carga superior.

Asimismo, pueden aplicarse medidas para mejorar la seguridad y proteger a los ciudadanos contra accidentes mediante sistemas de transporte bien diseñados y regulados (p. ej. poniendo límites de velocidad para vehículos pesados en distintas zonas). Debe minimizarse especialmente el riesgo de incidentes relacionados con el transporte de mercancías peligrosas y sus consecuencias negativas para los

habitantes y el medio ambiente (p. ej. fijando rutas para el transporte de mercancías peligrosas). Además, debe fomentarse el uso de vehículos limpios y combustibles alternativos para el transporte de mercancías.

Todas las posibilidades exigen un largo periodo de cooperación, coordinación y negociación. Por ello, las medidas son en general muy costosas.

GRUPOS DESTINATARIOS

Las medidas relativas al reparto de mercancías y logística van dirigidas a los siguientes grupos objetivo:

- Servicios de entrega de mercancías y transportistas.
- Comerciantes y empresas locales de las zonas afectadas.
- Nuevas urbanizaciones y obras de construcción.

IMPACTO Y VENTAJAS

Para el público

- Reducción del número de vehículos de transporte pesado en el centro urbano y, por tanto, mejor accesibilidad al reducirse la congestión.
- Menos emisiones, ruido y accidentes.
- Menos vibraciones ocasionadas por los camiones que pueden dañar los edificios antiguos.
- Mayor accesibilidad a las zonas comerciales.

Para las empresas

- Ahorro de costes gracias a la mayor eficacia en los desplazamientos de transporte (menos kilometraje), mejora en la velocidad de carga y optimización de los procesos de recogida y entrega (p. ej. en el caso de los centros de distribución de mercancías).
- Ahorro de tiempo gracias a las carreteras menos congestionadas, mayor velocidad media de los vehículos y operaciones fiables para los operadores y usuarios finales.



- Necesidad de menos personal, que podría traducirse en una reducción del precio de sus servicios.
- Mayor productividad debido a que se optimizan los recorridos de los conductores.

Para los destinatarios

(comerciantes, minoristas, empresas, etc.)

- Queda garantizada la seguridad de los productos en los centros de consolidación.
- Una mayor fiabilidad en las entregas supone que los destinatarios pueden reducir sus niveles de existencias e inventarios.
- La optimización de las entregas se traduce en un mayor aprovechamiento de la mano de obra.
- Menos molestias para los residentes gracias a la reducción del ruido que genera la carga y descarga de mercancías, gracias a cual se da mejor imagen.
- Comercios más accesibles, p. ej. para los peatones, si las medidas se vinculan a restricciones de acceso.

Para los particulares

- Mejores condiciones de vida gracias a la reducción del tráfico de vehículos pesados en zonas residenciales.

CONDICIONES MARCO PARA EL ÉXITO

El éxito de la normativa sobre el transporte de mercancías y las medidas logísticas será mayor si persisten los problemas siguientes:

- Las infraestructuras son capaces de soportar mayor volumen de transporte de mercancías (acelerando la degradación de infraestructuras diseñadas originalmente para tráfico de mercancías menos intenso).
- Los cascos históricos que sufren gran volumen de transporte de mercancías.
- Infraestructuras insuficientes para carga y descarga.
- Necesidad de soluciones provisionales donde la reconstrucción de viviendas o nueva urbanización generan un aumento del tráfico pesado.

- Nuevos proyectos en el sector minoritario (p. ej. gran centro comercial) o en otros sectores económicos (p. ej. plantas industriales, grandes solares de construcción, puertos o el sector logístico), donde se prevé una ingente cantidad de productos de entrada y salida.
- Parques empresariales o polígonos industriales que no están conectados a cadenas de suministro nacionales o regionales.
- Numerosas pequeñas y medianas empresas con dificultades para ofrecer soluciones logísticas integradas.

Fases y plazos de implantación

Cuando se implantan medidas de logística y distribución de mercancías, deben tenerse en cuenta las siguientes cuestiones, así como las medidas de apoyo y posiblemente medidas reguladoras. En la planificación y programación, debe contemplarse un plazo razonable para su implantación.

ETAPAS DE TRABAJO

1. Establecer la línea base

- Recabar información sobre el estado de la técnica (p. ej. en relación con STI, GPS o aplicaciones web).
- Recabar información sobre los marcos legales (nacionales), p. ej. derecho medioambiental, reglamentos relativos al uso de terrenos,





etc. y los posibles métodos de cumplimiento normativo.

- Estudiar los movimientos actuales de mercancías, el número y tonelaje medio de los vehículos comerciales que entran en la zona afectada, el número de entregas por recorrido y las consecuencias que para el transporte de mercancías tiene el incipiente comercio electrónico (aumento del número de pequeñas entregas directas)
- Analizar las necesidades y hábitos de las empresas, comercios y transportistas, especialmente de la pequeña y mediana empresa (PYME).
- Poner en marcha un estudio sobre las repercusiones económicas y sociales de la medida propuesta y sus posibles efectos en la economía de la zona.

2. Diseñar el concepto y el programa

- Identificar a todos los principales responsables de la toma de decisiones y a las partes interesadas que deben participar en los debates desde las primeras fases.
- Constituir un comité de dirección que decida los componentes básicos del programa con carácter más amplio (incluidos los representantes de los grupos interesados clave como son las autoridades portuarias, el centro logístico, las principales compañías de transporte, etc.).
- Seleccionar la zona destinataria, la ubicación del centro de distribución urbana, la disposición y las operaciones del centro logístico, así como la base legal del centro (asociaciones privadas o público-privadas, una plataforma integrada por una sola o por múltiples empresas).

- En relación con los reglamentos, seleccionar las rutas o la zona, los horarios, la señalización, acordar la clasificación de los vehículos, etc.

3. Decisiones formales

- Aprobación de la estrategia global de gestión del transporte de mercancías por parte de los políticos y administraciones locales.
- Adopción política del nuevo conjunto de reglamentos relativos al acceso de vehículos de mercancías a áreas específicas de la ciudad.

4. Implantación de los nuevos conceptos y del programa

5. Actividades de formación e información

- Publicar información sobre la nueva reglamentación y las repercusiones deseadas con el fin de obtener un mayor grado de aceptación.
- Formación del personal para los operadores y distribuidores para explicar el nuevo programa y las técnicas.
- Formación de la policía u otros empleados para garantizar que se cumpla con eficacia la nueva reglamentación.

6. Evaluación y supervisión de las actividades

- Programa continuo de recogida y análisis de datos para determinar si se cumplen los objetivos de impacto. En caso negativo, determinar qué mejoras o revisiones serían necesarias.
- Sondear a las empresas afectadas para recabar información sobre la satisfacción de los usuarios y peticiones de adaptación.
- Sondear a los residentes afectados para recabar información sobre la mejora de las condiciones de vida.
- Recuento de vehículos y medida del tonelaje medio de vehículos pesados de mercancías.
- Realizar un análisis ex post sobre la relación coste/beneficio de la medida implantada.





MEDIDAS COMPLEMENTARIAS PARA POTENCIAR LOS EFECTOS POSITIVOS

Existen varias medidas de apoyo que pueden mejorar la aceptación y la eficacia de las medidas de distribución de mercancías y logística, a saber:

- El centro de distribución puede prestar servicios complementarios como el almacenamiento de productos, embalaje o desembalaje de mercancías o marcado de precios de los productos.
- Asimismo, los centros pueden prestar servicios de mantenimiento y reparación de vehículos.
- La introducción o ampliación de vehículos limpios para la distribución de mercancías en zonas definidas.
- Pueden ofrecerse incentivos positivos a los transportistas que intervengan en los centros de distribución, p. ej. mejores zonas de carga, acceso a carriles bus o un horario de entrega más amplio.

PLAZO

Los estudios sobre el estado de la técnica y los sondeos sobre las necesidades de suministro y entrega pueden durar hasta 12 meses. La experiencia ha demostrado que el diseño del programa en cuanto a la normativa, centros de distribución, etc., dura aproximadamente entre ocho y doce meses más y su implantación cerca de otros diez meses.

¿Qué inversiones conlleva?

Las sumas que aquí se indican son ejemplos extraídos de las medidas aplicadas en CIVITAS II, pero debe tenerse presente que los costes pueden variar en gran medida según la ciudad y el país.

- El desarrollo del concepto de distribución de mercancías en el casco histórico de la ciudad CIVITAS II de Burgos costó cerca 40.000 EUR (incluido el análisis de la situación actual).
- En la ciudad CIVITAS II de Cracovia, se invirtieron 42.000 EUR en el equipamiento y en el programa informático del sistema de distribución de mercancías.
- En Cracovia se destinaron 20.000 EUR a una intensiva campaña de información y promoción.
- En la evaluación económica de un centro logístico para partes de la ciudad CIVITAS II de Toulouse, se calculó un coste anual de 100.000 EUR para un muelle de carga de unos 2.000 m² para dar entrada a 9.000 paquetes por semana.
- El alquiler del servicio completo (incluido el mantenimiento, licencia, etc.) de un camión de gas natural de 6,5 toneladas se cifró en 1.755 EUR (sin IVA) mensuales (Toulouse).

Deben tenerse en cuenta otros elementos de coste (según sea la magnitud y el tipo de medida implantada):

- Costes de explotación del personal por centro.
- Costes de adquisición e instalación de señales y paneles de rutas alternativas para el transporte pesado.

Deben tenerse en cuenta los costes adicionales relativos a las comunicaciones, equipamiento logístico, consumo energético, costes de explotación de vehículos e impuestos.



DPD Dynamic Parcel Distribution GmbH & Co. KG



Los principales estímulos que actúan como precursores del éxito

Los factores que se relacionan a continuación constituyen los principales estímulos para poner en marcha e implantar de manera eficaz y satisfactoria las medidas descritas anteriormente:

- Para el desarrollo de programas logísticos, es fundamental implicar a todos los operadores económicos (proveedores de mercancías, transportistas, clientes) para que tengan en cuenta todas las entregas. El operador del centro debe poder controlar a todos los transportistas participantes. Esto puede vincularse a un programa de incentiviación o desincentiviación, p. ej. mediante normativas a favor de los vehículos limpios o vehículos de un centro logístico común.
- Establecer una “Carta de transporte urbano de mercancías” para propiciar que los comerciantes permitan que sus mercancías sean entregadas por transportistas que utilizan vehículos limpios y respetan la normativa de reparto de mercancías.
- Una buena estrategia de comunicación: crear un ambiente positivo durante las conversaciones mantenidas por los transportistas, los comerciantes y las autoridades mediante la organización de talleres. Dado que la competencia es elevada, es importante generar confianza.
- La normativa para el transporte de mercancías debe ser suficientemente restrictiva y debe hacerse cumplir estrictamente, de lo contrario no será respetada (p. ej. el reglamento sobre horarios, tonelaje, aspectos medioambientales, tipos de vehículos especificados para las zonas).
- Se precisa financiación inicial para establecer un centro de distribución. No obstante, el objetivo es lograr un centro autofinanciado transcurridos dos o tres años. Se recomienda la asociación público-privada como régimen financiero útil.

- Es posible poner en marcha un centro de distribución con sólo algunos socios (p. ej. dos). Si el servicio resulta eficaz y satisfactorio, es posible que otros posibles participantes se interesen por la idea.
- Los transportistas deben convencerse de la eficacia comercial de las medidas, lo que significa que pueden realizar operaciones de transporte de mercancías con mayor eficacia, menores costes y entregas más rápidas.
- Deben fomentarse los efectos positivos para el medio ambiente de la ciudad y los beneficios económicos para los transportistas con el fin de sensibilizar a la población y lograr una percepción positiva entre los residentes, los comerciantes y los transportistas.
- Se precisan planes provisionales para gestionar las entregas a grandes obras de construcción.

Estrategias para lograr una implantación satisfactoria

La experiencia en CIVITAS II ha demostrado que deben aplicarse varios elementos para elevar al máximo las probabilidades de éxito de la implantación.

La experiencia demuestra que, en relación con la gestión del transporte urbano de mercancías, es importante establecer una coordinación duradera con las distintas partes interesadas, especialmente con los comerciantes y las empresas locales de entregas de mercancías. Resulta más difícil introducir importantes cambios, como la constitución de un centro urbano integrado de distribución de mercancías, si previamente no ha existido cooperación y confianza. Sería aconsejable que se comenzase a establecer dichas relaciones diseñando medidas más sencillas como, por ejemplo, una carta medioambiental para la entrega de mer-



cancias. A continuación, destacamos varios elementos importantes que son fundamentales para el éxito de las medidas del transporte urbano de mercancías.

Respaldo político

Se precisa un firme compromiso político para implantar con éxito las medidas relativas a la distribución de mercancías por parte de todas las partes más relevantes. El contacto y la comunicación con los políticos clave son de gran importancia para lograr un elevado grado de conformidad de la normativa que se precise.

Aceptación

Es fundamental organizar reuniones de negociación y coordinación para definir la normativa mediante un proceso de cooperación con el objetivo de garantizar la aceptación de los transportistas. Los transportistas, en particular, suelen oponerse a este tipo de medidas porque temen perder el contacto directo con sus clientes. La financiación de las inversiones iniciales puede destinarse a modificar la actitud negativa de los transportistas ante la medida de coordinación. La cooperación con los productores de las mercancías y con los comerciales aumentará la demanda de entregas colectivas de mercancías y propiciará la cooperación de los transportistas. Deben realizarse campañas informativas y actividades formativas si se introducen conceptos técnicos e informáticos.

Es sumamente importante informar al público en general y a los clientes de los problemas actuales y de las iniciativas previstas, las soluciones y los costes y beneficios esperados. De este modo, se creará una visión equilibrada entre la población y los transportistas sobre la aplicación de herramientas logísticas innovadoras y limpias, lo cual propiciará la incorporación de los transportistas al centro de distribución. Pueden realizarse campañas oportunas y establecerse asociaciones en torno a este asunto.

Gestión financiera

Particularmente al principio, las nuevas medidas logísticas deben financiarse con recurso externos, p. ej. con fondos estatales para el medio ambiente o con subvenciones de la cámara de comercio. Esto podrá conseguirse si se demuestra la factibilidad financiera y viabilidad jurídica a largo plazo. Es preciso un plan comercial debidamente estructurado y detallado para demostrar la viabilidad futura. Si los costes de una solución logística urbana (inversión, explotación) son demasiado elevados, es aconsejable comenzar con soluciones más sencillas en una primera etapa que resulten más fáciles de implantar (p. ej. con unos cuantos usuarios y sencillas herramientas técnicas). Las ayudas procedentes de fondos públicos al principio de la implantación de la medida reducen el riesgo económico de las partes interesadas de carácter privado, consiguiendo así que estén más dispuestas a cooperar. Una vez implantado el programa, el concepto logístico aplicado debería autofinanciarse finalmente tras dos o tres años.

Condición de un marco legal

Las medidas pueden aplicarse normalmente dentro de las condiciones de un marco legal mediante distintas premisas legales como es la normativa de tráfico común relativa al estacionamiento y la carga y descarga, así como los reglamentos específicos del transporte como son los límites de peso en determinadas rutas. No obstante, en el caso de cambios fundamentales como el uso de zonas urbanas medioambientales, es posible que se precise una nueva normativa de tráfico que debería basarse en los valores límite sobre la calidad del aire establecidos en las directivas europeas (Directiva 1999/30/CE).

Institución y organización

La aplicación de la medida suele precisar numerosas autorizaciones administrativas, lo que implica acudir a distintas oficinas e instituciones. La lentitud de algunos procedimientos burocráticos dificulta en ocasiones la colaboración con las partes interesadas privadas. Por



ello, es esencial la comunicación y cooperación con todos los socios y las autoridades. Para toda clase de medidas relacionadas con la logística de mercancías, es fundamental el firme compromiso de las partes interesadas para el éxito de la implantación de la medida.

ELEMENTOS CLAVE A TENER EN CUENTA

- El transporte urbano de mercancías puede verse influido por la firme asociación entre las partes implicadas en este sector o por la creación de marcos jurídicos y reglamentos.
- Las medidas sólo tendrán éxito si se aplican a una zona de distribución específica con límites definidos y si se establecen restricciones de acceso.
- Dada la elevada competitividad existente en el sector, es preciso que las autoridades públicas proporcionen la financiación y la asistencia iniciales a los posibles participantes del programa de transporte de mercancías. No obstante, la planificación financiera debe demostrar la viabilidad económica en un plazo razonable.
- Es fundamental organizar reuniones de negociación y coordinación para definir la normativa mediante un proceso de cooperación con el objetivo de garantizar la aceptación de los transportistas y de otras partes interesadas. Por tanto, debe planearse un largo periodo de coordinación, cooperación y negociación.
- Al igual que cualquier medida, debe planearse una correcta evaluación de impactos y de procesos desde el principio para supervisar el avance e informar sobre las políticas aplicadas.

¿Qué personas clave deben implicarse?

LAS PARTES INTERESADAS

Si se desea garantizar el éxito de las medidas, es fundamental implicar a distintas partes interesadas, como se indica a continuación:

- Deben organizarse consultas y talleres para implicar a los repartidores y transportistas en el gobierno local, principalmente con carácter voluntario. Dado que la baja aceptación mostrada por este grupo de interesados constituye el mayor riesgo de fracaso de la medida, deben tenerse muy en cuenta sus necesidades y expectativas. Es conveniente integrarlos en un comité directivo junto con el ayuntamiento y aplicar procesos de mediación. En el caso de las ciudades portuarias, es importante la cooperación con la dirección portuaria que administra la capacidad de distribución y almacenaje que podría utilizarse sin inversión de capital.
- Deben integrarse a las asociaciones comerciales locales que reúnen a minoristas, comerciantes, propietarios de restaurantes, entre otros. Por lo general, no intervendrán a la hora de elegir la cadena de suministro si ello no incide en los precios.
- Debe hacerse partícipes a los políticos locales y regionales, a las asociaciones medioambientales y a los visitantes de las zonas.





- Puede integrarse a las empresas privadas (pequeñas y medianas empresas del sector alimentario del entorno) en el desarrollo de sistemas logísticos, dado que ellas podrán beneficiarse de las nuevas herramientas.
- También debe considerarse a los residentes como partes interesadas. Una buena estrategia consiste en transmitir a los habitantes una “imagen de innovación y responsabilidad” para propiciar su aceptación de la medida y lograr el apoyo de la población. Por ejemplo, puede introducirse una carta de entregas y un distintivo para las empresas que pertenezcan a la iniciativa. Asimismo, pueden utilizarse los medios de comunicación y materiales de promoción para informar a los residentes.

PRINCIPALES SOCIOS EN EL PROYECTO

Varios socios clave son fundamentales para el éxito de las medidas y deben participar en el proceso de implantación de la distribución y logística de mercancías:

Los responsables de la toma de decisiones y los operadores

A menudo resulta necesario definir qué decisiones deben tomarse y dónde se encuentra la fuerza necesaria para impulsar la implantación de las medidas. Las administraciones locales, como el ayuntamiento o las concejalías de transporte y medio ambiente, suelen emprender medidas relacionadas con la logística del transporte de mercancías. Es posible que una ciudad organice el transporte de mercancías en el centro de la ciudad estableciendo un centro urbano de distribución. Pero para la gestión propiamente dicha de este centro, conviene seleccionar a un operador de transportes (p. ej. un centro de distribución).

Algunos de los socios importantes son los principales distribuidores de mercancías y los comerciantes locales, representados habitualmente por la cámara de comercio. Su participación y adhesión a las nuevas medidas propiciarán el éxito de la implantación.

Financiadores

Las experiencias realizadas han demostrado que las medidas precisan financiación inicial por parte de las administraciones. No obstante, el objetivo debe ser que estas medidas se autofinancien tras la fase inicial.

Otros participantes

A la hora de realizar estudios de viabilidad, recabar datos locales y evaluar los resultados de las medidas, resulta de gran ayuda el que el impulsor de las medidas consiga el respaldo de las universidades y otras instituciones de investigación.



DPD Dynamic Parcel Distribution GmbH & Co. KG





Enumeración de ejemplos prácticos de CIVITAS II

En el programa CIVITAS II seis ciudades implantaron medidas relacionadas con la logística y distribución sostenible de mercancías:

Burgos (España): Nueva distribución de mercancías.

La Rochelle (Francia): Ampliación estratégica de la logística de la ciudad; servicios al cliente asociados a la distribución de mercancías; desarrollo de una asociación con los operadores de logística.

Malmo (Suecia): Asistencia a transportistas de mercancías.

Norwich (Reino Unido): Servicio individualizado de información de tráfico y viaje a operadores del transporte de mercancías; reparto de mercancías a lugares PyR; y centro urbano de transbordo.

Preston (Reino Unido): Asociaciones de logística urbana, planificación estratégica y definición de rutas, señalización, etc. para el transporte de mercancías.

Venecia (Italia): Logística urbana limpia



DPD Dynamic Parcel Distribution GmbH & Co. KG

SI DESEA AMPLIAR LA INFORMACIÓN, VISITE WWW.CIVITAS.EU

www.civitas.eu

El sitio Web de CIVITAS incluye información sobre **noticias y eventos** en relación con CIVITAS. Ofrece una perspectiva general de todos los **proyectos CIVITAS, de las ciudades CIVITAS** y mantienen los datos de contacto de más de 600 personas que trabajan en el seno de CIVITAS.

Además, se ofrece una visión en profundidad de **más de 650 escaparates innovadores** de las ciudades piloto CIVITAS.

Visite la Web de CIVITAS y busque **excelentes ejemplos de experiencias** en materia de transporte urbano sostenible actualmente en marcha en diferentes ciudades. Si alguna de las ideas le conviene a su ciudad o simplemente le interesa ampliar la información, puede contactar con la persona encargada de esta medida.



Contacto

CIVITAS Secretariat
C/o The Regional Environmental Center
for Central and Eastern Europe (REC)
Ady Endre út 9 -11
2000 Szentendre
HUNGARY

Correo electrónico: secretariat@civitas.eu
Tel: +36 26 504046, Fax: +36 26 311294



THE CIVITAS INITIATIVE
IS CO-FINANCED BY THE
EUROPEAN UNION

Editor: CIVITAS GUARD – Evaluación, supervisión y divulgación de CIVITAS II. **Autor:** Institute for Transport Studies, University of Natural Resources and Applied Life Sciences (BOKU), Vienna **Diseño:** FGM-AMOR – Austrian Mobility Research. **Fuentes:** Todas las fotos han sido facilitadas por las ciudades CIVITAS y el equipo CIVITAS GUARD (salvo si se indica lo contrario) y han sido aprobadas para su reproducción en esta publicación. Las cifras y los valores facilitados están basados principalmente en los resultados de los proyectos de demostración de CIVITAS, indicados por las ciudades participantes. Se ha extraído información complementaria de otros documentos cuando se ha estimado oportuno. **Edición de 2010.** Impreso en Austria.

Ni la Comisión Europea, ni ninguna persona que actúe en representación de la Comisión, son responsables por el uso que pueda hacerse de la información contenida en esta publicación. Los puntos de vista expresados en esta publicación no han sido adoptados ni aprobados en modo alguno por la Comisión y no deberían tratarse como una declaración de los puntos de vista de la Comisión.

La CIVITAS Initiative está cofinanciada por las secciones de Energía y Transportes del Programa Marco IDT de la UE.

CIVITAS