



CiViTAS

Cleaner and better transport in cities



06

POLICY ADVICE NOTES

Măsuri inteligente de gestionare a mobilității

CIVITAS Initiative este o acțiune europeană care susține orașele în punerea în aplicare a unei politici de transport integrate sustenabile, curate și eficiente din punct de vedere energetic. Lecțiile învățate în timpul fazelor de planificare, punere în aplicare și operare a activităților sunt prezentate pe scurt în douăsprezece Policy Advice Notes și dau o idee referitoare la modul de a face față problemelor de transport urban cu care trebuie să se confrunte în viitor orașele din Uniunea Europeană.

POLICY
ADVICE
NOTES



Măsuri inteligente de gestionare a mobilității

Modalități eficiente de a influența comportamentul oamenilor în spiritul mobilității



www.eellis.org

În cadrul CIVITAS II (2005–2009), s-au pus în aplicare diferite măsuri ce vizau influențarea comportamentului în spiritul mobilității al orașenilor și navetiștilor unui oraș și au fost colectate informații cuprinzătoare despre procesele de punere în aplicare și rezultatele acestora. Pentru a susține politicienii și factorii decizionali interesați de aceste acțiuni, cele mai importante informații sunt prezentate pe scurt în această Policy Advice Note.

Prezentare generală

DESCRIEREA MĂSURILOR

Măsurile inteligente de gestionare a mobilității sunt activități „neagresive” care influențează comportamentul oamenilor în spiritul mobilității. Tot mai multe orașe europene se orientează spre acest tip de măsură pentru a oferi locuitorilor informații privind toate mijloacele de transport sustenabile (de exemplu, transportul public, mersul cu bicicleta, folosirea în codiviziune a autovehiculelor etc.) și pentru a înlătura barierele fizice și psihologice care le limitează opțiunile de mobilitate. S-a constatat că motivele pentru care nu se utilizează transportul public sunt adesea lipsa unei conștientizări cu privire la opțiunile reale și proasta reputație a acestui mod de transport. Următoarele măsuri au fost puse în aplicare în domeniul gestionării mobilității:

1. Dezvoltarea unor planuri de mobilitate (sau planuri pentru navetiști) integrate pentru
 - Companii private
 - Instituții publice (de exemplu, universități, spitale, administrație, școli)
 - Zone specifice cu un număr de întreprinderi (de exemplu, parcuri comerciale, parcuri de știință și tehnologie)
 - Zone cu șantiere de lucru temporare care determină modificări ale traseelor și orarelor liniilor de transport public
 - Zone care sunt utilizate în mod frecvent pentru evenimente importante (stadioane, târguri, săli de concert etc.)



Planurile de mobilitate oferă informații privind modalitatea de deplasare cu diverse mijloace de transport până într-un anumit loc. Trebuie integrate oferte speciale, precum folosirea în codiviziune și în comun a autovehiculelor, folosirea în codiviziune a bicicletelor, bilete speciale pentru angajații unei companii (de exemplu, bilete nepersonalizate sau bilete plătite direct din salarii pentru a asigura o gestionare ușoară și subvenționată din motive fiscale). De asemenea, se pot furniza stimulente, de exemplu, un premiu pentru angajatul care s-a deplasat în modul cel mai sustenabil într-o lună.

2. Campanii personalizate de informare pentru grupuri țintă bine definite (de exemplu, prin activități de marketing individualizate)
 - Consultări față în față în care sunt propuse soluții de mobilitate sustenabile pentru persoane fizice și companii
 - Distribuirea de informații în cutiile poștale, de exemplu, orare și hărți ale serviciului de transport public, precum și hărți gratuite pentru bicicliști
 - Oferirea de bilete gratuite la transportul public pentru a determina oamenii să încerce acest mod de transport
 - Difuzarea de informații la evenimente publice (de exemplu, Car Free Day)
 - Crearea unui număr de telefon pentru asistență gratuită în planificarea călătoriilor personale
 - Oferirea de bilete gratuite pentru transportul bicicletelor în vehiculele de transport în comun

Se utilizează tot mai multe informații bazate pe internet privind mobilitatea sustenabilă sau pagini de întâmpinare pentru călătorii personalizate pentru a oferi călătorilor îndrumare individuală și orare specificate.

GRUPURI ȚINTĂ

Pentru ambele tipuri de măsuri, principalele grupuri țintă sunt angajații, vizitatorii, studenții, elevii și locuitorii unei anumite zone țintă. De asemenea, măsurile se pot adresa vârstnicilor și persoanelor cu handicap pentru a le arăta

cum să își păstreze mobilitatea fără a utiliza un autovehicul. De interes special sunt persoanele care s-au mutat recent într-un oraș. Acest grup trebuie să beneficieze de informații cuprinzătoare privind toate mijloacele de transport posibile dintr-un oraș, deoarece poate fi convins mai ușor să folosească un mijloc de transport sustenabil decât o persoană care se deplasează cu automobilul în oraș de mulți ani. Directorii companiilor, administrațiilor locale și instituțiilor publice trebuie încurajați, de asemenea, să elaboreze măsuri de gestionare a mobilității pentru angajații și vizitatorii lor. Întocmirea unui plan de mobilitate sau pregătirea unui eveniment promoțional în cadrul unei companii ar putea fi corelată cu o campanie internă de relații publice adresată lucrătorilor și familiilor acestora.

IMPACT ȘI BENEFICII

Au fost explorate numeroase beneficii potențiale ale măsurilor de gestionare a mobilității în cadrul CIVITAS II, rezultatele și efectele generalizate fiind raportate aici.

Pentru public

Oferind oamenilor informații privind alternativele la utilizarea automobilelor particulare, comportamentul în materie de mobilitate poate fi influențat și se poate stimula un modal shift spre mijloacele de transport sustenabile. De exemplu, pentru un parc comercial dintr-un oraș spaniol a fost creat un plan de călătorii care a determinat scăderea cu 12% a numărului de persoane care veneau la serviciu cu automobilul¹. Prin urmare, măsurile pot determina o scădere a traficului auto, iar impactul negativ al transportului motorizat individual, cum ar fi nivelul de zgomot și emisiile de particule, CO₂ și NO_x, poate fi redus. Cu cât calitatea vieții în orașe se îmbunătățește, cu atât așezările devin mai atractive, ceea ce creează un efect de cerc virtuos.

¹ FGM-AMOR – Forschungsgesellschaft Mobilität, Austrian Mobility Research (2003): MOST – Mobility Management Strategies for the next Decades [Strategii de gestionarea mobilității pentru următoarele decenii], raport final, D9, Graz, Austria



Pentru persoanele fizice

Oamenii care sunt expuși la o campanie de marketing individualizată vor fi informați în legătură cu posibilitățile cele mai adecvate și economice de a se deplasa într-un oraș. Utilizând aceste informații și aplicând sfaturile primite, fiecare persoană poate economisi timp și bani. Mai mult, oamenii care merg pe jos și cu bicicleta sunt mai sănătoși. Experiențele privind măsura CIVITAS II din Odense (Danemarca) arată că marketingul individualizat aplicat în 310 gospodării a dus la o reducere a deplasărilor cu automobilul de 9% și la o creștere a numărului de deplasări cu autobuzul și trenul de peste 50%. Aceste modificări ale comportamentului individual în materie de transport determină o scădere a consumului de energie de peste 5% în rândul participanților la marketingul individualizat. Aplicarea marketingului individualizat în Preston (Regatul Unit) în aproximativ 25 000 de gospodării a determinat o scădere a utilizării autovehiculelor de 10–13% și o creștere a utilizării mijloacelor sustenabile de transport de până la 36% în rândul populației țintă. În majoritatea cazurilor, utilizarea mijloacelor sustenabile este mai ieftină pentru gospodăriile în cauză.

Pentru companii

Măsurile de gestionare a mobilității pot oferi beneficii companiilor și instituțiilor întrucât nevoia de locuri de parcare este redusă. De exemplu, în La Rochelle (Franța) crearea unui plan de călătorii profesional pentru angajații din centrul orașului a determinat o creștere a deplasărilor cu autovehicule folosite în comun de la 200 la peste 1800. În Norwich (Regatul Unit), numărul autovehiculelor cu un singur loc ocupat a scăzut cu 18% după introducerea planurilor de deplasare pentru companiile dintr-un anumit coridor. Fără a fi nevoie de investiții suplimentare mari în infrastructură, cererea de servicii de transport public va crește și, de asemenea, pot crește și veniturile companiilor de transport public. Mai mult, companiile pot profita de o imagine organizațională pozitivă prin asumarea unei atitudini responsabile din punct de vedere social și a unei conduite ecologice.

CONDIȚII CADRU PENTRU SUCCES

Posibilitatea de a influența relația dintre politicile de urbanism, transport și parcare este o condiție prealabilă importantă pentru punerea în aplicare a măsurilor de gestionare a mobilității și este util dacă orașele au integrat măsurile de gestionare a mobilității în principalele lor documente strategice. Sistemul fiscal actual trebuie să favorizeze măsurile și să se adreseze navetiștilor. De exemplu, în cazul în care cheltuielile cu naveta sunt deductibile fiscal, toate mijloacele de transport trebuie tratate în mod egal (niciun privilegiu pentru utilizatorii de autovehicule ca în Austria și Germania, unde naveta cu automobilul este deductibilă fiscal).

Existența diferitelor sisteme de mobilitate de înaltă calitate (de exemplu, o rețea bine dezvoltată de piste pentru bicicliști, platforme pentru folosirea în comun a autovehiculelor, folosirea în codiviziune a autovehiculelor, servicii fiabile de transport public) într-un oraș reprezintă un bun punct de plecare pentru desfășurarea activităților de gestionare a mobilității. Centrele de mobilitate sau un responsabil pentru mobilitate într-un oraș pot/poate susține rezultatele măsurilor.





Etapele și termenele de punere în aplicare

La punerea în aplicare a măsurilor de gestionare a mobilității într-un oraș, trebuie să se țină seama de mai multe considerente importante, incluzând măsuri de sprijin și un termen rezonabil.

ETAPE DE LUCRU

1. Colectarea datelor

În vederea conceperii și adaptării măsurilor la nevoile specifice ale potențialelor grupuri țintă într-o anumită zonă, trebuie desfășurate diferite anchete, de exemplu:

- a) Studii generale referitoare la traficul și mobilitatea de la nivelul orașului sau zonei: analiza situației actuale a traficului (fluxuri de trafic, date referitoare la transportul public, comportamentul general în spiritul mobilității etc.)
- b) Studii ale comportamentului în materie de mobilitate specifice companiilor și zonei: pentru a înțelege potențialii beneficiari, ancheta trebuie să includă cel puțin:

- Comportamentul în materie de mobilitate (numărul călătoriilor zilnice, traseele parcurse, timpul petrecut cu deplasarea, mijloacele de transport folosite, preferințele și ierarhia factorilor calitativi ai oricărui mijloc de transport) și principalele probleme legate de deplasare
- Date socioeconomice (de exemplu, distribuția pe categorii de vârstă, rata de deținere a autovehiculelor, situația profesională) și caracteristicile grupului țintă (de exemplu, distribuția geografică a domiciliilor, programul de lucru și zilele lucrătoare ale angajaților)
- Comportamente și preferințe în materie de comunicare, de unde oamenii își primesc în prezent informațiile
- Cunoașterea mijloacelor de transport sustenabile

c) Studii de bune practici și dotarea tehnologică de ultimă generație: trebuie întocmit un raport privind dotarea tehnologică de ultimă generație pentru analiza experiențelor legate de măsuri echivalente în alte municipii. Se recomandă elaborarea unui studiu de fezabilitate referitor la noile servicii și evaluarea cererii suplimentare estimate de servicii prin respectivul modal shift realizat. Trebuie să se evalueze tehnologia care va fi utilizată și finanțarea pe termen lung, precum și cadrul juridic necesar.

2. Proiectarea conceptului

- Înființarea structurii organizaționale pentru serviciile de gestionare a mobilității și implicarea tuturor părților interesate
- Definirea grupului țintă concret și alegerea locației adecvate
- Realizarea de reuniuni cu companii, grupuri de angajați, publicul larg etc. pentru atragerea potențialilor candidați pentru măsuri și explicarea proiectului
- Selectarea companiilor sau instituțiilor care vor lua parte la măsură
- Luarea deciziei cu privire la activitățile care vor fi desfășurate
- Selectarea sistemelor de operare, a stimulentelelor, a eforturilor tehnice etc.
- Numirea unui responsabil pentru mobilitate însărcinat cu punerea în aplicare a măsurii

3. Dezvoltarea principalelor instrumente (campanie, plan pentru navetiști, marketing individualizat etc.), ținând seama de serviciile de mobilitate existente și viitoare, de exemplu:

- Gestionarea parcării și accesului
- Flux de trafic și schemă de circulație
- Rute pentru pietoni și bicicliști
- Servicii de folosire în comun și în codiviziune a autovehiculelor
- Transport public (precum și servicii la cerere)
- Integrarea biletelor
- Informații integrate despre transportul public



Se recomandă combinarea măsurilor neagresive cu cele stricte și integrarea în planuri a numeroase mijloace de transport diferite, de exemplu, restricții de acces și parcare, precum și un serviciu de folosire în codiviziune a auto-vehiculelor.

4. Pregătirea și punerea în aplicare a măsurilor de gestionare a mobilității

- Organizarea de cursuri de formare cu privire la practica de marketing individualizat destinate responsabililor pentru mobilitate sau personalului comercial
- Organizarea de reuniuni cu companii, grupuri de angajați, publicul larg etc. pentru a asculta propuneri de schimbare sau îmbunătățire
- Aplicarea unui marketing individualizat cu membrii grupului țintă și finalizarea planurilor pentru navetiști
- Furnizarea de instrumente de orientare care sprijină realizarea planurilor individuale pentru navetiști ale întreprinderilor mici și mijlocii (de exemplu, o anchetă și un model de software on-line pentru planuri de călătorii)

5. Procesul de monitorizare și evaluare

Se recomandă elaborarea unei strategii de evaluare și definirea de indicatori cuantificați și măsurabili care să arate nivelul schimbărilor². Trebuie să se țină seama încă de la începutul proiectului de faptul că poate fi nevoie de până la 10% din buget pentru evaluarea impactului³.

6. Marketingul și promovarea măsurilor

- Publicarea rezultatelor activităților pentru a crește gradul de sensibilizare

² Cum ar fi cei dezvoltați în procesul de evaluare CIVITAS

³ FGM-AMOR – Forschungsgesellschaft Mobilität, Austrian Mobility Research (2003): MOST – Mobility Management Strategies for the next Decades [Strategii de gestionare a mobilității pentru următoarele decenii], raport final, D9, Graz, Austria

MĂSURI ÎNSOȚITOARE DE AMPLIFICARE A EFECTELOR POZITIVE

Măsurile de gestionare a mobilității sunt eficiente mai ales dacă sunt puse în aplicare în paralel cu alte proiecte de transport sustenabil, cum ar fi introducerea de noi servicii de transport public (de exemplu, introducerea unui nou material rulant, noi scheme de stabilire a prețurilor la bilete) sau infrastructuri, precum și instalarea de noi rastele pentru biciclete sau realizarea unei noi platforme de folosire în comun a auto-vehiculelor în oraș. De asemenea, se recomandă să se combine măsurile cu evenimente promoționale, cum ar fi Ziua fără automobile, care creează o bună posibilitate de a integra diferite măsuri de gestionare a mobilității sustenabile într-o platformă promoțională.

TERMEN

Înainte de realizarea oricăror măsuri de gestionare a mobilității, trebuie colectate date importante (a se vedea, de asemenea, etapa de lucru 1, „Colectarea datelor”). Această primă fază poate dura 6–12 luni. Crearea și dezvoltarea de planuri pentru navetiști destinate companiilor sau anumitor zone poate dura aproximativ doi ani, în funcție de numărul de servicii și de activități incluse. După o fază de funcționare (de exemplu, de o jumătate de an) pot fi evaluate primele efecte ale activităților.

Trebuie să se sublinieze aici că eforturile de influențare a atitudinii și comportamentului oamenilor în materie de mobilitate pot dura o perioadă considerabilă de timp. Pentru a obține efecte semnificative și de durată ale măsurilor de gestionare a mobilității, sunt esențiale repetarea frecventă a campaniilor și gestionarea activă a acestora. De asemenea, se recomandă integrarea măsurilor în cadrul diferitelor proiecte de transport sustenabil.



Care sunt investițiile implicate?

Investițiile pentru gestionarea mobilității pot diferi semnificativ, în funcție de numărul de persoane implicate și de strategia aleasă.

Costurile de marketing individualizat pot varia în funcție de nivelul de efort necesar pentru furnizarea informațiilor utile, de numărul materialelor produse și de tipul de stimulente care pot fi oferite persoanei vizate (de exemplu, bilete gratuite pentru transportul public). Costurile de marketing individualizat pentru o persoană sunt, de obicei, de aproximativ 10 EUR. Dar în cadrul măsurilor puse în aplicare în CIVITAS II, au fost atinse costuri de 200 EUR de persoană, întrucât au fost incluse și costurile de dezvoltare a strategiei. Trebuie să se menționeze aici că acest tip de măsură este foarte eficientă, dar și rentabilă. Se poate realiza transferul modal în rândul populației țintă și fără investiții în infrastructură.

Investițiile pentru punerea în aplicare a unor planuri pentru navetiști la nivelul unei întregi zone variază între 30 000 și 50 000 EUR, în funcție de mărimea grupului țintă vizat. De exemplu, s-au cheltuit 50 000 EUR pentru un plan pentru navetiști pus în aplicare într-un cartier de birouri din Toulouse (Franța) cu aproximativ 24 000 de angajați. Patru companii din această zonă au între 500 și peste 1000 de angajați, dar în principal aici se află firme mai mici.

Costurile pentru activitățile de difuzare (de exemplu, furnizarea de informații referitoare la măsură, în general, și la mijloacele de transport sustenabile, precum transportul public, mersul cu bicicleta, mersul pe jos, folosirea în codiviziune a autovehiculelor etc.) pot, de asemenea, diferi semnificativ, în funcție de durată, de numărul de persoane vizate și de materialele

alese pentru campanii. S-au cheltuit între 7000 și 40 000 EUR pentru activitățile de difuzare în cadrul măsurilor CIVITAS II.

Investiția în echipamente este necesară în momentul creării unui portal de internet. Trebuie achiziționate instrumente hardware și software (costul variază între aproximativ 9000 și 25 000 EUR), iar conexiunea de IT la sursele de date referitoare la călătorii pentru un portal de internet poate costa, de exemplu, 54 000 EUR.

Pentru toate măsurile, trebuie să se țină seama de faptul că vor fi ocazionate și costuri pentru consultanții externi responsabili cu dezvoltarea strategiei, tipărirea materialelor de informare, personal pentru desfășurarea activităților de marketing sau distribuirea materialelor de informare.



Schiffer





Principalii factori determinanți care servesc drept precursori ai succesului

Factorii determinanți importanți ai inițierii, precum și ai unei puneri în aplicare eficiente și de succes a măsurilor de gestionare a mobilității sunt:

- Interesul politic la nivel superior este necesar pentru luarea deciziilor de principiu într-un stadiu inițial al proiectului.
- Competența și angajamentul echipei de proiect și buna cooperare dintre toți partenerii locali, precum și toate părțile interesate implicate (de exemplu, operatorul de transport public, proprietarii amplasamentelor, reprezentantul grupului țintă) sunt necesare.
- Se recomandă numirea unui responsabil pentru mobilitate cu normă întreagă, însărcinat cu coordonarea generală a măsurilor și care să lucreze zi de zi pe acest subiect.
- O bună strategie de comunicare, care să includă furnizarea de către mass-media locală a unei descrieri informative și personale a măsurii, vine în sprijinul procesului de punere în aplicare.
- Ori de câte ori este posibil, trebuie angajat un agent de facilitare independent, de exemplu, pentru reuniuni sau ateliere de lucru.
- Disponibilitatea unor condiții-cadru corespunzătoare (gestionarea accesului, rețea de ciclism adecvată, servicii existente de folosire în codiviziune sau în comun a autovehiculelor și un sistem de transport public de înaltă calitate) permite grupului țintă să beneficieze de alternative reale la modul de transport individual motorizat.
- Pentru elaborarea planurilor de mobilitate la nivelul unei întregi zone, se recomandă utilizarea ca bază a planurilor pentru navetiști la nivel de companie.
- Schimb de experiențe cu alte municipalități care au obținut deja efecte pozitive cu ajutorul acestor măsuri.

Strategii pentru succesul punerii în aplicare

Toate politicile publice noi și inovatoare se confruntă cu bariere semnificative în calea adoptării și acceptării lor. Iată câteva modalități recomandate de eliminare a unora dintre cele mai frecvente bariere:

Sprijin politic

Difuzarea de informații cantitative despre măsură și beneficiile sale potențial realizabile poate ajuta la înlăturarea atitudinilor negative față de acest instrument inovator. Membrii autorității municipale trebuie să fie angajați într-un stadiu incipient al conceperii proiectului.

Acceptare

Este important să se distribuie informații cuprinzătoare privind obiectivele și beneficiile individuale ale măsurii în rândul populației țintă. Trebuie explicate avantajele măsurilor și etapele punerii în aplicare a acestora, întrucât măsurile de gestionare a mobilității se bazează în principal pe un proces de comunicare și de luare a deciziilor. În acest context, o presă „pozitivă” joacă un rol decisiv în obținerea acceptării în rândul locuitorilor.

Uneori, implicarea sindicatelor poate constitui o barieră, acestea insistând ca serviciile pentru navetiști să fie incluse în contractele colective de muncă. Teama de acest lucru este adesea un motiv pentru care companiile nu introduc măsuri de gestionare a mobilității.

Gestionare financiară

Trebuie subliniat faptul că se pot obține rezultate pozitive la un preț relativ scăzut fără investiții suplimentare în infrastructuri noi. Cu toate acestea, rentabilitatea măsurilor de gestionare a mobilității este adesea subestimată, întrucât efectele nu sunt, de obicei, direct măsurabile și sunt frecvent vizibile doar la mult timp de la punerea în aplicare a măsurii.

Întrucât măsurile de gestionare a mobilității nu sunt încă stabilite ca măsuri „tradiționale” în majoritatea țărilor europene, finanțarea este



disponibilă numai indirect prin intermediul unor programe, acțiuni și ministere diferite. Prin urmare, se recomandă solicitarea mai multor surse de fonduri pentru a sprijini punerea în aplicare măsurii. De exemplu, sunt disponibile următoarele fonduri europene:

- Al șaptelea program-cadru pentru cercetare, dezvoltare tehnologică și demonstrație (RTD) (2007–2013, finanțare 50–100%, link: <http://cordis.europa.eu/>)
- LIFE+ (2007–2013, finanțare până la 50%, link: <http://ec.europa.eu/environment/life/>)
- URBACT (<http://urbact.eu>)
- Fonduri structurale și de coeziune, în general
- Programe de cooperare teritorială europeană (fostul INTERREG, care sprijină cooperarea transfrontalieră (A), cooperarea transnațională (B) și cooperarea interregională (C))

Condiție referitoare la cadrul juridic

Măsurile de gestionare a mobilității sunt ușor de pus în aplicare, fără a se estima constrângeri de ordin juridic. Autoritățile locale pot chiar afecta condiția-cadru în mod pozitiv deoarece pot folosi instrumente juridice și fiscale pentru influențarea politicilor de transport și planificare în sprijinul măsurilor de gestionare a mobilității. Cu toate acestea, în unele țări europene, cadrul juridic național al sistemului fiscal diminuează disponibilitatea companiilor de a participa la respectiva măsură (de exemplu, legile naționale complică fiscalitatea pentru întreprinderi în Suedia).

Instituire și organizare

În vederea punerii în aplicare cu succes a măsurilor de gestionare a mobilității, este necesar ca municipalitatea să organizeze reuniuni regulate pentru a aduce laolaltă toate părțile interesate și organisme municipale (de exemplu, departamentul de planificare a utilizării terenurilor, departamentul de mediu) pentru a discuta

măsurile individuale și pentru a ajunge la un consens global cu privire la obiectivele măsurii. Acest lucru este util pentru a asigura că planurile de mobilitate integrate sunt în concordanță cu strategia de transport existentă a orașului și că responsabilitățile diferitelor părți interesate sunt clar repartizate. În vederea punerii în aplicare cu succes a măsurilor, care sunt introduse în paralel cu alte activități (de infrastructură), este posibil ca graficele de execuție ale măsurilor să trebuiască ajustate.

ELEMENTE CHEIE DE LUAT ÎN CONSIDERARE

- Acest tip de măsură este foarte eficace și rentabil. Un transfer modal spre mijloace sustenabile de transport se poate realiza fără investiții în infrastructură.
- Persoanele care s-au mutat recent într-un oraș sunt persoane țintă importante, deoarece este mai ușor să se influențeze comportamentul lor în materie de mobilitate decât pe cel al persoanelor care se deplasează cu automobilul de ani de zile.
- Angajarea unui responsabil pentru mobilitate cu normă întreagă sau înființarea unui centru de mobilitate este utilă.
- Presa pozitivă joacă un rol important în ceea ce privește măsurile de gestionare a mobilității, deoarece acestea se bazează în principal pe o bună comunicare cu publicul.
- Persoanele țintă au, de obicei, o atitudine extrem de pozitivă față de măsuri și apreciază contactul direct și individual cu operatorul de transport sau consultantii în materie de gestionare a mobilității.



Care sunt persoanele cheie care vor fi implicate?

PĂRȚI INTERESATE

Implicarea potențialilor beneficiari reprezintă cea mai importantă parte a măsurilor de gestionare a mobilității. Este foarte utilă organizarea de interviuri și intrarea în contact cu persoanele țintă în mod direct și individual.

Aceste persoane sau organizații trebuie să implice în calitate de consilieri sau susținători informali:

- Întreprinderi locale și regionale (de exemplu, camere de industrie sau comerț)
- Organisme publice (de exemplu, școli, universități sau spitale)
- Angajați (navetiști)
- Locuitori ai zonei țintă
- Utilizatorii serviciului de transport public, grupuri care sprijină mersul pe jos și cu bicicleta (de exemplu, constituite ca organizații neguvernamentale)

Diferite asociații (de exemplu, pentru utilizatorii bicicletelor sau pentru persoanele cu handicap) și experți în domeniul transporturilor se pot implica pentru a sprijini municipalitatea și a-i oferi informații privind activitățile necesare de punere în aplicare.

Jurnaliștii (mass-media „tradițională” și cea electronică) sunt, de asemenea, părți interesate importante. Cu ajutorul unei bune gestionări a relațiilor publice, costurile de promovare tradițională prin canale comerciale de comunicare pot fi reduse.

PRINCIPALII PARTENERI AI PROIECTULUI

Aceste tipuri de persoane sunt esențiale pentru succesul măsurilor de gestionare a mobilității:

Factori decizionali

În majoritatea cazurilor, activitățile trebuie inițiate de autoritățile locale, deoarece cele mai bune opțiuni de călătorie includ adesea mai multe moduri sau furnizori de servicii de transport, care sunt operatori concurenți și care, prin urmare, nu sunt interesați să ofere informații integrate utilizatorilor.

Alți parteneri

- Administrații locale și regionale
- Departamente de urbanism
- Instituții responsabile pentru teritoriul respectiv (de exemplu, organizații regionale, camera de comerț locală, autorități speciale, cum ar fi pentru o zonă aeroportuară)
- Operatori de transport (serviciu de autobuze, asociație de taximetriști, serviciu de folosire în codiviziune a autovehiculelor, companii de căi ferate etc.)

Operatorii de transport public sau autoritățile de transport public, precum și universitățile se pot implica pentru a evalua rezultatele măsurilor de gestionare a mobilității. De asemenea, administrațiile drumurilor și cooperativele sociale pentru servicii dedicate persoanelor cu handicap își pot asuma un rol activ în procesele de planificare și punere în aplicare. Pentru soluții tehnice (IT) și relații publice, se pot consulta companii private.





Enumerarea exemplelor practice din cadrul CIVITAS II

**În cadrul CIVITAS II, 9 orașe au pus în aplicare măsuri care vizează gestionarea
mobilității:**

Genova (Italia): plan de mobilitate integrat pentru spitalul San Martino; strategie de mobilitate integrată pentru târguri comerciale; agenția pentru servicii de mobilitate

Cracovia (Polonia): plan de mobilitate integrat

La Rochelle (Franța): plan de călătorii pentru companii; dezvoltarea de sisteme integrate de gestionare a transportului; plan de călătorii pentru studenți

Malmö (Suedia): gestionarea nevoilor de mobilitate ale persoanelor private și sectorului de afaceri

Norwich (Regatul Unit): consiliere pentru deplasări individuale; planificarea călătoriilor

Odense (Danemarca): crearea de opțiuni de mobilitate alternative pentru proprietarii automobilelor vechi; servicii de gestionare a mobilității pentru port; marketingul opțiunilor de transport personal

Potenza (Italia): gestionarea mobilității

Preston (Regatul Unit): planuri de călătorii pentru companii; planificare personalizată a călătoriilor; planuri de călătorii pentru școli

Toulouse (Franța): planuri de mobilitate pentru navetiști și școli; punerea în aplicare a planului de mobilitate urbană în zona Blagnac; înființarea unei agenții de mobilitate și de servicii personalizate; campanie de sensibilizare pentru schimbarea comportamentului în materie de mobilitate

www.civitas.eu

Site-ul web CIVITAS conține informații privind nou-tățile și evenimentele asociate cu CIVITAS. Acesta oferă o prezentare generală a tuturor proiectelor CIVITAS, orașelor CIVITAS și include detaliile de contact a peste 600 de persoane care lucrează în cadrul CIVITAS.

În plus, obțineți cunoștințe aprofundate despre cele peste 650 de vitrine inovatoare din orașele demonstrative CIVITAS.

Vizitați site-ul web CIVITAS și căutați principalele exemple de experiențe referitoare la transportul urban sustenabil derulate în prezent în orașe. Dacă oricare dintre idei se potrivește orașului dumneavoastră sau sunteți interesați doar să aflați mai multe, puteți contacta persoana competentă responsabilă pentru respectiva măsură.



Contact

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

E-mail: secretariat@civitas.eu
Tel: +36 26 504046, Fax: +36 26 311294



THE CIVITAS INITIATIVE
IS CO-FINANCED BY THE
EUROPEAN UNION

Editor: CIVITAS GUARD – Evaluare, monitorizare și difuzare pentru CIVITAS II. **Autor:** Institute for Transport Studies, University of Natural Resources and Applied Life Sciences (BOKU), Vienna **Așezare în pagină:** FGM-AMOR – Austrian Mobility Research. **Surse:** Schiffer (fotografie copertă). Toate celelalte fotografii sunt furnizate de orașele CIVITAS și echipa CIVITAS GUARD (cu excepția cazului în care se menționează altfel) și sunt aprobate pentru reproducere în prezenta publicație. Cifrele și valorile furnizate se bazează, în principal, pe rezultatele proiectelor demonstrative CIVITAS, raportate de orașele participante. După caz, s-au utilizat informații suplimentare din literatura de specialitate. **Ediția 2010.** Tipărit în Austria.

Nici Comisia Europeană și nici oricare din persoanele care acționează în numele Comisiei nu sunt responsabile pentru eventuala utilizare a informațiilor conținute în prezenta publicație. Opiniile exprimate în prezenta publicație nu au fost adoptate sau aprobate în niciun mod de către Comisie și nu trebuie considerate o afirmare a opiniilor Comisiei.

CIVITAS Initiative este cofinanțată de secțiunile Energie și Transport ale programului-cadru UE pentru cercetare, dezvoltare tehnologică și demonstrație (RTD).

CIVITAS