



CiViTAS

Cleaner and better transport in cities



06

POLICY ADVICE NOTES

Мерки за интелигентно управление на придвижването



CIVITAS Initiative представлява европейска акция, поддържаща в поддръжка на градовете при приложението на интегрирана, екологична, чиста и енергийно ефективна транспортна политика. Научените по време на фазите на планиране, въвеждане и изпълнение на дейностите уроци са систематизирани в дванадесет Policy Advice Notes и дават идея за начините за справяне с градските транспортни проблеми, пред които ще бъдат изправени градовете в Европейския съюз в бъдеще.



Мерки за интелигентно управление на придвижването

Успешен начин за влияние върху поведението на придвижване



www.eellis.org

С CIVITAS II (2005–2009) бяха въведени различни мерки за оказване на влияние върху поведението на придвижване на гражданите и преминаващите през града и беше събрана изчерпателна информация относно процесите на въвеждане и получените резултати. Настоящите Policy Advice Note обобщават най-важната информация, за да подкрепят заинтересованите от тези действия политици и вземащи решения.

Преглед

ОПИСАНИЕ НА МЕРКИТЕ

Мерките за управление на интелигентното придвижване представляват "меки" действия, насочени да окажат влияние върху поведението на придвижване на хората. Все повече европейски градове се обръщат към този тип мерки, за да осигурят на гражданите информация относно всички видове транспорт (напр. обществен транспорт, колхозене, споделяне на автомобили и др.) и да премахнат физическите и психологични бариери, ограничаващи избора на начин на придвижване. Установи се, че причините да не се използва градския транспорт често се коренят в липсата на осъзнаване на реалните опции и лошата репутация на този начин на придвижване. В областта на управлението на придвижването бяха внедрени следните мерки:

1. Разработка на интегрирани планове за придвижване (или планове за прехвърляне) за
 - Частни фирми
 - Обществени институции (напр. университетски болници, администрация, училища),
 - Специфични области с известен брой предприятия (напр. бизнес паркове, учебно-технически паркове)
 - Области с временни работни обекти, които водят до промяна в маршрутите и графика на линиите на обществен транспорт
 - области, в които често се провеждат големи събития (стадиони, панаири, концертни зали и др.)



Плановете за придвижване предлагат информация относно начините на пътуване с различни методи на транспорт до даден обект. Необходимо е интегриране на мерките със специални оферти, като споделяне на автомобили и автомобилни паркове, споделяне на велосипеди, специални билети за служителите на фирмата (напр. непersonални билети или билети, които се заплащат директно от заплатите, за да се осигури лекота и начин на субсидиране във връзка с данъците). Могат да се стартират и инициативи, например награди за служителите, които пътуват по най-екологичния начин в месеца.

2. Персонализирани информационни кампании за добре определени целеви групи (напр. чрез индивидуални маркетингови мерки)
 - Лични консултации с предложения на решения за екологично придвижване за фирми и лица
 - Безплатно разпространение на информацията чрез пощата, напр. времеви графици на градския транспорт и карти, както и карти на велосипедната пътна мрежа
 - Осигуряване на безплатни билети за градския транспорт, за да се подтикнат хората да го използват
 - Разпространяване на информацията по време на обществени събития (напр. Car Free Day)
 - Създаване на телефонен номер за безплатна помощ в планирането на лични начини за придвижване
 - Предлагане на безплатни билети за пренос на велосипеди в превозните средства на градския транспорт

Все повече информация в Интернет относно екологичното придвижване или персонализирани начални страници за пътувания, които да предлагат на пъгуващите индивидуални напътствия и точни времеви графици.

ЦЕЛЕВИ ГРУПИ

И за двата типа мерки основните целеви групи са служителите, посетителите, студентите, учениците и жителите на дадена целева област. Може да се направи обръщение към възрастните и инвалидите, за да се

посочи как биха могли да се придвижват без да използват автомобил. От особен интерес са лицата, които са пристигнали наскоро в града. Тази група трябва да получава изчерпателна информация относно всички възможни начини на придвижване в града, тъй като е възможно да бъдат убедени полесно да използват екологичните начини на транспорт, отколкото лицата, които дълги години са използвали автомобил в града. Ръководителите на фирми, местната администрация и обществените институции трябва също да бъдат насърчавани да развият мерки за управление на придвижването на техните служители и посетители. Подготовката на план за придвижване до промоционално събитие на фирмата трябва да се свързва с вътрешните кампании за връзки с обществото, насочени към служителите и техните семейства.

ВЛИЯНИЯ И ПРЕИМУЩЕСТВА

В рамките на CIVITAS II са изследвани много от възможните изгоди от управлението на придвижването основните заключения от които са изложени тук.

За обществения транспорт

Давайки на хората информация относно алтернативите на използването на лични автомобили, е възможно да се окаже влияние върху поведението на придвижване и modal shift към екологични начини на придвижване. Например беше установен план за придвижване до бизнес парк в испански град, който доведе до намаляване от 12% на пристигащите на работа с автомобил¹. Следователно, мерките могат да доведат до намаляване на автомобилния трафик и отрицателните влияния на индивидуалния автомобилен транспорт, като шум и емисии от частици, CO₂ и NO_x. С подобряването на качеството на живот в градовете те стават все по-привлекателни и се създава прекрасен цикличен ефект.

¹ FGM-AMOR – Forschungsgesellschaft Mobilität, Austrian Mobility Research (2003): MOST – Mobility Management Strategies for the next Decades, final report, D9, Graz, Austria



За личните автомобили

Хората, към които са насочени индивидуалните маркетингови кампании, ще бъдат информирани относно най-подходящия и икономичен начин за придвижване в града. Използвайки тази информация и прилагайки препоръките, всеки може да спести пари и време. Нещо повече, хората, които вървят и карат велосипеди, са по-здрави. Опитът от мерките на CIVITAS II в Оденс (Дания) показва, че индивидуалният маркетинг в 310 домакинства постига намаляване на пътуванията с автомобил от 9% и увеличаване на броя на пътуванията с автобус и влак на повече от 50%. Тези промени в индивидуалното транспортно поведение водят до намаляване на консумацията на енергия с повече от 5% сред участниците на индивидуализирания маркетинг. Въвеждането на индивидуализиран маркетинг в Престън (Обединено кралство) в около 25 000 домакинства доведе до намаляване на употребата на автомобили от 10 до 13% и увеличаване на използването на екологичен транспорт с около 36% сред целевата аудитория. В повечето случаи употребата на екологични начини за придвижване е по-евтина за домакинствата.

За фирмите

Мерките за управление на придвижването могат да предложат полза за фирмите и институциите, тъй като се намаляват нуждата от места за паркиране. Например в Ла Рошел (Франция) създаването на план за бизнес пътувания на служителите в градския център доведе до увеличаване на пътуванията с автомобилен парк от 200 до 1 800. В Норуич (обединено Кралство) броят на автомобилите возещи само един човек намаля до 18% след създаване на план за пътуване на фирмите с въвеждане на определен коридор. Без необходимост от допълнителни големи инвестиции в инфраструктура търсенето на услугите на градския транспорт ще увеличи също и приходите на фирмите за обществен транспорт. Нещо повече, фирмите могат да спечелят от положителния си организационен имидж, ако застанат на социално ангажирана позиция и работят по екологичен начин.

УСЛОВИЯ ЗА УСПЕХ

Възможността да се повлияе на връзките между градското планиране, транспорта и политиката за паркиране е важно предварително условие за въвеждане на мерките за управление на придвижването и би било полезно, ако градовете вече са предвидили мерки за управление на придвижването в основните документи на своята политика. Настоящата данъчна система трябва да бъде в помощ на мерките и трябва да се насочи към фирмите. Например, ако разходите за прехвърляне могат да се отчисляват от данъците, всички начини за транспорт трябва да се третират еднакво (без привилегии за собствениците на автомобили, както в Австрия и Германия, където ежедневното пътуване с автомобил се отчислява от данъка).

Съществуването на различни, висококачествени системи за придвижване (напр. добре развита мрежа за велосипедисти, платформи на автомобилни паркове, споделяне на автомобили, надеждни услуги на градския транспорт) в града е добра начална точка за въвеждане на дейности за управление на придвижването. Центровете за придвижване или управляващото движение в града може да подпомогне резултатите от мерките.





Стъпки и времева рамка за въвеждане

При прилагане на мерки за управление на придвижването трябва да се вземат предвид няколко важни съображения, включително поддържащите мерки и задаването на разумни срокове.

РАБОТНИ СЪТЪПКИ

1. Събиране на данни

За да се създаде и се предвиди размера на мерките за специфичните нужди на възможните целеви групи в дадена област, е необходимо да се проведат различни анкети, например:

а) Общо проучване на трафика в града и областта и начините за придвижване: Анализ на настоящото състояние на трафика (потоци, данни от общественя транспорт, общо поведение при придвижване и др.)

б) Проучвания на поведението при придвижване за фирма или област: За да се разберат възможните ползи, анкетата трябва да включва като минимум:

- Поведението на придвижване (броя на ежедневните пътувания, маршрутите, времето за пътуване, начините на транспортиране, предпочитанията и йерархията на количествените фактори на всеки от начините за пътуване) и основните проблеми при тях.
- Социално икономически данни (напр. възрастово разпределение, стойност на притежаването на автомобил, състоянието на заетостта) и характеристики на целевата група (напр. географско разпространение на жителите, работни часове и дни на служителите)
- Поведението на комуникация и предпочитанията, при които хората понастоящем получават информация
- Познаването на екологичните начини на транспорт

в) Добри практики и състояние на проучванията: Необходимо е да се изготвят изчерпателни проучвания, за да се анализира опита от прилагането на същите мерки в други общини. Препоръчваме да се създаде проучване за приложимост относно нови услуги и да се оцени очакваното допълнително търсене на услуги при достигане на modal shift. Необходимо е да се направи оценка на технологиите, които ще бъдат използвани, както и на дългосрочното финансиране и юридическата рамка.

2. Създаване на концепцията

- Установяване на организационна структура на управлението на придвижването и включване на всички заинтересовани.
- Дефиниция на конкретна целева група и избор на подходящ обект
- Извършване на срещи с фирми, групи служители, обществото и др., за да се привлекат възможни кандидати за прилагане на мерките и да се обясни проекта.
- Избор на фирми или институции за участие в мерките
- Решение относно въвежданите дейности
- Избор на операционна система, инициативи, технически усилия и др.
- Посочване на изпълнител за управлението на придвижването, който да бъде отговорен за въвеждането на мерките

3. Разработка на основните инструменти (кампания, план за придвижване в града, индивидуализиран маркетинг и др.) с отчитане на съществуващите и бъдещи услуги за придвижване, например:

- Управление на паркирането и достъпа
- Поток на трафика и циркулационна схема
- Маршрути за пешеходци и велосипедисти
- Услуги за автопаркове и споделяне на автомобили
- Обществен транспорт (също услуги при поискване)
- Интегриране на билети
- Интегрирана информация относно общественя транспорт



Препоръчва се комбиниране на меки и твърди мерки, за да се интегрират различните транспортни режими в плановете, ограничения за достъп и паркиране, както и услуги за споделяне на автомобили.

4. Подготовка и въвеждане на мерките за управление на придвижването

- Организиране на курсове за обучение на индивидуализирана маркетингова практика за ръководителите на придвижването или комерсиалния състав
- Организиране на срещи с фирми, групи служители, обществото и др., за да се изслушат предложенията относно промени или подобрения.
- Въвеждане на индивидуализиран маркетинг сред членовете на целевите групи и създаване на плановете за придвижване в града
- Осигуряване на инструменти за напътствия, поддържащи реализирането на индивидуалните плановете за придвижване в града на малки и средни фирми (напр. онлайн софтуер за анкети и шаблони във връзка с плановете за придвижване)

5. Наблюдение и оценка на хода

Препоръчва се да се създаде стратегия за оценка и да се определят количествени и измерими индикатори, които да покажат нивото на промените². Освен това трябва да се вземе предвид от началото на проекта, че оценката на влиянието³ може да обхваща до 10% от бюджета на проекта.

6. Маркетинг и пропагандиране на мерките

- Публикуване на резултатите от дейностите за подобряване на информираността

ПРИДРУЖАВАЩИ МЕРКИ ЗА УСИЛВАНЕ НА ПОЛОЖИТЕЛНИТЕ ЕФЕКТИ

Мерките за управление на придвижването имат забележителен успех, ако се въведат заедно с други проекти за екологичен транспорт, като въвеждане на нови услуги за обществен транспорт (напр. въвеждане на нови подвижни състави, нови схеми за цени на билетите) или инфраструктура, както и монтаж на нови стойки за велосипеди или въвеждане на нови платформи за съвместно използване на лични автомобили в града. Освен това препоръчваме да се комбинират мерките с промоционални събития, като "Ден без автомобили", което създава добра възможност за интегриране на различни екологични мерки за управление на придвижването в една промоционална платформа.

ВРЕМЕНА РАМКА

Преди реализирането на какви да е мерки за управление на придвижването е необходимо да се съберат важни данни (вижте още работна стъпка 1 "Събиране на данни"). Тази първа фаза може да отнеме от 6 до 12 месеца. Създаването и разработването на нови плановете за придвижване в града на фирмите или за специфични области може да отнеме до две години, в зависимост от броя на включените дейности и услуги. След работната фаза (напр. половин година) трябва да се оценят първите влияния от дейностите.

Необходимо е тук да подчертаем, че усилията да се окаже влияние върху отношението и поведението на придвижване могат да отнемат значително време. За да получите значителен дълготраен ефект от мерките за управление на придвижването е особено важно кампаниите да бъдат повтаряни често и да бъдат управлявани активно. Препоръчва се още да интегрирате мерките в различни проекти за екологичен транспорт.

² Както тези, разработени в процеса за оценка на процеса на CIVITAS

³ FGM-AMOR – Forschungsgesellschaft Mobilität, Austrian Mobility Research (2003): MOST – Mobility Management Strategies for the next Decades, final report, D9, Graz, Austria



Какъв е размерът на инвестициите?

Инвестициите в управлението на придвижването могат да се различават значително, в зависимост от броя на включените лица и избраната стратегия.

Разходите за индивидуализиран маркетинг могат да бъдат различни, в зависимост от нивото на необходимите усилия за осигуряване на полезна информация, броя на създадените материали и вида на инициативите, които могат да се предложат на адресираните лица (напр. безплатни билети за градския транспорт). Разходите за индивидуализиран маркетинг за едно лице обикновено възлизат на EUR 10. Но при въвеждането на мерките в CIVITAS II бяха достигнати разходи от EUR 200 на лице, тъй като се включват и разходите за разработка на стратегията. Подчертахме, че този тип мерки е много успешен и често ефективен по отношение на разходите. Позволява преминаване към друг вид транспорт без инвестиции в инфраструктура за по-голямата част от целевото население.

Инвестициите за въвеждане на планове за придвижване за цялата област варират между EUR 30 000 и 50 000, в зависимост от размера на адресираната целева група. Например в Тулуза (Франция) бяха похарчени EUR 50 000 за създаване и въвеждане на план за пътуване в града в бизнес район с 24 000 служители. В областта има четири фирми с 500 и повече от 1000 служители, но повечето фирми са малки.

Разходите за разпространение (напр. осигуряване на информация за мерките по принцип и за начините за екологично транспортиране, като обществен транспорт, коледене, ходене, споделяне на автомобили и др.) могат също да се различават значително, в зависимост от продължителността, броя на лицата, до които е необходимо да достигнат и използваните за кампаниите

материали. Дейностите за разпространение на мерките при CIVITAS II възлизат между EUR 7 000 и 40 000.

Необходимо е инвестиране в оборудване при създаването на интернет-портал. Необходимо е да се закупят хардуерни и софтуерни инструменти (на стойност между приблизително EUR 9 000 до 25 000, а свързването на IT към източниците на данни за пътуване за интернет портала може да възлезе на EUR 54 000)

За всички мерки трябва да се има предвид, че ще се начислят и разходите за вътрешните консултанти при разработването на стратегията, отпечатването на информационни материали, персонала за извършване на маркетингови дейности или разпространение на информационните материали.



Schifler





Основни движещи сили, служещи като предпоставки за успех

Важните движещи сили за стартиране на процеса, както и за ефективното и успешно въвеждане на мерките за управление на придвижването, са:

- Необходим е политически интерес от високо ниво, за да се вземат принципни решения на ранен етап на проекта.
- Необходима е компетентност и ангажираност по проекта и добро сътрудничество между всички местни партньори, както и всички включени заинтересувани (напр. оператори на фирми за обществен транспорт, собственици на обекти, представители на целевите групи).
- Препоръчва се да се посочи изпълняващ управлението на придвижването на пълен работен ден, който да бъде отговорен за цялостното координиране на мерките и който работи по тези проблеми ежедневно.
- Добра комуникационна стратегия, включително с местните медии, за осигуряване на информативно и лично описание на мерките, поддържа въвеждането на процеса. Когато е възможно може да се ангажира независим помощен източник, например при срещи или семинари:
- Наличието на добри рамкови условия (управление на достъпа, подходяща мрежа за велосипеди, съществуване на споделяне на автомобили или за взаимно използване на автомобили и висококачествена система за градски транспорт) разрешава на целевата група да се предложат истински алтернативи на начина на придвижване с лични автомобили.
- За разработката на планове за придвижване в цялата област препоръчваме да използват основни планове за придвижване на ниво фирма.
- Обмен на опит с други общини, които вече са достигнали положителен ефект с помощта на подобни мерки.

Стратегии за успешно въвеждане

Всички новаторски и нови политики са изправени пред сериозни бариери по отношение на тяхното възприемане и приемане. Ето няколко съвета за начините да се преодолеят някои от най-често срещаните бариери:

Политическа поддръжка

Разпространение на голямо количество информация относно мярката и предимствата от нея могат да спомогнат да се преодолеят отрицателните настроения. Членовете на градската управа трябва да се ангажират на ранен етап от създаването на проекта.

Приемане

Важно е да се разпространява изчерпателна информация относно цените и отделните предимства на мярката сред целевото население. Предимствата от мярката и стъпките за нейното въвеждане трябва да се обяснят, тъй като мерките за управление на придвижването се основават предимно на комуникация и процес на вземане на решение. В този контекст "Положителната" преса играе изключително важна роля за достигане на приемане сред жителите. Понякога включването на общините, настояващи услугите за придвижване в града да станат част от колективни договори за сделка, може да се окаже пречка. Страхът от това често е причина за фирмите да не въвеждат мерки за управление на придвижването.

Финансово управление

Вече изтъкнахме, че положителните резултати могат да се постигнат при сравнително ниска цена, без допълнителни инвестиции в нова инфраструктура. Ефективността на разходите при мерките за управление на придвижването обаче, често пъти е подценявано, тъй като ефектите обикновено не се директно измерими и често са видими само след дълги периоди след въвеждане на мярката.



Тъй като мерките за управление на придвижването все още не са установени като "приоритетни" в повечето европейски градове, се предлага само индиректно финансиране от различни програми, действия и министерства. Следователно препоръчваме да се използват няколко източника на финансиране за поддръжка при прилагането на мярката. Например могат да се използват следните европейски фондове:

- Седма рамкова програма за изследвания, технологично развитие и демонстрация (RTD) (2007–2013, 50 до 100% финансиране връзка: <http://cordis.europa.eu/>)
- LIFE+ (2007–2013, финансиране до 50% връзка: <http://ec.europa.eu/environment/life/>)
- URBACT (връзка: <http://urbact.eu/>):
- Основно структурни и кохезионни фондове
- Европейски програми за териториално сътрудничество (предишна INTERREG, подкрепяща интер-регионално сътрудничество (A), транснационално сътрудничество (B) и интер-регионално сътрудничество (C))

Условие на правната рамка

Мерките за управление на придвижването са лесни за въвеждане без да се очакват юридически спънки. Местната управа може дори до повлияе положително върху рамковите условия, тъй като те могат да използват юридически и фискални инструменти за оказване на влияние върху политиката за транспорт и планиране за поддръжка на мерките за управление на придвижването. В някои европейски страни обаче, националната юридическа рамка във връзка с данъците намалява желанието на фирмите да участват в подобни мерки (напр. национални закони със сложна данъчна система за предприятията в Швеция).

Институция и организация

За да се приложат успешно мерките за управление на придвижването е необходимо общината да организира редовни срещи, на които да се събират всички заинтересовани и общински органи (напр. отдел за планиране на използването на земята, отдел по околна среда), за да дискутират индивиду-

алните стъпки и да намерят общ консенсус по отношение на целите на мярката. Това е полезно, за да се осигури последователност в интегрираните планове за придвижване със съществуващата транспортна стратегия на града и да бъдат уточнени ясно отговорностите на различните заинтересовани. За успешното въвеждане на мерките в паралел с други дейности (инфраструктури), може да се наложи разработка на времеви граници за мярката.

ОСНОВНИ ЕЛЕМЕНТИ ЗА РАЗГЛЕЖДАНЕ

- Този тип мерки е много успешен и често ефективен по отношение на разходите. Преминаване към екологичен транспорт означава, че той може да се постигне без никакви инфраструктурни инвестиции.
- Хората, които скоро са се преместили в града са важни целеви лица, тъй като е по-лесно да се окаже влияние върху тяхното поведение на придвижване, отколкото на лицата, които пътуват с автомобил в продължение на години.
- Може да се окаже полезно наемането на ръководител на придвижването на пълен работен ден или да се създаде център по придвижване.
- Положителната преса играе важна роля за мерките за управление на придвижването, тъй като често те се основават на добра комуникация с обществото.
- Целевите лица често са много положителни относно мерките и оценяват непосредствения и индивидуален контакт с транспортния оператор или консултанти за управление на придвижването.



Кои са хората, които трябва да бъдат привлечени?

ЗАИНТЕРЕСУВАНИТЕ

Включването на възможни лица с полза е най-важната част на мерките за управление на придвижването. Изключително полезно е да се организират интервюта и да се влиза в директен контакт със заинтересованите лица.

Тези лица и групи трябва да се привлекат като неформални съветници и поддръжници:

- Местни и регионални фирми (напр. търговски или индустриални камари)
- Обществени организации (напр. училища, университети или болници)
- Служители (хора, които се придвижват в града)
- Жители на целевата област
- Потребители на общественя транспорт, групи на велосипедисти и пешаходци (напр. организирани в неправителствени организации)

Различни асоциации (напр. на използващите велосипеди или на инвалидите) и включване на транспортни експерти в поддръжка на общината, като им се предоставя информация относно необходимите за въвеждането действия.

Журналистите ("традиционни" и в електронните медии) са също важни участници. С помощта на доброто управление на връзките с обществеността разходите за традиционното пропагандиране при използване на търговските канали за комуникация може да се намалят.

ОСНОВНИ ПАРТНЬОРИ НА ПРОЕКТА

Следните типове лица са особено важни за успеха на мерките за управление на придвижването:

Вземащите решение

В повечето случаи мерките трябва да се стартират от местната управа, тъй като най-добрите опции за придвижване обикновено включват няколко начина или транспортни фирми, които са конкурентни и следователно, не са заинтересовани от предлагане на интегрирана информация на потребителите.

Други партньори

- Местна и регионална администрация
- Отдели за градско планиране
- Отговорните за съответната територия институции (напр. регионални организации, местната търговска камара, специални власти, например в зоната на летището)
- Транспортни оператори (автобусни линии, асоциации на таксиметровите шофьори, споделане на автомобили, железопътни компании и др.)

Операторите на общественя транспорт или управата на общественя транспорт, както и университетите, които могат да се включат в оценката на резултатите от мерките за управление на придвижването. Нещо повече, пътната администрация и социалните кооперации за услуги на инвалиди могат да вземат активна роля в процеса на планиране и въвеждане. За техническите решения (IT) и връзките с обществеността могат да се направят консултации с частни фирми.





Изброяване на практически примери от CIVITAS II

В рамките на CIVITAS II 9 града са въвели мерки по отношение на мерките за управление на придвижването:

Генуа (Италия): Интегриран план за придвижване за болницата Сан Мартино; стратегия за интегрирано придвижване за търговски панаири, агенция за свързани с придвижването услуги

Краков (Полша): Интегриран план за придвижване

Ла Рошел (Франция): Бизнес план за придвижване; Разработка на система за интегрирано управление на транспорта; план за придвижване на студентите

Малмьо (Швеция): Управление на нуждите от придвижване на частни лица и бизнес сектора

Норуич (Обединено кралство): Индивидуален план за придвижване; плануване на придвижванията

Оденс (Дания): Създаване на алтернативни опции за придвижване за собственици на стари автомобили; услуги за управление на придвижването за пристанището; Маркетинг на личен транспортен избор

Потенца (Италия): Управление на придвижването

Престън (Обединено кралство): Планове за бизнес пътувания; персонализиран план за пътувания, планове за придвижване до училищата

Тулуза (Франция): Планове за придвижване в града и до училищата въвеждане на градски план за придвижване в областта Благняк; създаване на агенция за придвижване и персонализирани услуги; кампания за издигане на познанията във връзка с промяна на поведението при придвижване

www.civitas.eu

Уеб-сайтът на CIVITAS съдържа информация за **новини и събития**, свързани с CIVITAS. Той предлага преглед на **всички проекти на CIVITAS**, **градовете на CIVITAS** и съдържа **данни за контакт** с над 600 човека, работещи в рамките на CIVITAS.

Вижте уебсайта на CIVITAS и потърсете **основни примери на опит** в екологичния градски транспорт, който понастоящем се използва в градовете. Ако някоя от идеите може да послужи на вашия град или просто се интересувате да научите повече, свържете се със съответната личност, отговаряща за тази мярка.

В допълнение получавате задълбочени познания за **повече от 650 иновационни примера** от демонстрационните градове на CIVITAS.



Контакти

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

Имейл: secretariat@civitas.eu
тел: +36 26 504046, факс: +36 26 311294



THE CIVITAS INITIATIVE
IS CO-FINANCED BY THE
EUROPEAN UNION

Издател: CIVITAS GUARD – Оценка, мониторинг и разпространение на CIVITAS II. Автор: Institute for Transport Studies, University of Natural Resources and Applied Life Sciences (BOKU), Vienna Оформление: FGM-AMOR – Austrian Mobility Research. **Източници:** Schiffer (изображение на корицата). Всички други снимки са осигурени от градовете на CIVITAS и от екипа CIVITAS GUARD (ако не е отбелязано друго) и са одобрени за излагане в тази публикация. Числата и стойностите, които са приложени, са взети основно от резултатите на демонстрационните проекти на CIVITAS, докладвани от участващите градове. Където е подходящо, е използвана повече информация от литературата. **Издание 2010 г.** Отпечатано в Австрия.

Нито Европейската Комисия, нито личност, действаща от името на Комисията може да бъде отговорна за начина, по който може да бъде използвана информацията, съдържаща се в тази публикация. Мненията, изразени в тази публикация, не са били приети или по какъвто и да е начин одобрени от Комисията и на тях не трябва да се разчита, като на такива, изразяващи мнение на Комисията.

CIVITAS Initiative е съ-учредена от Енергийната и транспортната части на рамкова програма RTD на ЕС.

CIVITAS