

PŘÍPRAVA “PŮDY” PRO NOVÉ TRAMVAJE V ALMADĚ, PORTUGALSKO



Příprava “půdy” pro nové tramvaje v Almadě

Popis úlohy

S odvoláním na magistrát “Zásoby plynových skleníkových emisí” odvětví dopravy v Almadě sčítá spotřebu energie okolo 45% a plynových skleníkových emisí 43%.

V dopravním odvětví je silniční přeprava zodpovědná za 95% celkových skleníkových emisí. Mezi silniční dopravou, osobní auta odpovídají 75% CO₂ emisí a autobusy jen 3%.

Přepravní plán vypracovaný magistrátem ukazuje 6% roční zvýšení provozu na jedné z nejdůležitějších křižovatek v Almadě, což pomáhá vysvětlit důležitost odvětví dopravy ve spotřebě energie a souvisejících emisí.

V Almadě se začíná budovat nová tramvajová doprava. Je očekáváno, že s novou tramvají současný model distribuce cest posune užívání osobních automobilů k užití alternativních druhů přeprav. Představení této veřejné dopravy přinese taktéž prospěch životnímu prostředí, veřejnému zdraví a dobrému žití obyvatelstva a to snížením hluku a poluce.

Popis kampaně / záměr

Agentura AGENEAL vyvinula kampaň na podporu a propagaci nové tramvaje, byla věnována potenciálním uživatelům tramvají. Díky tomu magistrát začal rozvíjet politiku k propagaci této dopravy a realizovat novou kulturu městské a regionální mobility založené na veřejné přepravě. Cíle této kampaně byly ve shodě s cíli stanovenými magistrátem.

Mezi jinými, dané cíle obsahují následující:

- redukce spotřeby energie v dopravním odvětví města Almada
- redukce skleníkových plynů a škodlivých emisí přicházejících z dopravního odvětví
- redukce dopravní zátěže
- zlepšení veřejných prostor s méně automobily v centru města

Tato kampaň by měla přispět k dosažení hlavních cílů dopravní politiky, která se začíná rozvíjet a pomáhat obyvatelům dosáhnout informovanosti o možnostech dopravy při denním cestování, jmenovitě užívání nové tramvaje.

Pro ohodnocení způsobu dopravy, stupeň uspokojení, znalost o nové tramvaji a záměr měnit dopravní politiku byl proveden průzkum u 390 městských pracovníků.

Následujícím krokem kampaně byla výroba a šíření letáků sestavených podle výsledků průzkumu – následující “Tapestry” přístup – a plakátů pro zvýšení informovanosti dané skupiny lidí ve prospěch nové dopravy – tramvaje, což bylo prezentováno jako velice “schopná” alternativa.

Smyslem tohoto letáku bylo identifikování problému, informovat lidi o důsledcích a zapojit je do řešení. Následovně bylo představeno možné řešení a lidé byli zapojeni do celkového rozluštění, neboť toto vše je také závislé na individuálnímu chování k dopravě.

Kampaň Step by Step neskončila s doplněním “zachránit” projekt. Magistrát města Almada zahrnuje projekt Step by Step do “Magistálního akčního plánu pro rok 2005”.

Kdo je hnací silou? Kdo je příjemcem?

Iniciátorem kampaně je místní energetická agentura AGLENEAL. Nicméně, Magistrát města Almady hraje rozhodující roli v definici cílů kampaně a silně podporuje tento projekt, vzhledem k nemalému závazku zajistit městu nový způsob dopravy, například tramvaje a také zajistit automobilová omezení – např. parkovací a nové pěší zóny. Cílovou skupinou této kampaně je skupina městských pracovníků, kteří jsou potenciálními uživateli tramvaje.

Hlavní heslo / sdělení

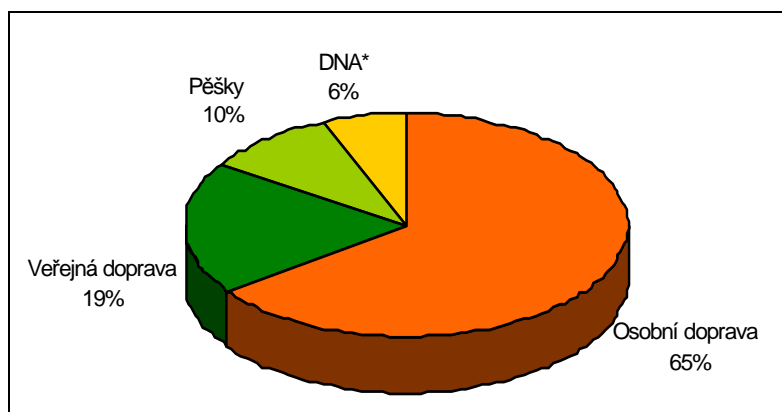
Změna chování těch, kdo užívají individuální dopravu při cestování do práce přinese zlepšení kvality života pro lidi bydlící v Almadě. Krok za krokem, všichni mohou přispět ke zlepšení planety!

Výsledky

Průzkum byl proveden ve skupině 390 městských pracovníků ve dvou rozdílných budovách: budova Technických služeb a budova Vodní a kanalizační společnosti. Tihle pracovníci jsou potenciálními uživateli tramvajové dopravy a to vzhledem jejich blízké polohy k tramvajové zastávce.

Jeden z výsledků průzkumu byla současná mobilita těchto městských pracovníků:

- Osobní doprava - 65%



*DNA – ti, kdo neodpověděli

Figura 1: Současný vzor mobility dotazovaných pracovníků

Podle výsledků tohoto průzkumu, automobil je preferovaný pro flexibilitu a pohodlí, které uživatelům poskytuje.

Kombinovaná doprava není mezi uživateli oblíbená. Preferují přímé spojení do místa pracoviště (autobus, auto, pěšky).

Hodnocení současné veřejné dopravy dopadlo negativně. Hodnocení bylo nezávislé na způsobu dopravy, který užívají pracovníci, i přesto nejhorší ohodnocení bylo od těch, kteří neužívají veřejnou dopravu. S odvoláním na tyto výsledky následují faktory, vztahující se k veřejné dopravě, jež by měly být vylepšeny:

- Cena
- Nedostatek pozornosti/laskavost zaměstnanců
- Pohodlí
- Spolehlivost

Zhruba 45% řidičů je svoleno užívat veřejnou dopravu při těchto podmínkách:

- rychlejší způsob přepravy, spolehlivější a přesnější
- přímý způsob dopravy a lepší spojení

Jestliže by tramvajová doprava začala fungovat hned, 30% všech pracovníků by změnilo svůj současný způsob dopravy. Mezi těmito, 56% řidičů prohlásilo snahu ke změně dopravy a užívání tramvaje.

Informace a reklamní materiály obsahovaly: leták pro zvýšení uvědomění pozitivního příspěvku tramvajové dopravy, dále plakáty, které měly být umístěny v daných 2 budovách účastníků se kampaně. Plakát měl podobné informace jako leták, ale atraktivnější a působil jako upomínka.

Příležitosti / bariéry

Příležitosti / ovlivňující faktory

- nová image veřejné dopravy, zlepšení současného dojmu o veřejné dopravě
- srovnání s jinými evropskými městy
- osobní kontakt pomáhá ve stabilizaci způsobu změněné dopravy
- dosažitelná stálá zpětná vazba pro uživatele
- opakování kampaně
- informace by měly být dodány (letáky) osobně s možností informace zaměnit či objasnit jakoukoliv věc

Možné bariéry

- tramvaj zastavuje daleko od domovů
- osobní zvyky



AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

Implementační kroky – nejčastěji pokládáné otázky

- sestavit program a rozvrh
- najít partnery kampaně
- provést počáteční průzkum
- vybrat skupinu účastníků kampaně
- provést kampaň
- zhodnotí kampaň
- šířit/uveřejnit výsledky

Doba uskutečnění

8 měsíců.

Informace

Více informací je k dispozici v portugalštině a angličtině na adrese:

Carlos Sousa, Elisabete Serra

AGENEAL, Local Energy Management Agency of Almada

Rua Bernardo Francisco da Costa, 44

2800-029 ALMADA, Portugalsko

Telefon: +351 21 272 23 80; Fax: +351 21 272 23 89

e-mail: carlos.sousa@ageneal.pt nebo elisabete.serra@ageneal.pt

Náklady / užitek

Výdaje kampaně byly zhruba 15 000,00 € (včetně výdajů za průzkum, grafické koncepce a výroby informačních materiálů).

Linky a články pro více informací

Více informací může být získáno z konečné zprávy projektu Step by Step, která je k vidění na:

www.eu-stepbystep.org