



# Seminář „Plány udržitelné městské mobility“

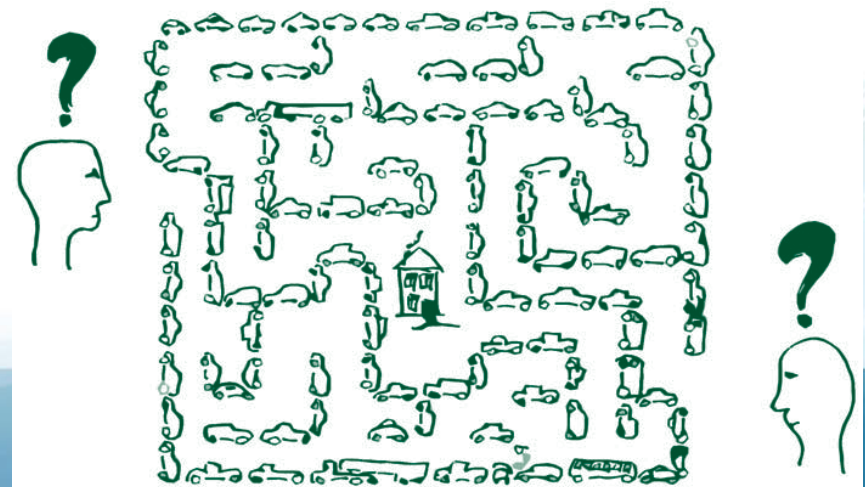
## DISKUSE

Hana Brůhová-Foltýnová

Praha, MD ČR, 1. 6. 2015

# Smysl a cíle diskuse

- Diskuze nad obsahem a procesem přípravy a realizace SUMPu s důrazem na
  - Tvorbu vizí, cílů a indikátorů
  - Zapojování veřejnosti
- Výměna zkušeností v těchto oblastech mezi městy navzájem



# Členění Plánu udržitelné mobility

1. Strategie/příprava
2. Analýza
- 3. Návrh**
4. Akční plán
5. Realizace, monitoring a evaluace



**Zapojování veřejnosti** = průřezová aktivita ve všech krocích

# Členění Plánu udržitelné mobility

## 1. Strategie/příprava

- Závazek k udržitelné mobilitě, posouzení dopadů regionálního a národního rámce
- Sebehodnocení, přezkoumání dostupnosti lidských a finančních zdrojů
- Definování harmonogramu (vč. souladu se Strateg. a Územ. plány)
- Identifikace klíčových aktérů a zainteresovaných stran
- Zajištění politické koordinace a integrovaného plánovacího přístupu
- Naplánování zapojení zainteresovaných stran a občanů
- Dohoda na pracovním plánu a řídicích mechanismech

## 2. Analýza

- Sběr dat, dopravní model : Analýza problémů a příležitostí
- Tvorba scénářů možného vývoje

# Členění SUMPu

## 3. Návrh

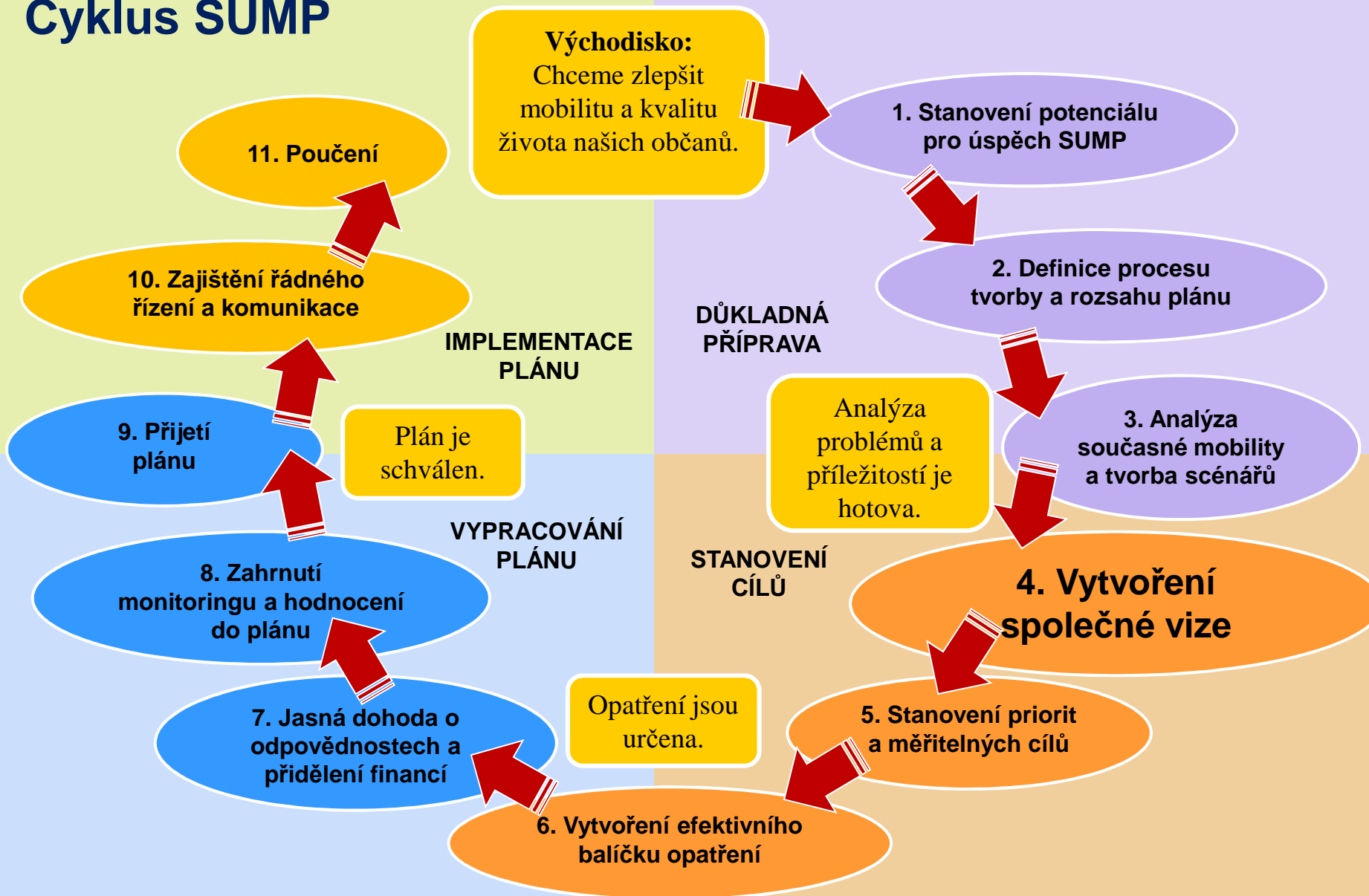
- Společná vize mobility
- Identifikování priorit v oblasti mobility
- Vypracování cílů
- Identifikace nejúčinnějších opatření, integrované balíčky opatření

## 4. Akční plán

- Rozdělení aktivit - odpovědnosti a zdrojů
- Zajistit monitorování a hodnocení
- Schválení plánu a ztotožnění se s plánem

## 5. Realizace, monitoring a evaluace

# Cyklus SUMP



## Společná vize

- **Společná vize mobility** = základ pro všechny další kroky – definování cílů a opatření
- „**Jak by mělo naše město vypadat za 20 let?**“
- **SPOLEČNÁ vize** - projednána - město, partneři, zástupci cílových skupin a veřejnosti:



zajištěn konsenzus + politický závazek

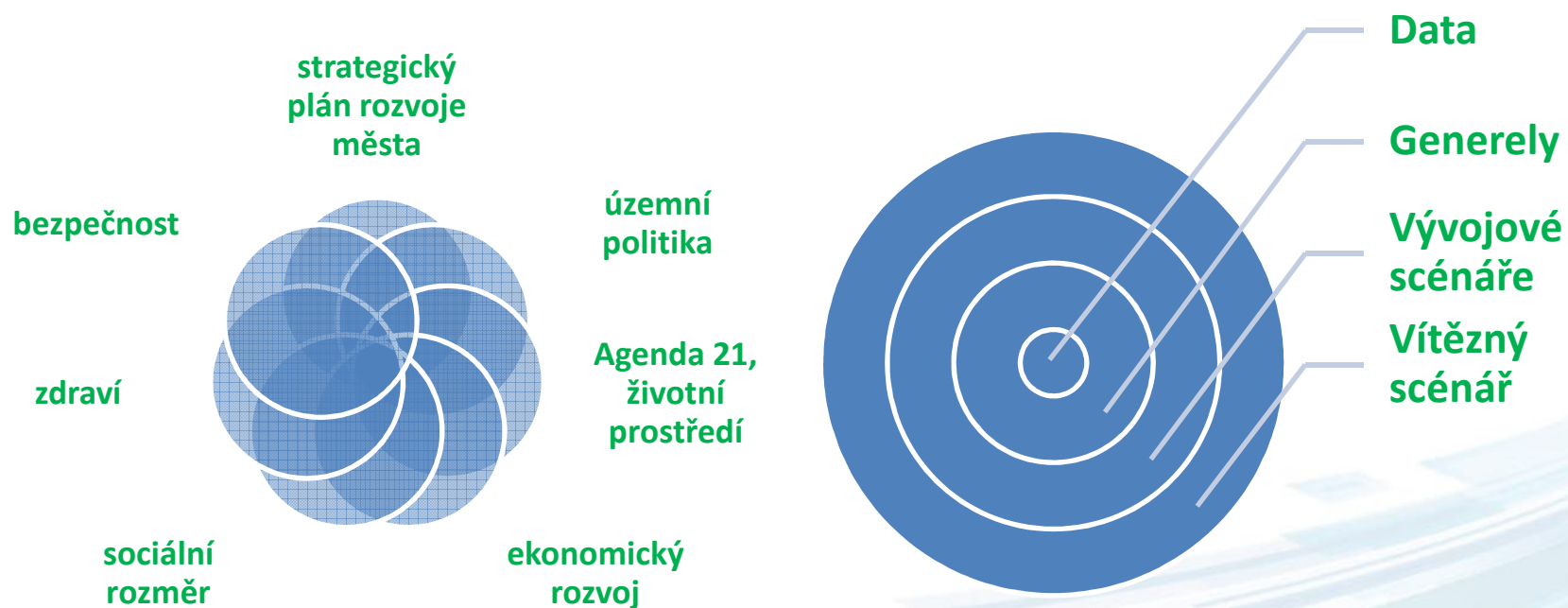
Návaznosti na vizi ve strategii rozvoje města, promítnutí do dopravy



# Příprava vize

Kontext dalších politik

Podklady z analýzy





# Charakter vize

- vize musí být dlouhodobá
- nejlépe pro celou aglomeraci
- pro všechny druhy dopravy
- stanovuje priority



# Příprava vize

- Pracovní skupina pro přípravu vize SUMPu
- Shromážděte výstupy z analýz
- Připravte plán projednávání
- Projednejte návrhy vizí
- Zveřejněte vizi mobility



## Příklady vizí: Gent

„....uvést do praxe **nové** přístupy a aktivity, které v našem městě **změní mobilitu, veřejné prostory a myšlení** lidí tak, aby se do r. **2050** Gent stal **lepším místem** pro život svých **dětí**“

Tohle je cíl skupiny „Transition Arena“, 25 kreativních lidí z různých oblastí, včetně mladých podnikatelů, občanů, architektů a dopravních odborníků



## Příklady vizí: Lille

*„Město, které je ekonomicky silné, atraktivní, s mezinárodním a evropským profilem, s renovovanými veřejnými prostory, s důrazem na usměrnění dopravního provozu a mobilitu realizovanou udržitelnými druhy dopravy“.*

## Příklady vizí: České Budějovice (IPOD)

- **ROVNOVÁHA** – usilovat o vyvážený přístup pro všechny druhy dopravy do oblastí města podle jejich specifického charakteru
- **EFEKTIVITA** – podporovat rozvoj jednotlivých druhů dopravy ve směrech, kde bude jejich přínos nejvyšší pro město; kde se vynaložené úsilí odrazí ve zřetelném zlepšení situace
- **SPOLUPRÁCE** – vytvářet podmínky pro lepší provázanost jednotlivých druhů dopravy mezi sebou, integraci nových technologií a postupů do stávajícího prostředí

## DISKUSE: Tvorba vizí

- Jaké máte ve vašem městě zkušenosti s tvorbou vizí?
- Máte ve vašem městě formulovanou přímo vizi mobility? Jakou?
- Jak vznikla? Je postavena na předchozí analýze?
- Byla projednána s veřejností? Jaký byl ohlas? Jak bylo dosaženo konsenzu?

# Cyklus SUMP

**Východisko:**  
Chceme zlepšit  
mobilitu a kvalitu  
života našich občanů.

1. Stanovení potenciálu  
pro úspěch SUMP

2. Definice procesu  
tvorby a rozsahu plánu

DŮKLADNÁ  
PŘÍPRAVA

Analýza  
problémů a  
příležitostí je  
hotova.

3. Analýza  
současné mobility  
a tvorba scénářů

4. Vytvoření  
společné vize

STANOVENÍ  
CÍŮ

5. Stanovení priorit  
a měřitelných cílů

6. Vytvoření efektivního  
balíčku opatření

Opatření jsou  
určena.

7. Jasná dohoda o  
odpovědnostech a  
přidělení financí

8. Zahrnutí  
monitoringu a hodnocení  
do plánu

VYPRACOVÁNÍ  
PLÁNU

Plán je  
schválen.

9. Přijetí  
plánu

10. Zajištění řádného  
řízení a komunikace

IMPLEMENTACE  
PLÁNU

11. Poučení



# Stanovení cílů a indikátorů

**Vize** – kvalitativní popis mobility - žádoucí stav v dlouhodobém měřítku (horizont)



(Priority)



**Cíle** – určují žádoucí změny, měřitelné



**Indikátory** – slouží k měření postupu směrem k cílům

# „Chytré“ – SMART - cíle

- **Specific** – konkrétní (kvalitativně i kvantitativně)
- **Measurable** = měřitelné
- **Achievable** = dosažitelné (na základě aktuálního stavu, v reálném finančním objemu)
- **Realistic** = reálné (vhodné cíle dle priorit a s vazbami na ostatní cíle, reálný počet)
- **Time-bound** = plánované v čase



## Cíle PDU - Francie

- Zajistit koordinaci mezi všemi druhy dopravy
- Výrazná podpora energeticky efektivních druhů dopravy, alternativ k IAD



Praha, 01/06/2015 – Seminář Plány udržitelné městské mobility



## Témata PDU - Francie

- Bezpečnost provozu a všech účastníků
- Snížení automobilového provozu
- Rozvoj druhů dopravy příznivých k životnímu prostředí
- Optimální využití dopr. sítě celé aglomerace a dopr. informace
- Organizace a regulace parkování, vč. P&R a parkovišť pro nákladní vozidla
- Řízení a regulace nákladní silniční dopravy a přesun na železnici a vodní cesty, kombinovaná doprava
- Podpora firemních plánů mobility a veřejné instituce s důrazem na veřejnou dopravu a spolujízdu
- Rozvoj integrovaného jízdného pro celou škálu mobility, parkovací infrastruktura a podpora inter-modality

## Příklady cílů: Čes. Budějovice IPOD

- **Odvedení tranzitní dopravy** mimo území města, zejména širší centrum a obytné čtvrtě;
- Realizace paralelních tras a nových komunikačních propojení přes územní bariéry za účelem **odlehčení dopravní zátěže** na kritických uzlech sítě;
- **Snížení růstu celkového objemu automobilové dopravy**, vyvolaného zvyšováním kapacity komunikací;
- Zahrnutí **úprav dopravního režimu** stávajících komunikací ve **prospěch pěší, cyklistické a veřejné dopravy**, prováděných zároveň s výstavbou nových komunikací.



## DISKUSE: Tvorba cílů a indikátorů

- Jaké máte ve vašem městě zkušenosti s tvorbou cílů a indikátorů?
- Jaké máte ve vašem městě naformulované **kvantitativní cíle** v oblasti udržitel. mobility?
- Na základě čeho byly vybrány? Vychází z vize?
- Byly projednány s veřejností? Jaký byl ohlas?
- Převzali jste nějakou sadu indikátorů (TIMUR, MA21 atd.)?
- Jaké indikátory monitorujete, jak často a jakým způsobem? Z čeho monitoring platíte? Jak využíváte tyto výstupy?



## Téma 2: Zapojování veřejnosti

- základní princip plánování udržitelné městské mobility
- důležité u projektů, které zásadně ovlivní směřování obce (SUMP, územní plán, strategický plán, veřejná prostranství atd.)
- prostředek, jak rozhodnutí pro či proti konkrétním opatřením v rámci městské mobility mohou získat „veřejnou legitimitu“
- ve všech krocích přípravy SUMP





# Proč zapojovat veřejnost

- Spojuje rozdílné názory a umožňuje dosáhnout dohody **na začátku plánování.**
- Nalézá kontroverzní body **před učiněním rozhodnutí.**
  - Zabrání opozici a komplikacím v budoucnu.
  - Snižuje náklady implementace.
  - Vytváří příležitosti pro veřejnost i decision-makers vyměňovat si zkušenosti a učit se navzájem.
- Pomáhá vyjasnění stanovisek, rozvíjí společné názory.
- Vytvoří se nové (zdokonalí staré) komunikační kanály.
- *Z občana – diváka se stává účastník procesu.*

# Proč zapojovat veřejnost

- Morální rovina („*fér nechat lidi ovlivňovat svou budoucnost*“)
- Pozitivní zkušenosti s dlouhodobým zapojováním
  - Všichni vtaženi do řešení problému a realizace opatření
    - Odense: první setkání před tím, než se začala psát strategie
  - Předejde se stížnostem, vytváří prostředí k realizaci
    - Možnost vykompenzovat negativní dopady postiženým skupinám osob – balíčky opatření
  - Lepší kvalita výsledku: přináší nové pohledy a nová řešení

## Dlouhodobě šetří čas a peníze

# Zainteresované strany „stakeholders“

Vládní	Obchodní	Místní společenství	Ostatní
EU	národní obchodní asociace	národní environmentální NNO	výzkumné organizace
MD	hlavní zaměstnavatelé	asociace motoristů	experti z jiných měst
ostatní ministerstva	obchodníci	odborníky	nadace
kraje	místní obchodní asociace	média	
městské úřady	malí podnikatelé	místní zájmové skupiny	
sousední města/obce	vlastníci nemovitostí	skupiny pěších/cyklistů	
dopravní policie	firmy zajišťující služby (energetika, telekomunikace)	skupiny uživatelů HD	
politici	provozovatelé dopravy	občané	
ostatní decision makeři	dopravní konzultanti	návštěvníci	
záchranníci	půjčovatelé kol	občané sousedních obcí	
	car-sharingové společnosti	postižení	
		vlastníci půdy	
		rodiče/děti	
		starší lidé	

# Příklad: Gävle se stává cyklistickým městem

- Snaha dostat maximální počet lidí na kolo
- Široká publicita, kampaň
  1. Iniciativa Zdraví cyklisté
    - 8 motoristů jezdilo celý rok do práce na kole
    - Průběžně bylo monitorováno jejich zdraví
    - Psaly o tom pravidelně noviny
  2. Soutěž pro obchodníky
    - Zapojený dostal zdarma reklamu v novinách
  3. Dopisy do novin jako protiváha veřejné kritice
- Enormní zájem médií
- Dnes je 20 % všech cest po městě učiněno na kole



# Když to nefunguje

- Lidé se necítí být osloveni, nerozumějí oslovení, nevěří v jeho opravdovost.
- Mají předchozí špatnou zkušenost, bojí se, stydí se, mají pocit, že vše už bylo rozhodnuto a jejich hlas není důležitý.
- Nejsou zvyklí se účastnit, jsou zahlceni každodenními starostmi a myslí si, že „od toho jsou tu odborníci“.
- Proces je příliš rychlý a uspěchaný.
- Lidem chybí zpětná vazba (nedozví se, jak byly využity jejich podněty)
- Velmi často se stává, že ti, kdo chtějí občany zapojit, to neumějí.

# DISKUSE: Zapojování veřejnosti

- Jaké máte ve vašem městě zkušenosti se zapojováním veřejnosti? Setkali jste se s tím, že to nefungovalo? Jak jste reagovali?
- Využíváte služeb externích služeb nebo zapojujete veřejnost vlastními silami?
- Jaké techniky zapojování se vám na městě nejvíce osvědčily? (semináře, diskuse, webové nástroje, víkendové akce, oslovování dopisy/ve zpravodajích města atd.)
- V jaké fázi projednávání a k jakým otázkám nejčastěji veřejnost přizvete?