



CiViTAS

Cleaner and better transport in cities



10

POLICY ADVICE NOTES

Innowacyjne systemy biletowe w komunikacji publicznej



CIVITAS Initiative to europejska akcja wspierająca miasta w zakresie wdrożenia zintegrowanej polityki zrównoważonego, ekologicznego i wydajnego transportu. Wnioski wyciągnięte podczas faz planowania, wdrożenia i realizacji działań podsumowano w dwunastu dokumentach pt. „Policy Advice Notes”. Przedstawiają one sposób radzenia sobie z problemami transportu miejskiego, przed którymi staną w przyszłości miasta Unii Europejskiej.



Innowacyjne systemy biletowe w komunikacji publicznej

Ułatwienie dostępu do komunikacji publicznej poprzez oferowanie zintegrowanego systemu biletów i płatności.

W ramach inicjatywy CIVITAS II (2005–2009) wdrożono różne działania, obejmujące opracowanie nowatorskich systemów biletów i płatności dla komunikacji zbiorowej w celu podniesienia atrakcyjności tego środka transportu i zwiększenia liczby korzystających z niego osób. Wyczerpujące informacje na temat procesów i wyników wdrożenia zostały zgromadzone i podsumowane w niniejszym dokumencie pt. „Policy Advice Note”. Ma on stanowić materiał informacyjny dla lokalnych polityków i innych decydentów zainteresowanych takimi działaniami.

Informacje ogólne

OPIS DZIAŁAŃ

Aby zwiększyć zakres korzystania z komunikacji zbiorowej, miasta powinny dążyć do podniesienia atrakcyjności systemów biletowych i ich zrozumiałości dla wszystkich. System cen powinien być spójny, prosty i obejmować odpowiednią liczbę biletów, uwzględniającą potrzeby użytkowników. Podstawa obliczania tariff powinna być przejrzysta i zrozumiała. Bilety i miejsca, w których można dokonywać płatności, powinny być szeroko dostępne, na przykład:

- Punkty sprzedaży rozproszone po całym mieście.
- Automaty umieszczone w różnych miejscach (np. na stacjach „park and ride”, głównych przystankach autobusowych lub w pojazdach).
- Poprzez Internet (np. abonamenty dla posiadaczy kart).
- Za pośrednictwem telefonów komórkowych.

Polityki dotyczące biletów i stawek różnych operatorów komunikacji zbiorowej (np. lokalnej komunikacji zbiorowej i kolei krajowej) powinny być zintegrowane, aby bilety obowiązywały we wszystkich środkach komunikacji publicznej.





nej i w całym regionie. Należy oferować łatwe i atrakcyjne metody płatności. Można na przykład wdrożyć innowacyjny system kart inteligentnych („smart card”), wykorzystywanych do bezkontaktowego opłacania zintegrowanych stawek. Mogą one także służyć za ważny element marketingu komunikacji zbiorowej. Płatności kartami inteligentnymi mogą również stanowić źródło cennych danych na temat zachowania i wzorców mobilności użytkowników.

GRUPY DOCELOWE

Głównymi odbiorcami działań są obecni i potencjalni użytkownicy komunikacji zbiorowej. Działania można jednak skierować do różnych, określonych grup, takich jak uczniowie, studenci, rodziny, turyści, przyjezdni itp. Kierowanie działań do osób młodych może być szczególnie cenne, jeżeli chodzi o wytwarzanie właściwych nawyków związanych z mobilnością w przyszłości.

ODDZIAŁYWANIE I KORZYŚCI

W ramach inicjatywy CIVITAS II przeanalizowano wiele potencjalnych korzyści płynących z działań związanych z biletami komunikacji zbiorowej, a ogólne wnioski i efekty przedstawiono w niniejszym dokumencie.

Dla ogółu mieszkańców

Łatwość i wygoda zakupu uzyskane dzięki nowatorskim systemom biletowym w mieście powinny przyciągnąć więcej pasażerów komunikacji zbiorowej, co spowoduje wzrost ich zadowolenia oraz zmniejszenie liczby samochodów prywatnych wjeżdżających na teren miasta. Dostępność komunikacji zbiorowej w ujęciu ogólnym rośnie dzięki wprowadzeniu biletu obowiązującego we wszystkich typach pojazdów i przejazdów.

Dla osób fizycznych

Każdy użytkownik komunikacji zbiorowej może odnieść korzyści z nowego systemu biletowego, ponieważ nowe oferty są lepiej dosto-

sonowane do potrzeb i wzorców podróży poszczególnych osób. Używając kart inteligentnych lub telefonów komórkowych, pasażerowie komunikacji zbiorowej mogą oszczędzać pieniądze, ponieważ najlepsza cena przejazdu jest obliczana automatycznie (np. po określonej liczbie przejazdów pasażerowie otrzymują rabat). Jeśli automaty biletowe znajdują się na przystankach lub w pojazdach, kierowca nie musi sprzedawać biletów, więc skraca się czas wsiadania pasażerów i rośnie niezawodność i wydajność komunikacji zbiorowej. Ważną kwestią jest także dostępność punktów sprzedaży dla różnych grup użytkowników (np. osób starszych lub niepełnosprawnych).

Dla podmiotów gospodarczych

Firmy prywatne i ich pracownicy mogą zyskać wskutek wprowadzenia nowych systemów, jeśli sprzedaż i dotowanie taryf komunikacji zbiorowej dla pracowników zostanie uproszczone. Omawiane działanie przynosi szczególne korzyści przedsiębiorstwom komunikacji zbiorowej, ponieważ wiąże się ze wzrostem liczby pasażerów. Przez oferowanie specjalnych biletów dla określonych grup użytkowników można rozwijać nowe rynki. Powstają dodatkowe źródła informacji o klientach, dostarczające przedsiębiorstwom komunikacji zbiorowej cennych danych do dalszych analiz.

PODSTAWOWE WARUNKI POWODZENIA

Kluczowym czynnikiem decydującym o sukcesie jest opracowanie prostego i przyjaznego użytkownikom systemu. Działanie nowych automatów biletowych należy na przykład zaprojektować tak, aby było zrozumiałe i nie wymagało dalszej pomocy. Automaty powinny oferować obsługę wielojęzyczną dla turystów i gości z zagranicy. W przypadku wprowadzania systemu kart inteligentnych zaleca się korzystanie ze standardowej architektury, np. systemu ITSO (Integrated Transport Smartcard Organisation). Kwestią, którą trzeba rozstrzygnąć, jest podział dochodów z biletów między różnych operatorów (np. operatora kolei i operatorów miejskiej komunikacji zbiorowej).



Etapy i harmonogram wdrożenia

Aby pomyślnie wdrożyć nowe systemy biletowe, należy rozważyć następujące etapy prac, działania pomocnicze i terminy.

ETAPY PRAC

1. Zgromadzenie wymaganych danych

- Analiza wymagań prawnych (np. praw związanych z koncesjami, systemem dotacji, podziałem dochodów z biletów itp.).
- Analiza obszaru docelowego (np. obecnego stanu sieci komunikacji zbiorowej, istniejącego systemu biletów, polityki dotyczącej mobilności w mieście, rozszerzenia regionalnej lub krajowej sieci kolejowej, stanu systemów różnych operatorów).
- Analiza zachowań i badania rynkowe potrzeb klientów (nawyki związane z przejazdami, postrzeganie różnych środków transportu, satysfakcja, wykorzystanie poszczególnych typów biletów, analiza i wybór potencjalnych zastosowań różnych biletów itp.).
- Analiza najnowocześniejszych rozwiązań w dziedzinie ustalania cen i systemów biletowych.
- Zgromadzenie doświadczeń z porównywalnych miast.

2. Decyzje formalne

- Uzgodnienia dotyczące połączonego systemu obejmującego wszystkich operatorów transportowych, zwłaszcza udziałów finansowych operatorów i podziału przychodów.
- Dyskusje dotyczące płacenia prowizji przez uczestniczących w systemie operatorów (od początku projektu czy dopiero po określonym czasie od jego rozpoczęcia).

- Zatwierdzenie projektu przez wydział ruchu drogowego/transportu i/lub radę miasta.
 - Modyfikacja systemu cen.
 - Wybór nowych technologii zależnie od ich kosztów i złożoności technicznej.
 - Zamówienie i lokalizacja automatów do sprzedaży i kasowania biletów.
- Umowy partnerskie dotyczące korzystania z kart inteligentnych w innych celach (wstęp do muzeów, na imprezy sportowe i rekreacyjne itp.).

3. Opracowanie systemu biletowego

- Zdefiniowanie cen i zaprojektowanie produktów biletowych zgodnie z potrzebami użytkowników.
- Uzgodnienia dotyczące technicznych aspektów kart oraz automatów do sprzedaży i kasowania biletów (z uwzględnieniem potrzeb osób niepełnosprawnych i obsługi w różnych językach).
- Identyfikacja warunków ramowych dotyczących dostępności, rejestracji, płatności i dostarczania biletów.
- Uzgodnienia dotyczące strategii monitorowania i zarządzania.
- Wybór innych usług integrowanych z systemem (np. wspólne użytkowanie samochodów, publiczne rowery, parkingi itp.).
- Uzgodnienia dotyczące graficznego interfejsu użytkownika i konfiguracji oprogramowania.

4. Procedura przetargowa i negocjacje z dostawcami biletów

5. Wdrożenie i instalacja

- Połączenie centralnego systemu do integracji biletów (serwera biletowego) z systemami zarządzania oraz wyznaczania cen innych operatorów transportu.
- Wprowadzenie oprogramowania internetowego (np. do subskrypcji internetowej kart inteligentnych).
- Produkcja i dystrybucja automatów (do sprzedaży biletów, kasowania biletów itp.).



- Nawiązanie partnerstwa z właścicielami sklepów, hotelami itp., w których będzie można kupować bilety.
- Sesje szkoleniowe dla kontrolerów z jednostki transportu pasażerskiego, dystrybutorów i sprzedawców detalicznych.

6. Promocja nowych usług i ich zalet

7. Ocena i monitorowanie systemu

DZIAŁANIA TOWARZYSZĄCE, WZMACNIAJĄCE POZYTYWNE EFEKTY

Jeśli poniższe działania będą wdrażane równoległe z wprowadzeniem nowych systemów biletowych, można zwiększyć szanse sukcesu tego przedsięwzięcia i osiągnąć dodatnie efekty synergii:

- Oferowanie szerokiej gamy innych usług dla użytkowników komunikacji zbiorowej i/lub posiadaczy kart inteligentnych (np. dostęp do systemów współużytkowania samochodów lub rowerów, imprezy kulturalne i rekreacyjne).
- Rabaty na korzystanie z programów współużytkowania rowerów i/lub obiektów typu „park and ride” w miastach.
- Wprowadzenie nowego systemu planowania podróży (np. za pomocą telefonu komórkowego) ułatwiającego jednocześnie znalezienie właściwej trasy, środków i zamówienie biletu.
- Instalacja systemów monitorowania bezpieczeństwa (np. kamer), które mogą chronić urządzenia przed wandalizmem.

HARMONOGRAM

Doświadczenia inicjatywy CIVITAS II zapewniają informacje na temat przeciętnej długości faz planowania i wdrożenia. Generalnie wprowadzenie nowych systemów biletowych wymaga około dwóch lat.

Faza przygotowań może trwać do 16 miesięcy (analiza projektowa, opracowanie systemu, decyzje formalne, wybór lokalizacji itp.). W ramach inicjatywy CIVITAS II niezbędne były następujące okresy:

- Badanie rynku w celu przeanalizowania potrzeb klientów: około dwóch miesięcy.
- Rozpoczęcie badania dotyczącego możliwości płatności: około pięciu miesięcy.
- Mniej więcej miesiąc na negocjacje z operatorami komunikacji zbiorowej. Czas ten zależy jednak od nastawienia udziałowców do planowanych działań oraz od liczby i rodzajów zaangażowanych operatorów (np. negocjacje z operatorem kolei mogą wymagać dłuższego okresu ze względu na różne regulacje prawne).

Fazy wdrożenia trwają od 2 do 10 miesięcy, zależnie od instalowanego systemu. W ramach inicjatywy CIVITAS II niezbędne były następujące okresy:

- Od 2 do 6 miesięcy: wdrożenie zintegrowanych produktów związanych z biletami komunikacji zbiorowej i metod płatności.
- 8 miesięcy: stworzenie i dostosowanie systemu kart inteligentnych (zmiana oprogramowania kasowników; instalacja anten i interfejsów w każdym pojeździe; instalacja anteny na głównym budynku terminalu autobusowego, połączenie z serwerem biletowym; aktualizacja serwera biletowego).
- 4 miesiące: opracowanie i wprowadzenie systemu biletów komunikacji zbiorowej w obiektach „park and ride”.
- 10 miesięcy: opracowanie i wprowadzenie narzędzia internetowego umożliwiające subskrybowanie kart inteligentnych.
- Sesje szkoleniowe dla dystrybutorów zintegrowanych biletów: około dwóch miesięcy.



Jakie inwestycje wiążą się z omawianymi działaniami?

Koszty działań są bardzo zróżnicowane w zależności od rodzaju wdrażanego systemu, liczby automatów/kasowników oraz liczby pojazdów wyposażonych w nowe technologie. Należy jednak wziąć pod uwagę następujące czynniki związane z kosztami:

- Koszty specyfikacji i opracowania nowego systemu biletowego (konsultacje, zaangażowanie operatorów transportowych itp.).
- Oprogramowanie zintegrowanych systemów biletowych (połączenie systemów różnych operatorów, narzędzie internetowe do subskrypcji, oprogramowanie dla użytkowników z łatwo zrozumiałym interfejsem itp.).
- Wyposażenie pojazdów, przystanków i stacji (anten, automaty do sprzedaży biletów, kasowania biletów itp.).
- Koszty konserwacji sprzętu.
- Umowa dotycząca konserwacji oprogramowania (w przypadku rozwiązań zastrzeżonych).
- Koszty aktualizacji systemu i oprogramowania.
- Koszty dodatkowe (np. nakłady na opracowanie systemu monitorowania).

W ramach inicjatywy CIVITAS II uzyskano następujące doświadczenia dotyczące niezbędnego poziomu finansowania:

1. 13 000 EUR: koszty inwestycji w sprzęt i oprogramowanie zintegrowanego systemu biletowego.
2. 712 500 EUR: zakup 16 automatów do sprzedaży biletów wraz z centralnym systemem zarządzania.
3. 60 000 EUR: roczne koszty konserwacji 16 automatów do sprzedaży biletów.
4. 10 000 EUR: nakłady na marketing, promocję i szkolenia związane z nowym systemem biletów.

Należy jednak wziąć pod uwagę fakt, że poprzez wprowadzanie omawianych działań można uniknąć pewnych kosztów. Każdy operator transportu może zmniejszyć koszty dystrybucji i sprzedaży biletów, ponieważ wszyscy operatorzy wykorzystują te same bilety i wspólnie użytkują te same automaty biletowe, co pozwala uzyskać korzystniejsze warunki zamówień. Ze względu na wysokie koszty operacyjne działania te mogą zostać przejęte przez wspólnego usługodawcę. Rozwój techniczny aplikacji na telefony komórkowe lub komputery kieszonkowe może prowadzić do oszczędności kosztów.

Główne czynniki decydujące o sukcesie

W ramach inicjatywy CIVITAS II za główne siły napędowe decydujące o rozpoczęciu, a także o wydajnym i pomyślnym wdrożeniu wyżej opisanych działań uznano następujące czynniki:

- Obniżki cen zintegrowanych biletów komunikacji publicznej (w porównaniu z biletami na poszczególne środki transportu).
- Dobra współpraca z operatorami komunikacji zbiorowej (na szczeblu lokalnym, regionalnym i krajowym).
- Intensywna współpraca między różnymi udziałowcami zainteresowanymi zachęceniem do korzystania z komunikacji zbiorowej.
- Silne poparcie polityczne, np. w odniesieniu do przystosowania systemów biletowych do potrzeb różnych użytkowników.
- Dobra strategia promocyjna i marketingowa, dostosowana do różnych grup odbiorców.
- Przejrzyste, wyczerpujące i łatwo dostępne informacje na temat nowego systemu.
- Wymiana wiedzy z innymi miastami korzystającymi z takich samych lub podobnych systemów biletowych, zapewniająca możliwość wspólnego składania zamówień na wyposażenie techniczne.



- Zmiana reguł administracyjnych tak, aby sprzyjały wprowadzeniu zintegrowanych programów biletowych.
- Otwarcie usług biletowych na inne usługi transportowe, w tym obiekty „park and ride”, parki rowerowe itp.

Strategie pomyślnego wdrożenia

W fazach wdrożenia mogą pojawić się różne bariery. Aby przezwyciężyć te przeszkody, całemu procesowi wdrożenia i planowania powinny towarzyszyć regularne dyskusje i zebrania grupy roboczej poświęcone różnorodnym problemom, takim jak te opisane poniżej.

Wsparcie polityczne

Aby zapewnić wsparcie polityczne, należy podkreślić, że większość użytkowników komunikacji zbiorowej odniesie korzyści w związku z nowym, przejrzystym systemem, zwłaszcza przez poprawę jego dostępności lub oferowanie taryf specjalnie dostosowanych do potrzeb określonych grup użytkowników. Politycy powinni być zaangażowani w przedsięwzięcie od początku procesu planowania, aby zapewnić zrównoważone poparcie dla działania. Powinni oni znać zalety wdrożenia systemu, podkreślając jego zgodność z długoterminowymi dokumentami strategicznymi przyjętymi wcześniej (np. strategią rozwoju miasta, planem komunikacyjnym lub polityką transportową).

Akceptacja

Konieczne jest zagwarantowanie poparcia i akceptacji ze strony operatorów transportu. Niezbędne są konsultacje i kontakty służące wyjaśnieniu celów i zalet nowego systemu oraz ocenie jego oddziaływań i korzyści dotyczących wszystkich zaangażowanych stron. Należy uzgodnić przejrzystą strategię podziału przychodów między operatorów komunikacji zbiorowej, aby zapewnić, że wszystkie strony odnoszą korzyści, bez strat netto przychodów

spowodowanych przez wprowadzenie zintegrowanego biletu.

Ważne jest opracowanie systemów, które będą łatwo zrozumiałe (np. struktura i przejrzystość systemu taryf, interfejsy oprogramowania przyjazne dla użytkowników itp.), aby przekazywać i promować zalety ofert a także dostarczać materiały informacyjne dotyczące ich użytkowania.

Zarządzanie finansami

Zapewnienie finansowania

W przypadku wdrażania zintegrowanego systemu biletów przez różnych operatorów transportowych korzystne jest, jeśli główny operator odpowiada za zakup i instalację wyposażenia, np. automatów do sprzedaży biletów. Zapewni to jego bezproblemowe i szybkie wdrożenie. Najwydajniejszym rozwiązaniem jest wdrożenie systemu przez władze lub wydział transportu, zainteresowane szerszymi aspektami mobilności w mieście oraz uczestnictwem różnych operatorów komunikacyjnych.

Zapewnienie korzystania z nowych biletów

Skuteczne kampanie promocyjne i marketingowe pomogą zapewnić, że nowe oferty będą wykorzystywane i że można będzie utrzymać określony poziom przychodów operatorów ze sprzedaży biletów. Pozwoli to uniknąć wycofywania się operatorów komunikacji zbiorowej wskutek braku zainteresowania ofertą.

Ograniczona ilość wyposażenia technicznego

W przypadku miast średniej wielkości, które zwykle kupują ograniczoną liczbę automatów do sprzedaży biletów, kasowników itp., zaleca się w miarę możliwości identyfikację innych miast zainteresowanych danym systemem. Mogą one wspólnie składać zamówienia i kupować wyposażenie techniczne po niższych cenach jednostkowych.



Aspekty techniczne

Interoperacyjność

Należy przeprowadzić najnowsze badania i testy, aby zapewnić interoperacyjność różnych systemów technicznych. Przydatne jest dodatkowe wsparcie zarządcze, zasoby finansowe i pomoc personelu oraz usprawnione zarządzanie ryzykiem. Należy także przeprowadzać regularne aktualizacje oprogramowania oraz ręczne kontrole systemu biletów.

Na etapie specyfikacji ważne jest wyznaczenie wymogów dotyczących interoperacyjności i rozważenie podejścia „otwartego systemu” ze względu na przewidywaną możliwość późniejszych aktualizacji oraz rozszerzenia rozwiązania na inne środki transportu lub innych operatorów.

Bezpieczeństwo danych

Jeśli za bilety można płacić kartami debetowymi/kredytowymi w automatach lub przez Internet, należy dołożyć starań w celu zapewnienia bezpieczeństwa danych osobowych i informacji bankowych. Konieczne może być zatem stworzenie nowego projektu witryn internetowych operatorów komunikacji zbiorowej.

Konserwacja

Aby zapewnić właściwą konserwację wyposażenia technicznego i usług, należy znaleźć wykonawcę z odpowiednimi umiejętnościami i wiedzą.

Ramowe uwarunkowania prawne

Ważne jest, aby od początku przedsięwzięcia zapewnić, że projekt systemu jest zgodny z przepisami krajowymi i lokalnymi. Musi być jasne, że przepisy dotyczące konkurencji są spójne ze zintegrowanym systemem biletów, jeżeli zaangażowani są różni operatorzy transportu. W niektórych krajach (np. Wielkiej Brytanii) prawo zabrania tworzenia stowarzyszeń transportowych, które oferują zintegrowane bilety, aby zapewnić sprawiedliwe warunki konkurencyjne.

Organizacja

Wszystkie miasta (zwłaszcza średniej wielkości), które dążą do stworzenia systemu płatności inteligentnych, powinny mieć świadomość, że inicjatywy te są skomplikowane pod wzglę-

dem technicznym i wymagają znacznych inwestycji czasowych i pieniężnych. W razie wprowadzenia złożonej struktury taryf i zaangażowania wielu operatorów transportowych takie systemy są jednak skutecznym narzędziem rozwiązywania wiążących się z tym problemów i zwiększania przyjazności systemu dla użytkowników. Wszystkie działania wymagają stałej mobilizacji udziałowców i starań ukierunkowanych na przekonanie nowych punktów sprzedaży do udziału w systemie.

Aby zapewnić przejrzysty podział obowiązków i regulować zaangażowanie różnych partnerów i udziałowców (władz komunikacji zbiorowej, operatora komunikacji publicznej, menedżera parku samochodowego, menedżera do spraw systemu rowerów publicznych itp.), należy podczas zebrań organizowanych przez lidera przedsięwzięcia wzmacniać i wspierać współpracę i dialog między wszystkimi zaangażowanymi stronami.

KLUCZOWE ELEMENTY DO UWZGLĘDNIENIA

- System cen powinien być spójny, prosty i obejmować odpowiednią liczbę biletów, uwzględniającą określone potrzeby użytkowników.
- Decyzje dotyczące typu wspólnego systemu a także udziałów finansowych i podziału przychodów z biletów muszą być podjęte i wyjaśnione różnym operatorom na początku projektu.
- W celu zmniejszenia kosztów zwłaszcza miasta średniej wielkości powinny szukać miast o podobnych dążeniach, aby wspólnie składać zamówienia i kupować wyposażenie techniczne po niższych cenach jednostkowych.
- Należy przeprowadzić najnowsze badania i testy, aby zapewnić interoperacyjność różnych systemów technicznych.



Kim są najważniejsze zaangażowane osoby?

UDZIAŁOWCY

Następujące zainteresowane osoby lub organizacje powinny być zaangażowane jako nieformalni doradcy lub poplecznicy:

- Użytkownicy komunikacji zbiorowej uczestniczący w zebraniach i/lub ankietach — w celu uzyskania informacji o ich szczególnych potrzebach. Użytkownikom należy dać możliwość testowania różnych biletów, narzędzi i wyposażenia.
- Różne określone grupy odbiorców (studenci, niepełnosprawni, osoby starsze, pracownicy itp.) — w celu zgromadzenia informacji o szczególnych wymaganiach i potrzebach.
- Organizacje pozarządowe koncentrujące się na kwestiach zrównoważonej mobilności (np. organizacje ekologiczne), które mogą współpracować przy działaniach promocyjnych związanych z omawianym przedsięwzięciem.
- Przedsiębiorstwa publiczne uczestniczące w projektowaniu, wdrożeniu i promocji nowego systemu oraz budujące silne partnerstwa lokalne.
- Stowarzyszenia hoteli, muzeów i innych placówek rekreacyjnych i handlowych uczestniczące w opracowaniu specjalnych ofert biletów dla turystów i gości.
- Politycy lokalni i regionalni.
- Współpraca z dostawcami automatów i biletowych oraz specjalistami technicznymi, ważna ze względu na systematyczne wsparcie techniczne.

GŁÓWNI PARTNERZY PROJEKTU

Dla pomyślnego wdrożenia omawianych działań kluczowe znaczenie ma zaangażowanie następujących stron:

Decydenci

Wiodącą rolę w zakresie wdrożenia działania, obejmującą wytyczne polityczne, pełni zwykle lokalna administracja miejska (np. wydział transportu lub ruchu drogowego). Główny operator transportowy lub władze komunikacji zbiorowej, odpowiedzialni za cały transport publiczny w regionie, także powinni zarządzać projektem jako jego lider. W wielu krajach rada miasta zatwierdza wydatki budżetowe na inwestycje w usługi publiczne, jej rolę należy więc rozważyć odrębnie w każdym z państw.

Operatorzy

Operatorami usług biletowych są przedsiębiorstwa komunikacji zbiorowej.

Zarządzanie finansami

Działania są inicjowane i finansowane przez administrację lokalną, ale operatorzy transportu zostaną poproszeni o finansowy udział w projekcie w przyszłości, co wymagać będzie pewnych negocjacji. Koszty inwestycji mogą być monitorowane przez niezależną organizację (zwłaszcza jeśli wykorzystywane są pieniądze publiczne); związane z tym obowiązki może przejąć sąd audytorski w danym kraju.

Inni partnerzy

Przeprowadzenie różnych niezbędnych badań i ankiet (np. baz danych) można zlecić uczelniom lub podobnym instytucjom badawczym. Firmy prywatne i konsultanci mogą wspierać lidera przedsięwzięcia w zakresie zarządzania projektem oraz technicznego rozwoju systemu. Przedsiębiorstwa prywatne są niezbędne, jeżeli chodzi o serwisowanie i konserwację wyposażenia technicznego.



Lista przykładów praktycznych w ramach inicjatywy CIVITAS II

W ramach inicjatywy CIVITAS II 7 miast wdrożyło działania związane z nowymi systemami biletowymi:

Malmö (Szwecja): mobilne informacje internetowe o usługach połączone z informacją autobusową.

Kraków (Polska): zintegrowane bilety i taryfy.

Tuluza (Francja): nowatorskie kontrakty dotyczące intermodalnego transportu publicznego; usługi i bilety elektroniczne.

Norwich (Wielka Brytania): automaty biletowe na ulicach.

La Rochelle (Francja): opracowanie zintegrowanego systemu cen; wdrożenie dalszej integracji biletów oraz systemu kart inteligentnych.

Ploeshti (Rumunia): opracowanie nowego systemu biletów komunikacji zbiorowej.

Preston (Wielka Brytania): wdrożenie zintegrowanych biletów komunikacji zbiorowej oraz zintegrowanego systemu biletów.



CIVITAS Policy Advise Notes — wszystkie tematy w pigułce

OSIĄGNIĘCIE WYDAJNIEJSZEGO WYKORZYSTANIA POJAZDÓW

Nowe formy użytkowania i własności pojazdów

01

PRZYJAZNE ŚRODOWISKU POJAZDY I PALIWA ALTERNATYWNE

Zmniejszenie szkodliwych emisji ruchu drogowego

02

MIASTA PRZYJAZNE ROWEROM

Wspieranie zdrowej i przyjaznej środowisku mobilności

03

INTEGRACJA PARKINGÓW I ZARZĄDZANIE DOSTĘPEM

Poprawa jakości życia w przestrzeniach miejskich w szczególnie istotnych obszarach miasta.

04

LOGISTYKA I DYSTRYBUCJA TOWARÓW

Przyjazna środowisku dystrybucja towarów w miastach

05

INTELIĞENTNE ŚRODKI ZARZĄDZANIA MOBILNOŚCIĄ

Skuteczne sposoby wpływania na zachowanie ludzi związane z przemieszczaniem się

06

PRIORYTYZACJA KOMUNIKACJI PUBLICZNEJ W MIASTACH

Utworzenie szybkiego i niezawodnego, przyjaznego środowisku środka transportu

07

PROMOWANIE NOWEJ KULTURY MOBILNOŚCI W MIASTACH

Informacje, marketing i edukacja

08

INNOWACYJNE SYSTEMY INFORMACYJNE W KOMUNIKACJI PUBLICZNEJ

Ułatwienie dostępu do komunikacji publicznej poprzez zapewnienie wiarygodnych informacji

09

INNOWACYJNE SYSTEMY BILETOWE W KOMUNIKACJI PUBLICZNEJ

Ułatwienie dostępu do komunikacji publicznej poprzez oferowanie zintegrowanego systemu biletów

10

POPRAWA JAKOŚCI USŁUG KOMUNIKACJI PUBLICZNEJ

Zwiększenie atrakcyjności komunikacji publicznej dla obywateli

11

USŁUGI INFORMATYCZNE W KONTROLI RUCHU DROGOWEGO

Innowacyjne narzędzia do optymalizacji zarządzania ruchem drogowym

12

WSZYSTKIE TE BROSZURY SĄ DOSTĘPNE DO POBRANIA NA STRONIE WWW.CIVITAS.EU

www.civitas.eu

Strona inicjatywy CIVITAS zawiera informacje na temat związanych z nią **wiadomości i wydarzeń**. Znajduje się tam podsumowanie wszystkich **projektów CIVITAS**, zestawienie **miast** uczestniczących w tym programie oraz **dane kontaktowe** ponad 600 osób działających w ramach CIVITAS.

Można też uzyskać tam szczegółowe informacje na temat **ponad 650 nowatorskich przykładów** miast demonstracyjnych CIVITAS.

Można też odwiedzić stronę CIVITAS i wyszukać **świetne przykłady nowatorskich doświadczeń**, pochodzących z aktualnie realizowanych projektów zrównoważonego transportu miejskiego. Jeśli któryś pomysł będzie odpowiedni dla Państwa miasta, lub jeśli po prostu chcą Państwo dowiedzieć się więcej, istnieje możliwość skontaktowania się z osobą odpowiedzialną za dane działanie.



Osoba kontaktowa

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, Faks: +36 26 311294



THE CIVITAS INITIATIVE
IS CO-FINANCED BY THE
EUROPEAN UNION

Wydawca: CIVITAS GUARD – Ocena, monitorowanie i rozpowszechnianie informacji w ramach inicjatywy CIVITAS II. **Autor:** Institute for Transport Studies, University of Natural Resources and Applied Life Sciences (BOKU), Vienna. **Skład:** FGM-AMOR – Austrian Mobility Research. **Źródła:** Wszystkie zdjęcia pochodzą od miast uczestniczących w projektach CIVITAS i zespołu CIVITAS GUARD i uzyskano zgodę na ich wykorzystanie w niniejszej publikacji. Podane liczby i wartości są oparte głównie na wynikach projektów demonstracyjnych CIVITAS, zgłaszanych przez uczestniczące w nich miasta. W razie potrzeby wykorzystano inne informacje dostępne w literaturze. **Wydanie 2010.** Wydrukowano w Austrii.

Komisja Europejska ani osoby działające w jej imieniu nie ponoszą odpowiedzialności za sposób wykorzystania informacji zawartych w niniejszej publikacji. Poglądy w niej wyrażone nie zostały przyjęte ani zatwierdzone przez Komisję i nie można ich uznać za wyraz jej poglądów.

Inicjatywa CIVITAS Initiative jest współfinansowana przez Program ramowy badań, rozwoju technicznego i wdrożeń, w ramach części programu dotyczących energii i transportu.

CIVITAS