

# Agenda

Seminário de divulgação:

Avaliação dos resultados do projeto  
SmartMove

Terça-feira, 10 Maio 2016

09:00 – 16:00

**CMIA - Centro de Monitorização e Interpretação Ambiental da Costa da Caparica**

Rua Catarina Eufémia, 2825-315 Costa da Caparica

Almada • Portugal



SmartMove: Active mobility consultancy focusing on feeder systems to increase awareness and use of public transport

Co-funded by the Intelligent Energy Europe Programme of the European Union



REGIONAL ENVIRONMENTAL CENTER



Terça-feira, 10 Maio 2016

09.00 – 09.30	Registo dos participantes
09.30 – 10.00	<p><b>Boas-vindas e introdução ao projecto SmartMove</b>  <i>Catarina Freitas, AGENEAL, Agência Municipal de Energia de Almada</i></p> <p><b>Introdução de SmartMove - objectivo do dia</b>  <i>Silke Frank, Rupprecht Consult GmbH</i></p>
10.00 – 10.30	<p><b>Os desafios enfrentados pelos operadores de serviços de transportes públicos - experiência em sistemas de rebatimento</b>  <i>Fertagus (a confirmar)</i></p>
10.30 – 11.00	<p><b>Consultoria Activa em Mobilidade (AMC) –uma abordagem introdutória</b>  <i>Oliver Roider, Universidade de Recursos Naturais e Ciências da Vida de Viena, Instituto de Estudos de Transportes (BOKU)</i></p>
11.00 – 11.30	<b>Coffee break</b>
11.30 – 13.00	<p><b>Apresentações sobre os principais componentes da campanha AMC (Parte 1):</b></p> <p><b>Definindo o âmbito da campanha</b></p> <p>Avaliação da rede de transportes: modos principais e sistemas de rebatimento  <i>José Manuel Vega Barbero, Universidade de York</i></p> <p>Considerações sobre a selecção e identificação dos grupos-alvo e linhas de transporte  <i>Evangelos Genitsaris ePanagiotis Tsalis, Universidade Aristotélica de Salónica</i></p> <p><b>Exemplo de campanha SmartMove: Kreis Euskirchen, Alemanha</b>  <i>Bernd Knieling, Associação de Transportes de Rhein-Sieg (VRS)</i></p> <p><b>Debate e reflexão sobre a experiência e circunstâncias em Portugal</b>  <i>Pedro Gomes, AGENEAL, Agência Municipal de Energia de Almada</i></p>
13.00 – 13.45	<b>Pausa para almoço</b>
13.45 – 14.30	<b>Discussão de grupo</b>
14.30 – 16.00	<p><b>Apresentações sobre os principais componentes da campanha AMC (Parte 2):</b></p> <p><b>Definição de um plano de implementação</b></p> <p>Determinação dos meios de contato com potenciais utilizadores de TP, motivação e incentivos  <i>Marek Bauer, Universidade de Cracóvia</i></p> <p>Que medidas ativas podem ser implementadas para reforçar a atractividade dos</p>

