



## Jakie działania są podejmowane w obszarach realizujących projekt SmartMove?

Po sukcesie pierwszej kampanii doradztwa w zakresie mobilności (AMC) w obszarach wiejskich regionu Waldviertel w Austrii, kampania będzie kontynuowana w ramach działań prowadzonych w projekcie SmartMove w innych obszarach wiejskich i podmiejskich Europy. Koncepcja jest najpierw testowana w ośmiu regionach uczestniczących w projekcie SmartMove. Specyfika partycypujących regionów została szczegółowo opisana na stronie internetowej projektu SmartMove.

### ● Almada, Portugalia

Kampania AMC w Almadzie została przeprowadzona dla jednej dowozowej linii autobusowej. Dodatkowo, badana jest kwestia zapewnienia możliwie najlepszych połączeń z trasami linii tramwajowych oraz ze stacją kolejową. Wnioski zostaną przekazane operatorowi połączeń autobusowych.

### ● Burgos, Hiszpania

Kampania realizowana w Burgos skupia się na wybranych liniach autobusowych na peryferiach miasta. Kampania AMC jest zorientowana na osoby podróżujące do miejsca pracy oraz na studentów, stawiając za główny cel promowanie systemu wypożyczalni rowerów miejskich jako najbardziej efektywnego sposobu realizowania komunikacji dowozowej. Kampania wykorzystuje media społecznościowe oraz nowoczesne aplikacje - przede wszystkim z myślą o osobach uczących się. Dla pracujących oraz seniorów, pomyślane są natomiast sesje szkoleniowe przewidziane dla pieszych, rowerzystów oraz pasażerów autobusów.

### ● Kraków, Polska

W Krakowie kampania AMC dotyczy obszaru peryferyjnego miasta, w którym funkcjonujące linie autobusowe dowożą pasażerów do linii tramwajowych, zapewniających połączenie z centrum miasta. Niestety wykorzystanie zdolności przewozowej linii jest wciąż poniżej oczekiwań. Kampania będzie obejmować spotkania z mieszkańcami, audyty infrastruktury oraz różnego rodzaju działania marketingowe i informacyjne.

## ● Kreis Euskirchen, Niemcy

Celem kampanii AMC jest wypromowanie innowacyjnej usługi TaxiBusPlus, która daje pasażerom lepszy dostęp do najważniejszych linii autobusowych. Kampania jest uzupełniana przez szkolenia dla starszych osób, audyt infrastruktury w celu usunięcia ewentualnych barier, z jakimi mogą się spotkać piesi w trakcie podróży, audyty obywatelskie oraz warsztaty zwiększające świadomość problemów, jakie mogą napotkać starsi bądź niepełnosprawni użytkownicy transportu publicznego.

## ● Langadas, Grecja

Działania związane z AMC w Langadas obejmują wydarzenia promujące kampanię oraz marketing w mediach społecznościowych. Dalsza działalność w ramach kampanii skupia się na audytach obywatelskich, szkoleniach dla najstarszych i najmłodszych pasażerów, a także na warsztatach pozwalających identyfikować problemy związane z transportem.

## ● Oberlausitz-Niederschlesien, Niemcy

Kampania AMC w tym regionie obejmuje promowanie wybranej linii autobusowej oraz zbieranie informacji zwrotnych od pasażerów, w celu poprawy jakości świadczonych usług.

## ● Waldviertel-Wachau, Austria

Po sukcesie kampanii AMC w 2011 roku, podjęte zostały działania związane z przeanalizowaniem dwóch kolejnych tras autobusowych. Projekt propaguje środki indywidualnej komunikacji dowozowej, opartej na wykorzystaniu rowerów tradycyjnych oraz tych, które napędzane są elektrycznie.

## ● Wittenberg, Niemcy

Działaniom związanym z kampanią AMC w miejscowości Wittenberg towarzyszy promocja różnych form komunikacji dowozowej na żądanie, np. systemów telebus, teletaxi.

