

Komunikační strategie pro podporu značky

MĚSTA S DOBROU ADRESOU



Pracovní verze k 27.1.2016

PŘEDMLUVA

Asi se shodneme na tom, že většina lidí si přeje žít „na dobré adrese“. Co vlastně je „dobrá adresa“? Chápeme ji stejně jako Němci, Dánové či Angličané? A umíme ji v českých podmínkách vytvářet? Na to si bude muset každý zodpovědět sám.

„Dobrá adresa“ jako město příjemné pro obyvatele, kde se dobře žije, v Česku zatím není velké téma. Záleží na nás, jak moc chceme věci měnit. Jak známo, každá změna stojí energii. Tato změna však stojí za to. Právo svobodné mobility ve městě nemusí být jen prázdná fráze. Značka Město s dobrou adresou dává možnost na chvíli se zastavit, načerpat inspiraci a vědomosti, jak to chodí jinde, rozšířit si obzory a trochu si v mysli hrát s tím, jak můžeme změnit naše města. Značka nabízí šanci podívat se na náš život z jiného úhlu pohledu a ptát se sám sebe – kde bych chtěl žít? Správnou odpověď nám přitom nemohou dát vědci či projektanti, správná cesta je výsledkem naší vlastní volby a společenské debaty.

Českou republiku čeká veřejná diskuse, která pro mnohé nebude jednoduchá. Naše společnost si musí odpovědět na otázky:

- Jaká je cena veřejného prostoru?
- Co jsme ochotni udělat pro čistý vzduch?
- Jakou hodnotu pro nás má zdravé a bezpečné prostředí pro nás a naše děti?

Značka Město s dobrou adresou je pro nás dobrou zprávou. Ukazuje se, že na mnoha místech po celém světě lidé uvažují o tom, jak nacházet to dobré uvnitř našich měst, jak pěstovat zahrady v nás i kolem nás. Je to zpráva o tom, že i naše města jsou víc než jen nepřehledná mraveniště plná anonymního hemžení. Je to zpráva o tom, že ve městech lze dobře žít, najít tu domov a být tu rád/a.

Jitka Vrtalová

Pokud předmluva, tak i z druhé strany

Miroslav Kalousek: Financujeme spoustu zbytečností. Tak to raději dejme na řešení uprchlíků

9. 6. 2015 9:18

<http://www.parlamentnilisty.cz/arena/rozhovory/Miroslav-Kalousek-Financujeme-spoustu-zbytecnosti-Tak-to-radeji-dejme-na-reseni-uprchliku-378791>

Vidíte tedy příliv uprchlíků jiné kultury a jiných hodnot za ohrožení evropské civilizace?

Především si musíme přiznat, že se toho chopil organizovaný zločin. Ty obrovské vlny utečenců převládá a přepravuje organizovaný zločin, je to tedy boj s organizovaným zločinem a jako k takovému by se k tomu mělo přistoupit. A je skutečně v bytostném zájmu Evropy, aby začala řešit nejen to, co s těmi uprchlíky, ale také příčiny jejich existenční touhy po migraci, a tomu přizpůsobila politické a rozpočtové priority. **To je skutečně vážný problém. My jsme ochotni z evropského rozpočtu financovat cyklostezky, což je určitě bohubilé, ale bez jejich financování z evropského rozpočtu asi naše civilizace přežije, zatímco budeme-li ignorovat problém migrace a nebudeme ho řešit, jedná se o civilizační hrozbu.**

P.S. Kalousek má v určitém kontextu pravdu, ale nechtěl náhodou říci něco jiného?

ÚVOD – NEŽ SE ZAČNEME BAVIT O ZNAČCE

Neimprovizujeme!

Inspirovali jsme se strategiemi německých měst. Učitelem se pak stalo moderní město Lipsko, které nás učilo, že „Město s dobrou adresou“ je to, kde mají sídlo silné ekonomické značky, které lákají další investory. Další investoři přinášejí ekonomickou prosperitu a atraktivitu města, do kterého se lidé rádi stěhují. Pokud mají peníze, pak je nejen rádi utrácí, ale chtějí žít také v příjemném městě, plné parků, cyklostezek, kaváren, pěších zón, atd., atd.

Copak často neslyšíme, jak ve městech ubývá obyvatel. Jako by nám chtělo město Lipsko vzkázat: *„Může to být i obráceně. Opravdu jde ten pokles obyvatelstva zastavit. Sami víme, o čem je řeč. Nás to také potkalo. Ale taky víme, jak ten trend úbytku obyvatel zastavit. Kromě ekonomicky silného města, musíš vytvořit i atraktivní místo pro život, kde budou lidi rádi žít. Součástí života je i doprava a mobilita.“* A město Lipsko ten problém začalo řešit a nebálo se začít systematicky podporovat cyklistickou, pěší a veřejnou dopravu. Má jednu z nejlepších dopravních politik v Německu. I tento rozměr má „Město s dobrou adresou“. Důkazem spolupráce je také film, který byl pro město Pardubice natočen s primátorem města Lipska - viz <http://www.youtube.com/watch?v=1yh37f2jTvw>

Pak je možné obdivovat i krásná auta, neboť ta také patří do rodiny „městské mobility“.



Pokud dokážeme vidět věci v širším kontextu, nelpíš jen na jednostranném pohledu, pak se bude lépe představovat daná značka.

O ZNAČCE

Jak zachovat města dostupná, prosperující a přitom přívětivá pro život – s touto otázkou si lámou hlavu dopravní odborníci už řadu let. Nová značka „Město s dobrou adresou“ spojuje téma kvalitního veřejného prostoru s dopravní dostupností – mobilitou.

Ve městech sílí tlak na současná dopravní řešení, na stávající infrastrukturu i veřejný prostor. K tomu je třeba připočítat problémy s dopravní přetížeností, hlukem a znečištěním. 89 % Čechů se nelíbí, co ve městech dýchají. Ovzduší v českých městech mělo jen v roce 2011 na svědomí 6 400 předčasně zemřelých. V České republice má nadváhu 71 % dospělé populace. Patříme k nejobéznějším národům Evropy. Kvůli nedostatku pohybu předčasně umírá více než 2 400 lidí ročně. Obezita nevratně poškozuje zdraví každého člověka. Každý z nás zaplatí ročně více než 5 000 korun za následky dopravních nehod (celkem je to přes 55 miliard korun ročně).

Nový koncept **„Město s dobrou adresou“** se snaží najít odpověď na to, jak skloubit zájmy bezpečnosti, parkování, tvorby veřejného prostoru s preferencí chůze a jízdy na kole a v neposlední řadě i otázku role veřejné dopravy v dnešní společnosti. Tématu městské mobility se sice věnuje obrovské množství odborných studií a publikací, ale značka chce o tématu hovořit jednoduše a srozumitelně.

K dispozici je celá řada konkrétních opatření, každé město je však originál, které hledá svůj vlastní recept. Vždy je ale nutné dopravu řešit komplexně, a to včetně dopravy v klidu, oddychových zón i míst pro aktivní trávení volného času.

Cílem značky je především pomoci vytvořit sdružení lidí, kteří společně chtějí měnit své město v oblasti dopravy a mobility. Město s dobrou adresou může vzniknout tam, kde se podaří navázat komunikaci mezi zástupci města a místní komunitou, reprezentovanou nevládními organizacemi či zástupci uživatelů.

Prvním konkrétním výstupem bude **vyhlášení soutěže s názvem „Tady žiju“**, jejíž výsledky budou zveřejněny ve dnech 20.-21.4.2016 v Jihlavě.

Pro města je také připraven školící program nazvaný **Akademie městské mobility**. Město s dobrou adresou se chce zapojit do přípravy sousedských slavností, konferencí i festivalů. Nová značka se bude podílet na vytváření městské kultury, která zajistí svobodu pohybu s respektem ke svobodě ostatních.

Podrobné informace:

- www.dobramesta.cz – Město s dobrou adresou & Marketingová značka
- [Tady žiju](#) – Příklad společné kampaně: „Pomozte najít místa s dobrou adresou“
- www.cyklokonference.cz – Město s dobrou adresou & Akademie městské mobility

Značka Město s dobrou adresou má pomoci představit Plán udržitelné městské mobility (SUMP, či PUMM), či generely dopravy, neboli dokumenty, které příliš veřejnost nezajímá, i když podstatně ovlivňují jejich život. Cílem značky Město s dobrou adresou je tedy pomoci „lidskou řečí“ vysvětlit dané dokumenty.

PODPOROVATELÉ ZNAČKY

Asociace měst pro cyklisty spolu s Centrem dopravního výzkumu, v.v.i., odborným garantem značky, jsou zatím hlavními tahouny značky [Město s dobrou adresou](#). Finančně také již přispěla Česká parkovací asociace, která je garantem těžkého tématu – management parkování.

Nicméně bez [partnerství](#) a členství mnoha institucí a osobností by nešlo tuto značku vybudovat.



Iniciativa „Město s dobrou adresou“ tak má především sdružuje lidi a organizace, kteří chtějí zlepšovat prostředí ve svých městech. V první řadě se tak jedná o členy asociace:

Členové: Brno, Břeclav, České Budějovice, Česká Lípa, Děčín, Dvůr Králové, Frýdek Místek, Hodonín, Hradec Králové, Chrudim, Jičín, Jihlava, Karlovy Vary, Klatovy, Kopřivnice, Krnov, Kroměříž, Lysá nad Labem, Mikulov, Mladá Boleslav, Moravská Třebová, Napajedla, Nové Město nad Metují, Olomouc, Opava, Oslavany, Ostrava, Otrokovice, Pardubice, Praha, Praha 5, Praha 7, Praha 20, Praha-Libuš, Písek, Přerov, Ralsko, Svazek obcí Domažlicka, Šternberk, Šumperk, Tábor, Tišnov, Třeboň, Třinec, Uherské Hradiště, Uherský Brod, Uničov, Valašské Meziříčí, Veselí nad Lužnicí, Vsetín, Zlín, Znojmo a mediální partner NaKole, o.s.

Přidružení členové - samospráva: Nový Jičín, Most, Praha 14, Praha 19 - Kbely. Ústecký kraj

Přidružené členství – spolky, sdružení, svazky a iniciativy: Česká parkovací asociace, Tým silniční bezpečnosti, Svaz cestujících ve veřejné dopravě, Nadace Partnerství, CykloBudějovice o.s., Ostravou na kole o.s., Olomoučtí kolaři o.s., Labská stezka o.s a Cykloklub Kučera, o.s. Iniciativy: Opavou na kole, CykloZlín, Plzeň na kole.

Nicméně podpora značky Město s dobrou adresou není vázáno s členstvím. Značka „Město s dobrou adresou“ má motivovat, inspirovat, pomáhat měnit. Naše města se mohou změnit, pokud se spojí dohromady více partnerů. Mezi ně patří především:

- [Státní správa, celonárodní organizace, krajská samospráva, poslanci, senátoři](#). Jsou potřebné pro mnohá konkrétní opatření ve městech ... Přehled možnosti spolupráce je popsán [zde](#).
- [Firmy](#) a to nejen ty, kterých se týká realizace různých prvků městské mobility, ale které se také aktivně zapojují do změn ve městech vypracováním firemních plánů mobility. Asociace má také řadu [komerčních partnerů](#), kteří se spolupodílejí na propagaci značky Město s dobrou adresou.
- [Občané a místní sdružení](#)
- [Odborná spolupráce](#). Jedním z pilířů značky Města s dobrou adresou je vzdělávací program Akademie městské mobility. K tomu je potřeba mít tým školitelů a odborníků.
- [Osobnosti](#). Značka potřebuje mít za sebou osobnosti, kteří by se postavili za její ideu. Nejde ale jen o prostou podporu, naopak sami oceníme myšlenky a znalosti osob z ostatních oborů, které dokáží obohatit program Akademie městské mobility.
- [Mediální partneři](#). Média obecně mohou informovat o aktivitách asociace, včetně pořádaných pravidelných konferencí, soutěží a seminářů.

Zvláštní poděkování patří [Universitě Palackého v Olomouci](#) a [Velvyslanectví Dánska](#), kteří se spolupodíleli na zrodu myšlenky v první polovině roku 2015.

Za zmínku stojí, kdo také značku podporuje:

[Leopold König](#) – 7. místo na Tour de France 2014



Milan Cais, Tata Bojs



Budování místní komunity je na prvním místě, nikoliv budování značky

Ano, bylo napsáno, že cílem je postupně budovat „[Města s dobrou adresou](#)“.



Kde jinde by se však měla budovat, než v samotných městech? Při vytváření veřejného prostoru, který je přívětivý a bezpečný, má velmi důležitý hlas místní komunita zastoupená neziskovými organizacemi. Jako příklad uvádíme cyklistická sdružení, která chtějí pomáhat rozvoji místních komunit:



[CykloBudějovice](#) je občanské sdružení založené na podzim roku 2013. Vznik sdružení byl v návaznosti na úspěch Velké budějovické jízdy, kterou jsme pořádali a které se zúčastnilo přes 300 účastníků a následně otevřeného dopisu adresovaného radním a politikům, který byl sepsán jako veřejná objednávka po bezpečných a logicky návazných cestách pro cyklisty. Tento dopis podepsalo na 600 lidí a významné místní firmy a byl pro nás jistou motivací pro pokračování jednak v nátlaku na radnici, ale také s nabídkou spolupráce na rozvoj cyklodopravy v našem městě.

Partner pro Statutární město [České Budějovice](#).



[OSTRAVOUNAKOLE](#) je občanské sdružení (zde jsou k nahlédnutí [stanovy](#)), které zajímá cyklistická infrastruktura v Ostravě i jejím blízkém okolí. Naším cílem je především snaha zasazovat se o lepší podmínky pro cyklistickou dopravu. Pravidelně pořádáme cyklojízdy Ostravou a v roce 2013 jsme se jako lokální organizátoři chopili kampaně Do práce na kole.

Partner pro Statutární město [Ostrava](#).



[Iniciativa za bezpečnou cyklodopravu na Zlínsku](#), Kontakt: Jana Vybíralová, mob. 721470315, e-mail: cyklozlin@email.cz. Partner pro Statutární město [Zlín](#).



Iniciativa Plzeň na kole [/www.plzennakole.cz/](http://www.plzennakole.cz/) je volné seskupení lidí v Plzni, kteří fandí jízdnímu kolu coby rovnoprávnému prostředku individuální dopravy ve městě a chtějí se zasadit o lepší podmínky pro městskou cyklistiku. Iniciativa pořádá pravidelné jarní a podzimní cyklojízdy, veřejné cyklojílny, v Plzni koordinuje kampaň Do práce na kole, jedná s politickou reprezentací města a s městskými samosprávami o zlepšení podmínek pro městskou cyklistiku - zprůjezdňování jednosměrek atd. Iniciativa se snaží prosazovat principy budování trvale udržitelné kultury dopravní infrastruktury města Plzně.



[Labská stezka o.s.](#) propaguje v partnerských městech rozvoj cyklostezek nejen pro sport a volný čas, ale i pro cyklodopravu a udržitelný rozvoj. Její předseda Ing. arch Jan Ritter více než 15 let spolupracuje s Ing. Jaroslavem Martinkem na propagaci cyklistiky a cyklodopravy. Pořádáme konference, cyklistické akce, cykloakademie, spolupracujeme s cyklokordinátory měst

(Hradec Králové, Pardubice, Ústí nad Labem). Cílem je zlepšit podmínky pro cyklisty ve městech a rovněž šířit osvětu o možnostech vstupu měst do Asociace cykloměst.



Olomoučtí kolaři - Olomoučtí kolaři jsou otevřené neziskové sdružení příznivců cyklistické dopravy a cykloturistiky. Naším cílem je zlepšovat podmínky pro dopravu na kole v Olomouci a prosazovat oprávněné zájmy cyklistů. Navrhujeme a podporujeme takové úpravy dopravní infrastruktury, aby se vytvořily předpoklady pro rozšíření jízdy na kole jako bezpečného a k životnímu prostředí šetrného způsobu dopravy. Při prosazování těchto cílů máme zájem nacházet přijatelné kompromisy s ostatními účastníky silničního provozu a chodci.

Například v Olomouci začíná fungovat pracovní skupina, která společně připravuje kampaň, která má pomoci měnit dopravní chování směrem k šetrnějším způsobům. Na této kampani se přirozeně budou podílet také místní sdružení a iniciativy – společným fundraisingem a spoluprací na akcích a kampaních, jako jsou Do práce na kole, Nakupuj na kole, cyklojízdy, městských festivalů a dalších.

Je ale pravda, že tato spolupráce v některých městech nefunguje, nebo je jen formální. Úkolem asociace je asistovat u tohoto procesu, v žádném případě ale nemůže hodnotit situaci v jednotlivých městech. Cíle asociace jsou spojené s „[dobrou adresou](#)“, které určují základní hodnoty místní úrovni však asociaci nepřísluší.

Je zásadní rozdíl kritizovat někoho přes média, vyjadřovat se k tématům, o kterých možná sami málo víme, anebo někam přijet a u jednoho stolu porozumět problému a zároveň připomenout právě ty hodnoty, na kterých stojí základy asociace. Můžeme do města přijet, můžeme přivést [výstavu GOOD CITY](#), můžeme udělat vzdělávací program pro úředníky a politiky, můžeme udělat besedu s veřejností, či připravit nezávislý posudek. Zodpovědnost za konkrétní opatření ale vždy nese město, všichni ostatní mohou sloužit jako poradci, ať už jde o Asociaci cykloměst, místní sdružení nebo dopravní odborníci.

1. MĚSTA S DOBROU ADRESOU & MARKETINGOVÁ ZNAČKA

Základní VIZE chce nabídnout všem obyvatelům měst možnost bezpečné, pohodlné a efektivní přepravy. S rostoucí populací a přibývajícími pracovními místy velmi sílí tlak na současná dopravní řešení, na stávající infrastrukturu i veřejný prostor. Způsob, jakým se lidé přepravují po městě, značně ovlivňuje kvalitu života ve městě. Proto nabízíme novou vizi budoucího uspořádání mobility. Dopravu chceme řešit v souvislosti s kvalitou života jako takovou. „Dobré město“ má symbolizovat adresu, na které bydlí lidé. Na dopravní řešení se nelze dívat jen z inženýrského pohledu, ale i z pohledu člověka, nakolik dopravní infrastruktura ovlivňuje životní styl a životy lidí.



Přestože značka „Město s dobrou adresou“ hovoří o komunikaci strategického plánu rozvoje města, samotná značka není svázaná s povinnou metodikou ani strukturou. Hlavním úkolem je kultivovat městskou mobilitu s vědomím, že cyklodoprava patří zatím v českých městech k nejslabším článkům.

Profil této značky se blíží například značce BIO (potraviny, které se pěstují, a stará se o ně určitým šetrným způsobem). Nebo jako značka FairTrade - podpora férových podmínek při práci a pak se k této značce může přihlásit kavárna, která prodává férovou kávu.

Základní hodnoty jsou:

1. **(Podpora) Každodenní život.** Dobré město nabízí dostatek prostoru pro zdravý, aktivní a společenský život v ulicích i dalších veřejných lokalitách.
2. **Setkávání.** Setkávání, interakce a komunikace jsou nesmírně důležitými aspekty života a dobré město má být ideálním místem právě pro náhodná setkání s přáteli, známými i neznámými lidmi. Jedná se prostor, kde můžeme pozorovat, jak žijeme a jakými principy se řídíme.
3. **(Důraz na) Bezpečnost.** Lidé z města, kteří chodí pěšky a jezdí na kole, v něm vytvářejí pocit bezpečí. Vyjdeme-li z domu ven, všude kolem uvidíme lidské tváře.
4. **Městský prostor.** Dobré město je místem pro relaxaci a estetické zážitky, a to nejen pro zdejší obyvatele, ale i pro ty, kdo městem pouze procházejí nebo projíždějí.
5. **Zdravé město.** Dobré město je městem zdravým, bez větších problémů s dopravními zácpami, hlukem, znečištěním a dalšími zdravotními riziky.
6. **Vysoká dostupnost.** V dobrém městě vždy existuje dopravní prostředek, jímž se snadno a včas dostanete z bodu A do bodu B. Koncepce dobrého města vyhovuje rozmanitým způsobům dopravy.
7. **Trvale udržitelná infrastruktura.** V dobrém městě je infrastruktura prioritou, díky čemuž se naprostá většina osob dokáže po městě efektivně přepravovat, aniž by přitom trpěla kvalitou městského prostoru, obecná dostupnost či kvalita života.

Značka Město s dobrou adresou je „v první vlně“ prezentována prostřednictvím 6 OTÁZEK (aneb jedná se o základní komunikační nástroj, kterým chceme oslovit / zaujmout veřejnost)

 město s dobrou adresou Chcete čtyři dny dovolené navíc? Návod najdete na www.dobramesta.cz 	 město s dobrou adresou Chcete 500 Kč měsíčně navíc? Návod najdete na www.dobramesta.cz 	 město s dobrou adresou Chcete zhubnout a být fit zdarma? Návod najdete na www.dobramesta.cz 
 město s dobrou adresou Chcete volná parkoviště? Návod najdete na www.dobramesta.cz 	 město s dobrou adresou Chcete vstupenku do fitness zdarma? Návod najdete na www.dobramesta.cz 	 město s dobrou adresou Chcete žít v bezpečí? Návod najdete na www.dobramesta.cz 

Navazující informace jsou dostupné na www.dobramesta.cz a jsou rozdělené do čtyř sekcí:

- ŽIVOT VE MĚSTĚ
- O NÁS
- PŘÍKLADY Z PRAXE
- ZAPOJ SE

Jednotlivé sekce představují 4 oblasti, prostřednictvím kterých je vhodné prezentovat danou problematiku. Přes www.dobramesta.cz se jedná o celoplošnou národní kampaň, jejíž úkolem je podpora místních aktivit. Města si mohou zamluvit své „městské komunikační“ stránky - www.mesto.dobramesta.cz, neboli, www.olomouc.dobramesta.cz, www.zlin.dobramesta.cz, www.jihlava.dobramesta.cz, atd.

V žádném případě město ale neztrácí svůj brand, ba naopak – je posílen. Pokud se značka Město s dobrou adresou má blížit značce BIO, nebo FairTrade, pak vždy brand značky města bude dominantní. Značka Město s dobrou adresou představuje spíše filosofii, na kterou se město může odvolávat, ve smyslu „*my na to nejsme sami, je nás více*“.

Příklady vizualizace webů

1. Ukázka webu www.dobramesta.cz



2. Ukázka pracovního webu www.jihlava.dobramesta.cz



Rozpracovaný web ukazuje, že nemusí být ani stejná grafika, jen jde o to, aby se nechal inspirovat čtyřmi sekcemi z webu www.dobramesta.cz, zasazených do „jihlavského“ kontextu:

- ŽIVOT VE MĚSTĚ, v Jihlavě
- O NÁS, o jihlavských osobnostech
- PŘÍKLADY Z PRAXE, o jihlavských dopravních prostředcích, o dopravních návrzích
- ZAPOJ SE, o konkrétních jihlavských projektech
- K tomu navíc mohou být aktuální dopravní informace, mapy, atd.

Web www.jihlava.dobramesta.cz i celá navazující kampaň bude vedena samostatně. Převzaty budou jen **hodnoty** značky Města s dobrou adresou.

Je možné se inspirovat i z řady zahraničních webových portálů (viz. např. z města Singapur), ale nesmí se zapomenout na skutečnost, že v našich českých končinách nemá rovnoprávnost dopravy ještě tradici. Proto je třeba v něm použít i řadu českých specifik.

Inspirace pro místní kampaň z webu www.dobramesta.cz:

1) ŽIVOT VE MĚSTĚ

Sekce chce ukazovat život takový jaký ve městě je, aspoň tedy z pohledu dopravy a mobility.

- **TEZE 1 - Dobrá adresa: Město, které ví, že dopravní prostředek je součástí našeho životního stylu. Každý jsme jiný, každý cestujeme jiným způsobem.** Lidé se ve městech prostě potřebují přepravovat různými způsoby. Často je výhodné (časově i ekonomicky) kombinovat různé druhy dopravy.
- **TEZE 2 – Dobrá adresa: Město, které si přizná problémy spojené s dopravou.** Osobní automobily do měst patří, stejně jako tramvaje, trolejbusy, rychlodráhy a jízdní kola. Dnes si život bez aut nedokážeme představit, ale má to i svůj rub. Je třeba znát co dýcháme, jaká je naše fyzická kondice? Lenost zabíjí, kolik stojí bezpečnost a kolik prostoru bere automobilová doprava? 40 osob potřebuje
- **TEZE 3 - Dobrá adresa: Město, které usiluje o „dobrou adresu“, musí mít dostupné cíle pro všechny.** Pokud chceme měnit města, musíme se na ně naučit dívat z pohledu těch, kteří tam žijí.
A naučit se znát jejich potřeby. Jinak se pohybují po městě děti a teenageři, jinak cestují ženy: jiné dopravní prostředky využívají senioři a jinak se chovají muži:

2) O NÁS

Cílem je představit značku „Město s dobrou adresou“ jako komunitu (volné sdružení) lidí a organizací, kteří chtějí zlepšovat prostředí ve svých městech. Na webu se tato skupina představuje následně: *„Na svých cestách chodíme pěšky, jezdíme na kole, jezdíme veřejnou dopravou a rádi také využíváme auta. Podporujeme integrovanou dopravu, jejímž základem jsou potřeby člověka, nechceme a nemůžeme rozdělovat obyvatele na cyklisty, chodce, uživatele veřejné dopravy a řidiče. Jde hlavně o to, aby města sloužila jako domov těm, pro které byla postavena – svým obyvatelům. Všichni víme, že česká města mají mnoho problémů, které souvisí s dopravou. Věříme, že ke změně může dojít.“*

Značka „Město s dobrou adresou“ má motivovat, inspirovat, pomáhat měnit. Naše města se mohou změnit, pokud se spojí dohromady více partnerů ...

Státní správa a samospráva	>	Firmy	>	Občané a místní sdružení	>
Odborné organizace	>	Osobnosti	>	Mediální partneři	>

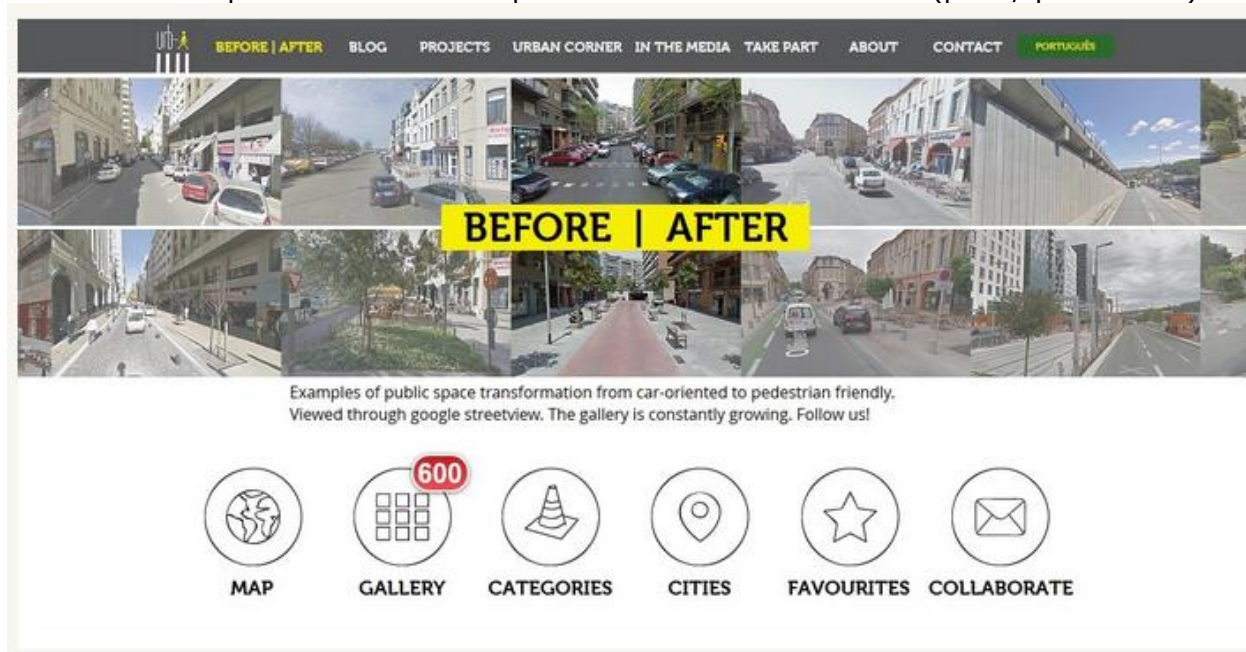
V praxi to ale často funguje tak, že na jedné straně je samospráva a na druhé místní sdružení, kdy každá strana hájí své zájmy. Značka Město s dobrou adresou chce spojovat, nikoliv rozdělovat.

3) PŘÍKLADY Z PRAXE

V mnoha městech po celém světě se daří v místním měřítku měnit podobu jednotlivých míst, které zahrnují řešení pro všechny druhy dopravy. Sekce je rozdělena do tří skupin

Zahraniční příklady	>	Příklady z Česka	>	Dánská výstava GOOD CITY	>
---------------------	---	------------------	---	--------------------------	---

Ze zahraničních příkladů lze uvést inspirativní web BEFORE – AFTER (před / po realizaci)



Za pozornost stojí však rubrika „Příklady z Česka“. Jsou zde vybrány pouze dva příklady z českých menších měst - **Nymburk** a hanácké Benátky - **Litovel**. U každého se hraje s představou, jak asi město bude vypadat za dva roky. Příklady ale mají především něco naučit. Vždyť už i takto učil Jan Ámos Komenský. Škola hrou či příkladem může naučit uvažovat v souvislostech.

Právě zde je velký prostor pro města, aby hledala a představovala své vize, svým občanům a společně hledali cesty k jejich realizaci.

Dánská výstava GOOD CITY je již vzdělávacím pilířem Asociace měst pro cyklisty od konference, které proběhla ve dnech 29.-30.4.2015 v Olomouci. Od té doby putuje po českých městech a města si ji mohou zapůjčit. Více o výstavě:

<http://www.dobramesta.cz/priklady-z-praxe/danska-vystava-good-city/>

4) ZAPOJ SE

Jedná se o sadu možností, jak se zapojit a to od nejjednoduššího způsobu, až po ten nejsložitější. Svým způsobem ale již všechny směřují na aktivity, které se realizují na místní úrovni, případně vybízí člověka, ale začal přemýšlet o svém pohybu po městě.

<u>PODPOŘ NÁS NA FACEBOOKU</u> Tato stránka se mi líbí	<u>POMOC NAJÍT MÍSTA S DOBROU ADRESOU</u> Změnilo se nějaké místo v tvém okolí k lepšímu? Dej nám o tom vědět na info@dobramesta.cz
PŘIDEJTE SVÉ JMÉNO DO SEZNAMU PODPOROVATELŮ PROJEKTU Vaše jméno Váš e-mail Připojit se k projektu	NAPIŠ SI O VÝSTAVU Chtěl bys ve svém městě uspořádat výstavu Města s dobrou adresou? Ozvi se nám na e-mail: info@dobramesta.cz
<u>PŘIDEJ SE K TĚM, CO TO DĚLAJÍ JINAK</u> Zkus jet zítra do školy nebo do práce jinak. Na kole, pěšky, veřejnou dopravou. Dej nám o tom vědět na info@dobramesta.cz	<u>DOMLUV SE NA SPOLEČNÉM POSTUPU</u> Chtěl bys naši iniciativu podpořit jinak? Finančně nebo svým časem? Ozvi se nám na e-mail: info@dobramesta.cz

Soutěž Tady žiju, aneb POMOZ NAJÍT MÍSTA S DOBROU ADRESOU

Spojovací článkem mezi národní a místní úrovní je soutěž Tady žiju, do které se může zapojit každý. Ať už jste zástupce města, firmy nebo místní komunity, každý může najít místa s dobrou adresou.



Cíl soutěže – no především odměna pro výherce

1) Z nejlepších projektů a námětů od veřejnosti bude připravena česká verze dánské výstavy GOOD CITY. Ta by měla v průběhu roku putovat po Česku a dále rozšiřovat povědomí o možnostech, které města a projektanti mají. Pokud to šlo v sousedním městě, proč by to tedy nemohlo jít v mém?

2) Dodávka lavičky označené logem „Město s dobrou adresou“ do vítězných měst. Ke každé lavičce budou dodány stromy, A proč lavička a stromy? Možná abychom dokázali vysvětlit citát od Václava Cílka:

„Mluvíme-li o moderní společnosti, velmi často slyšíme slova jako odosobnění, samota uprostřed davu, anonymita, odcizení. Řada sociologických studií ukázalo to, co lidé dávno vědí. Člověk má potřebu kontaktu. Tento kontakt může mít úplně redukovanou formu – sedět na lavičce a dívat se kolem sebe, jít si koupit noviny a prohodit pár slov s prodávčem. Kontakt však není jet domů metrem a tlačit se mezi lidmi nebo sedět za volantem a reagovat na provoz. Organizovali jsme moderní prostor tak, abychom se sobě mohli vyhnout, abychom nenaráželi na společný sociální prostor, a teď nám to schází. Výzkumu ukazují, že lavičky, odkud se dá pozorovat víc lidí a událostí, kde je více kontaktu, jsou obsazovány rychleji než lavičky v koutech. Sedět na lavičce a dívat se kolem vypadá jako něco pasivního a skoro nespolečenského, ale po mnoha letech výzkumů víme, že právě to lidi potřebují. Tihneme k vytváření světa sociálních vztahů, ale nejedná se přeci o nějaké velké emoce. Jedná se o to, aby nás poznal číšník v oblíbené restauraci, prodavačka rohlíků a zelinář. Abych rozeznal souseda ze stejné ulice a pozdravil jej.“

3) Výstupem ze soutěže budou reportáže z vybraných účastnických měst na téma „Tipy na výlet“, publikované během roku 2016 na www.ceskojede.cz.

Vítězem soutěže bychom ale měli být všichni. Do našich měst přivezeme argumenty, že to jde i u nás.

Cíl soutěže, tentokrát ve filosofickém rouše

Formou soutěže chceme upozornit na značku Město s dobrou adresu a její hodnoty. Chceme podpořit aktivní způsob života ve městě, kde jsou vytvořeny dobré podmínky pro jízdu na kole, chůzi (procházky), běh, inline. Záměrem je dát ve městech prostor pro volbu, možnost být aktivní a mít kde se ve městech a okolí pohybovat. Nejde jen o volnočasové aktivity, ale o zařazení přirozeného pohybu do běžného života. Koncept „Města s dobrou adresou“ se snaží najít odpověď na to, jak skloubit zájmy bezpečnosti, parkování, tvorby veřejného prostoru s preferencí chůze a jízdy na kole a v neposlední řadě i otázku role veřejné dopravy v dnešní společnosti.

Cílem je upozornit na fakt, že většina cest po městech je do vzdálenosti 5 km, což je ideální vzdálenost pro jízdní kolo, případně v kombinaci s veřejnou a pěší dopravou. Ale k tomu je potřeba vytvářet potřebnou infrastrukturu. Je to spojeno i s chystanými změnami v legislativě, které dostaly označení „cyklobalíček“. Nechceme je totiž spojovat jen s cyklisty, ale s obyvateli našich měst, kteří používají jízdní kolo, ale také chodí pěšky, či jezdí autem.

Pravidla soutěže

V rámci soutěže mohou jednotlivá města připravit svoji prezentaci a nominovat ji na soutěžní finále, které na konferenci Města s dopravou adresou ve dnech 20. - 21.4 2016 v Jihlavě, kde budou soutěžní příspěvky hodnoceny odbornou komisí a veřejností.

Prezentace bude zahrnovat:

- 1) **Upoutávku na hlavní zajímavosti a atraktivitu,**
- 2) **Realizované projekty** v oblasti zklidňování dopravy, revitalizace veřejných prostor stejně jako možností pro volnočasové aktivity a život ve městě a
- 3) **Vytipování míst,** kde by mohla být uplatněna nová opatření, která umožnila [změna silničního zákona 361/2000 Sb.](#)

Téma: Cyklistická zóna



[Téma: Jízda cyklistů po chodníku](#)



Téma: [Ochranné pruhy pro cyklisty: novinka v české legislativě](#)



I veřejnost může vytipovat místa, kde by mohla být uplatněna nová opatření, která umožnila [změna zákona o silničním provozu 361/2000 Sb.](#). Více o změnách v legislativě najdete na tomto [odkaze](#). Zde uvádíme tři příklady, které již v roce 2017 mohou být ve vašem městě. Stačí je jen vybrat.

Zároveň může kdokoli nominovat fotografie, které budou ilustrovat změnu veřejných prostor směrem k lepší mobilitě a k jejich oživení. Vlastní fotografie, tipy na místa i odkazy v mapě, společně vytvoří mapu "míst s dobrou adresou". Veřejnost bude vyzvána, aby pomáhala hledat místa, která prodělala v minulosti změnu k lepšímu. Příspěvky mohou být zasílány na info@dobramesta.cz. Je možné posílat fotky či tipy na místa, které lidé sami nafotí, nebo najdou v [Google Street View](#). Ukázky fotografií:

- Zatím největší galerii dobrých příkladů PŘED - PO má Nadace Partnerství díky své soutěži [Cesty měst](#). Ukázky najdete na www.dobramesta.cz.
- Ukázky z prezentací měst na webu dobramesta.cz.

Jedná se přesně o opak soutěže / kampaně, kterou vyhlásil webový portál idnes.cz dne 25.1.2016

„Pošlete na e-mail: bydleni@idnes.cz otřesné příklady zanedbaných částí měst a vesnic. Vše vyfotíte a popíšete lokalitu, okolí a případně i důvod problému“

Zdroj: http://bydleni.idnes.cz/uklid-ulic-csz-/dum_osobnosti.aspx?c=A160114_141518_dum_osobnosti_web

Termíny:

- Od 8.2. otevřena soutěž pro veřejnost pro zasílání fotografií na nominaci
- Do 21.3. budou zaslány soutěžní prezentace ze strany samosprávy
- Dne 22.3. budou vyvěšeny na www.dobramesta.cz a začne hlasování veřejnosti
- Dne 13.4. proběhne odbornou komisí nominace 16 prezentací měst, které budou prezentovány na konferenci v Jihlavě
- 20.4. prezentace soutěžních prezentací a vyhlášení výsledků – cena odborné poroty, cena účastníků konference, cena veřejnosti
- 21.4. tisková konference v Praze (14:00)

2. MĚSTA S DOBROU ADRESOU & AKADEMIE MĚSTSKÉ MOBILITY

Aby byla nastartována změna, tak ruku v ruce s marketingovými nástroji (viz bod 1) byla spuštěna i první verze české [akademii městské mobility](#), která byla sestavena odborným týmem Centra dopravního výzkumu, v.v.i. ve spolupráci s řadou organizací, kteří jsou členy, či partnery Asociace měst pro cyklisty.

Pokud se řekne dnes městská mobilita, pak je často spojována s termínem aktivní mobilita, čistá mobilita, s alternativními pohony (vodíkem / elektromobilitou / CNG / LNG / LPG), s Místní agendou 21, se Smart Cities a v neposlední řadě s Plánem udržitelné mobility (SUMP). Informace jsou ale často roztříštěné a občas se zdá, že jednotlivé „značky“ jdou proti sobě, či ve prospěch ekonomického růstu „zajímavé“ strany. Značka Město s dobrou adresou přichází pak s jednoduchou myšlenkou. Všechny aktivity jsou potřebné, ale možná se v nich ztratil člověk. Akademii městské mobility je tak třeba rozumět především jako hodnotovému systému, kterému jsou všechny ostatní témata podřízena. Na prvním místě musí být člověk, pak technologie. Ostatně i toto je součástí strategie značky Smart Cities, jen v českých podmínkách se na tuto skutečnost zapomíná. Proto je třeba i zde si připomenout **hodnoty**, na kterých stojí značka Město s dobrou adresou a její Akademie městské mobility.

Základní hodnoty jsou:

1. **(Podpora) Každodenní život.** Dobré město nabízí dostatek prostoru pro zdravý, aktivní a společenský život v ulicích i dalších veřejných lokalitách.
2. **Setkávání.** Setkávání, interakce a komunikace jsou nesmírně důležitými aspekty života a dobré město má být ideálním místem právě pro náhodná setkání s přáteli, známými i neznámými lidmi. Jedná se prostor, kde můžeme pozorovat, jak žijeme a jakými principy se řídíme.
3. **(Důraz na) Bezpečnost.** Lidé z města, kteří chodí pěšky a jezdí na kole, v něm vytvářejí pocit bezpečí. Vyjdeme-li z domu ven, všude kolem uvidíme lidské tváře.
4. **Městský prostor.** Dobré město je místem pro relaxaci a estetické zážitky, a to nejen pro zdejší obyvatele, ale i pro ty, kdo městem pouze procházejí nebo projíždějí.
5. **Zdravé město.** Dobré město je městem zdravým, bez větších problémů s dopravními zácpami, hlukem, znečištěním a dalšími zdravotními riziky.
6. **Vysoká dostupnost.** V dobrém městě vždy existuje dopravní prostředek, jímž se snadno a včas dostanete z bodu A do bodu B. Koncepce dobrého města vyhovuje rozmanitým způsobům dopravy.
7. **Trvale udržitelná infrastruktura.** V dobrém městě je infrastruktura prioritou, díky čemuž se naprostá většina osob dokáže po městě efektivně přepravovat, aniž by přitom trpěla kvalitou městského prostoru, obecná dostupnost či kvalita života.

Akademie městské mobility je prezentována na **webu** www.cyklokonferemce.cz

A proč tento název?

Web byl vytvořen v roce 2009 s cílem šířit informace o cyklistické dopravě. Od té doby se hodně změnilo. Není možné izolovaně myslet na cyklistickou dopravu, ale pouze v kontextu plánů udržitelné městské mobility. Jenže cyklistická doprava i v roce 2016 zůstává popelkou. Proto web nemění svůj název, aby všichni klíčoví hráči si stále připomínali, že cyklistická doprava je přirozenou součástí dopravy ve městech. Je stále mnoho odborníků a politiků, co si to nemyslí.

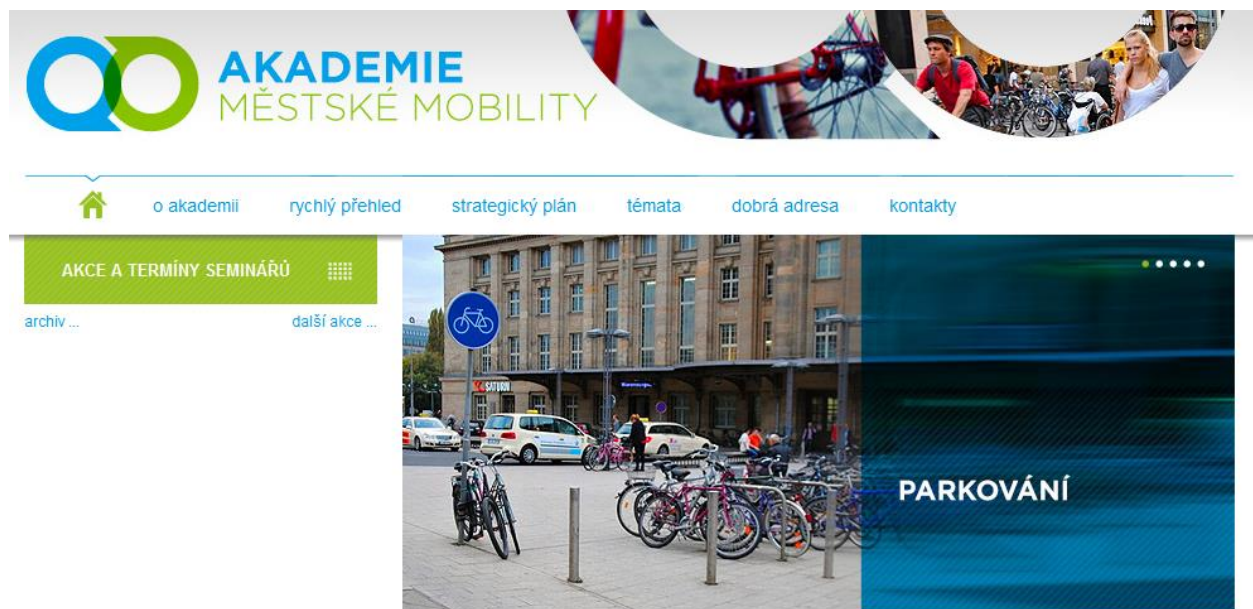
Ostatně tento problém se netýká jen Česka. Např. polský ministr zahraničí Witold Waszczykowski pro německý tisk řekl dne 4.1.2016: *"Chceme pouze uzdravit naši zemi z některých chorob. Bývalá vláda nám vnucovala levicovou koncepci, jako by se svět v souladu s marxistickou koncepcí měl vyvíjet jen jedním směrem, a to v mísení kultur a ras, ve světě cyklistů a vegetariánů, který stojí jen na obnovitelných zdrojích energie a bojuje proti všem*

formám náboženství. To nemá nic společného s tradičními polskými hodnotami." Zdroj: <http://www.blisty.cz>

MOTTO:

„Nikdo nevěděl, že to, jak stavíme města, ovlivňuje životní styl a životy lidí“.

[Jan Gehl](#), dánský architekt, ve filmu Lidský rozměr.



Akademie městské mobility

Vítejte na portálu **Akademie městské mobility**, který rozvádí myšlenky webu [Dobrá města](#).

Jste primátor, starosta nebo máte na starosti dopravní problematiku města a přemýšlíte, jak může vypadat Vaše město či obec v budoucnu? Jste student, který hledá otázky k plánům udržitelné městské mobility?

Jako příklad je uvedena sada otázek, která stručně představuje filosofii celé akademie.

1. Je do procesu SUMP zahrnuta mezioborovost?

Aby byly SUMPy úspěšné, musí zahrnovat nejen otázky mobility a dopravní infrastruktury, ale musí se zohledňovat také širší [společenské](#), [environmentální](#) a [ekonomické](#) aspekty a mít opravdu [silný participativní charakter](#) za spoluúčasti nejrozličnějších partnerů, místních obyvatel a významných zájmových skupin. O tom sice teorie hovoří, ale reálně se stávající plány nadále zabývají primárně otázkami dopravní infrastruktury. A pak se je možno podívat na mezioborovost úplně jinými očima, třeba díky [TED-x konferenci \(27.9.2015\)](#),

2. Jak silná je politická vůle ke změnám?

Hnacím motorem úspěšného SUMP je politická vůle příslušných rozhodovacích orgánů. Praxe ukazuje, že ve městech je pouze minimum politiků, kteří stojí za změnami a vidí budoucnost dále než pouze své volební období, a nemají sílu a dostatek argumentů, aby dokázali o potřebnosti změn přesvědčit své kolegy v radě a v zastupitelstvu. Většina z nás ví, že auto potřebujeme k našemu životu, ale na druhé straně víme, že je jich někdy přespříliš...I proto vznikla značka [Město s dobrou adresou](#). Záleží jen příslušných rozhodovacích orgánů, zda se k ní připojí, nebo ne.



Žijeme v místě s „dobrou adresou“? A co se vlastně pod názvem „dobrá adresa“ skrývá?

3. Je stanovena ambiciózní vize pro budoucí udržitelnou mobilitu?

V Česku se zatím města bojí stanovit vizi, která by hovořila o konkrétním snížení automobilové dopravy. Vize se může stát efektivním marketingovým nástrojem pro inovativní opatření v oblasti dopravy a mobility. Je-li vize správně formulovaná, může mít pozitivní vliv na ekonomický růst a zaměstnanost. Také může městům pomoci k dosažení vytčených konkrétních cílů. VIZE ale musí být spojena s konkrétním závazkem. Vzorem nám může být Vídeň (cíl snížení IAD byl stanoven na 15% do roku 2050), Curych, či Lipsko. Vizi si sice každé město musí stanovit samo, ale doporučuje se přijít s návrhem, aby celkový podíl udržitelné dopravy na dělbě přepravní práce dosáhl výše 75%, kde udržitelnou dopravou rozumíme pěší, cyklistickou a veřejnou hromadnou dopravu. Někde je dominantní veřejná doprava, jinde cyklistická, či pěší. V tomto případě je VIZE především o postoji a o principu myšlení, která má městům pomoci pochopit nasměrování. Jak může vypadat vize v obecné rovině je možno najít [na tomto odkaze](#).

4. Nakolik se podařilo zapojit zainteresované subjekty a veřejnost?

[Participace znamená](#), že od samotného začátku navrhování bude veřejnost přizvána k aktivní účasti stanovení cílů. Participační strategie musí být založena na snaze otevřít strategické plánování veřejnosti a dalším aktérům ve městě. Pokud se má veřejnost angažovat, potřebuje mít k dispozici relevantní informace a [je třeba ji seznamovat průběžně s moderními principy plánování](#) a tím předcházet budoucím problémům.

5. Považujete SUMP za strategický dokument?

Je třeba si připomenout, že SUMP je [STRATEGICKÝ PLÁN](#), který je realizován podle fází korespondující s tvorbou strategického dokumentu. Dosavadní zkušenosti SUMPu v českých městech ukazují, že je realizován spíše generel dopravy, územně plánovací podklad, s prvky strategického plánu, V SUMPu má ovšem dominovat strategický plán určující směr, finance, zodpovědnost, apod. Prvky z „generelu“ předkládají možná technická řešení, či opatření, které se mohou realizovat. Máme jednu normu, jeden zákon, ale návrhy by vždy měly být v souladu se strategickým plánem, který určuje směr.

6. Zaměřil se SUMP na analýzu stávajícího územního plánu?

Je známo, že územní plán výrazným způsobem ovlivňuje mobilitu občanů. Analýza v SUMPu však [návaznost na územní plán](#), či na územní politiku ve vztahu k dopravním řešením, např. k veřejné dopravě v území, řeší jen povrchně. V Německu je rozvíjen koncept „města krátkých vzdáleností“, který je založen na principu, že územní, ale i dopravní plánování vede k menším nárokům aglomerace na dopravu.

7. Vede dopravní plánování ke snížení nároků na dopravní systém?

Hlavním principem je opět rozvíjení konceptu „[města krátkých vzdáleností](#)“, kdy plánování vychází z „paralelního modelu“, který je založen na tom, že každý druh dopravy je přínosný. Usiluje o vytvoření rovnovážného dopravního systému. V dopravním plánování tedy nemá být kladen důraz na zvyšování mobility založené na automobilové dopravě, ale zejména na lepší dosažitelnost cílů cest všemi mody dopravy, které jsou vzájemně propojené.

8. Preferuje SUMP „bezpečnost a plynulost“ IAD, nebo bezpečnost chodců a cyklistů?

[Bezpečnost silničního provozu](#) je obecně postavena na třech pilířích – lidský činitel, vozidlo, infrastruktura, což i v SUMP zůstává. Nicméně bezpečnost musí být v kontextu SUMP řešena i z pohledu řešení mobility. Je třeba spojit zvyšování bezpečnosti s možnými změnami v celkově dělbě přepravní práce, které chceme ovlivnit právě SUMP.

9. Nakolik analýza pomáhá pomocí souboru dat a informací vysvětlit principy SUMP?

Například [průzkum dopravního chování](#) může mít velkou vypovídající schopnost. Vždyť právě dělba přepravní práce by měla být jedním z klíčů pochopení dosažení cílů SUMP. Pokud chceme naplnit cíl a měnit dopravní chování, pak musíme nejprve porozumět číslům, která jsou spojená s dělbou přepravní práce. Při výstupech je třeba se vyvarovat obecnému zprůměrování dat o dělbě přepravní práce. Je třeba ji rozdělit dle vzdálenosti, do 3, 5, 10 a nad 10 km, přičemž vzdálenost do 5 km je považována za ideální, kterou lze pokrýt pěší, cyklistickou, případně i veřejnou dopravou. Data z průzkumu mohou pak ukázat překvapující fakt, že pro místní obyvatele je neatraktivní jízda IAD na krátké vzdálenosti.

10. Používají se data z analýzy, pokud se prokáže, že IAD ovlivňuje životní prostředí ve městě? Hovoří se o problémech spojených s nedostatkem pohybu?

Není dobré strašit, ale pro zdůvodnění změn je vždy dobré použít informace o imisní zatížení města [škodlivinami emitovanými dopravou](#) (NO₂, PM₁₀, benzen, benzo (a) pyren, NO_x, CO₂, CO). A nejenom to. Dále je třeba do Komunikační strategie zařadit i informace, že podpora cyklistické a pěší dopravy by neměla být spojována jen s otázkou dopravy, ale především aktivní mobility. Důvodem je jednoznačně prokázaná role pohybové aktivity v prevenci a léčbě řady chronických neinfekčních onemocnění a to jak u dospělých, tak dětí.

11. Vyvarovala se analýza u parkovací politiky v centru standardních chyb?

Často je kladen velký důraz na [parkování vozidel](#) s cílem navýšit počet parkovacích míst, což je v rozporu s obecnými cíli SUMP. V dotazníkovém šetření je nutné vyhnout se otázce: „chybí vám parkování v centru města?“. V takovém případě je velmi pravděpodobné, že většina odpoví, že ANO. Je třeba důsledně rozlišovat parkování v centru mezi parkováním rezidentů a krátkodobým a dlouhodobým parkováním lidí nežijících v dané oblasti. Následná opatření by měla být zaměřena právě na dlouhodobé parkování

12. Modelují se a navrhují se scénáře se správnými vstupními údaji?

Víme, že toto řešení pomáhá získávat data týkající se oblasti mobility a poskytuje nástroje pro vizualizaci scénářů a možností plánování. Scénář vypracovaný pro plánovací strategii podporuje participativní charakter rozhodovacích procesů. Problém nastává v té chvíli, že se většinou počítá s růstem IAD na základě odhadů, či předpokladů ŘSD, pro které jsou zprávy o podpoře udržitelných forem dopravy ve městech zatím cizí. Co když ale mladá generace již přestává být závislá na automobilech, což by odpovídalo trendu ze sousedního Německa. Kdo tedy určil, že stupeň automobilizace bude stále růst?

13. Navrhují se ambiciózní opatření?

Jak bylo napsáno v bodě 3. SUMP je strategický plán, který určuje směr, či postoj, který vede ke stanovení nových, ambiciózních cílů směřujících k udržitelné mobilitě.. SUMP tak v návrhové části určuje konkrétní cíle a opatření, které jsou realistické s ohledem na současnou situaci ve městě a jejím okolí. Návrhová část obsahuje řadu opatření, ale veřejnost bude vždy vnímat ta opatření, která jsou vidět - 1. [Veřejná doprava](#), 2. Nové stavby pro automobilovou dopravu, 3. [Revitalizace veřejného, či uličního prostoru](#), 4. [Zklidňování dopravy](#), 5. [Parkovací politika](#), 6. [Pěší a cyklistická doprava](#). Mnohá opatření mohou být navrhována nejen podle zahraničních, ale již i tuzemských zkušeností, které se již osvědčila. Další otázkou je, nakolik se využívají moderní informační technologie a principy [Smart Cities](#).

14. Využívá akční plán výběr opatření/balíčku opatření?

Je pravda, že akční plán musí vycházet z finančních možností města dle rozpočtových kapitol a externích zdrojů. [Peníze](#) by měly směřovat na vybudování efektivní infrastruktury, v jejímž rámci se bude přepravovat co největší počet osob, za co [nejnižší možné náklady](#).. Při tvorbě akčního plánu se tak může stát, že i když např. celý dokument hovoří o významu „integračních opatření“ (např. [realizace „levných“ cyklistických pruhů](#)), tak veřejnost a politici si vyberou dražší variantu segregovaných cyklostezek. Důvodem výběru není rozpor s normou, ale domněnka, že cyklistické pruhy jsou nebezpečné a na komunikaci je nutné zajistit především parkování. nejde. Ale co když je balíčkem opatření myšleno také to, že město a kraj (ŘSD) postupuje jednotně [při zpracování či realizaci projektové dokumentace](#)? Nebo když se budují nová parkovací místa pro auta, pak se může uvolnit prostor na ulicích pro cyklistické pruhy. Děje se to v praxi - ano, víme o jednom českém městě...

15. Je zaveden systém auditu a management kvality v SUMP?

Doposud je SUMP vnímám jako dokument, který realizuje vybraná firma a svým způsobem je pak sama kontrolována a možná i směřována někam, kam sama nechce. Proto je dobré, aby samotný SUMP prošel auditem, který by poskytl náhled na současnou strategii městské dopravy a její realizaci. Díky auditu by bylo možné zkvalitnit současnou plánovací a realizační procesy i vybraná opatření v oblasti městské mobility. Jedná se de facto o hodnocení strategických plánů a stávajících dopravních politik. Města mají k dispozici dvě možnosti hodnocení a to prostřednictvím [Místní agendy 21 nebo projektu QUEST, či BYPAD](#).

16. Pamatuje se na monitoring a evaluace SUMP?

SUMP je proces. To, že byl ve městě dokončen SUMP je prvním krokem na dlouhé cestě ke změně. Nezbytným krokem je využití celé řady [evaluačních metod](#), např. hodnocení dopadu a procesu, které umožňuje kvantifikovat cíle. Měření dosaženého pokroku pomůže pozvednout plán na ještě vyšší úroveň.

17. Je vedena cílená kampaň na podporu udržitelné mobility?

Proč vlastně vést [kampaň](#) za udržitelnou mobilitu? Pouhé dopravní plánování nemůže vyvolat změny v dopravním chování obyvatelstva. Změny v infrastruktuře je nutné doplnit o strategie, jejichž cílem je přesvědčit lidi, že změnit jejich návyky je dobré pro všechny. Můžeme si vybrat z celé škály možností.

A jaká témata se zde dají také najít?

- [Finance, přínosy, plánování](#)
- [Lidé, rozpočet, legislativa](#)
- [Analýzy, data, modelování](#)
- [Bezpečnost](#)
- [Design ulice](#)
- [Smart City a inteligentní řízení dopravy](#)
- [Management parkování](#)
- [Veřejná doprava a intermodalita](#)
- [Cyklistická infrastruktura](#)
- [Pěší doprava](#)
- [Čistá vozidla, elektromobilita a paliva](#)
- [Logistika a přeprava zboží](#)
- [Řízení poptávky po dopravě](#)
- [Marketing, měkká opatření](#)