



Strategii pentru transportul public în orașe

Orașele europene se confruntă cu provocări majore legate de tensiunile sociale, creșterea competitivității pe o piață globalizată, lipsurile energetice și amenințările legate de mediu cum ar fi schimbările climatice. Iar în prezent, se confruntă și cu agravarea crizei financiare și economice.

Îmbunătățirea sistemului de transport public, poate să ajute orașele să facă față noilor provocări, îmbunătățind mobilitatea indivizilor și creând avantaje sociale și de mediu ce pot îmbogăți comunitățile în ansamblul lor.

SPUTNIC (Strategii pentru transportul public în orașe)

Această inițiativă este un proiect cu o durată de trei ani finanțat de Comisia Europeană în cadrul celui de-al 6-lea Program Cadru. Prin această inițiativă au fost analizate provocările și bunele practici din cadrul sistemelor de transport public locale și regionale din țările cu economii în tranziție, în special din Europa Centrală și de Est. Aceste provocări includ apariția unui mediu concurențial, cadre instituționale în schimbare, resurse financiare din ce în ce mai reduse, nevoia unei abordări bazate mai mult pe antreprenoriat și orientare spre clienți, o imagine în general precară a transportului public, precum și material rulant și infrastructură în curs de deteriorare.

Metodologie

Proiectul a fost împărțit în patru domenii prioritare: management corporatist, relații cu clienții, organizarea pieței, respectiv echipament și aspecte operaționale. Activitatea a avut la bază cunoștințele și experiența practică a 100 de profesioniști din domeniul transportului public.

Ce oferă SPUTNIC

Rezultatele SPUTNIC cuprind o analiză modernă; identificarea celor mai mari provocări din sectorul transportului public; recomandări și bune practici; și recomandări legate de politică și cercetare.

De asemenea, s-au creat o serie de instrucțiuni pentru activitatea zilnică și instrumente specifice utile.



Managementul corporatist

Managerii din sectorul transportului public din Europa Centrală și de Est se confruntă permanent cu o cerere din ce în ce mai mare de îmbunătățire a performanței organizațiilor, unităților și departamentelor pe care le conduc, prin măsuri care să reducă costurile și să sporească eficiența. Aceasta înseamnă adoptarea unor metode și tehnici de management noi.

În calitate de lideri, managerii trebuie să asigure permanent o mai bună armonizare între misiunea, viziunea, strategia și structura organizațiilor lor. Pentru aceasta este nevoie și de un management al tuturor actorilor implicați și crearea de noi parteneriate. Prin urmare, este nevoie de un management mai modern al resurselor umane, cu accent crescut pe atragerea talentelor, instruire și dezvoltare a managerilor de nivel mediu. Trebuie introduse metode de învățare inovatoare și mai flexibile, inclusiv învățare pe internet pentru întregul personal.

Grupul Sputnik pentru management de afaceri a analizat un mare număr de practici manageriale în domeniile strategiei și performanței în afaceri, restructurarea organizațională și managementul resurselor umane. Grupul a elaborat următoarele recomandări principale legate de politică:

- Obținerea unei mai bune armonizări între misiune, viziune, strategie și structură organizațională.
- Îmbunătățirea performanței afacerilor prin utilizarea unor indicatori de performanță.
- O mai bună utilizare a tehnicilor moderne de management, despre care s-a dovedit că adaugă valoare în sectorul privat.
- Crearea unui management și a unei culturi a serviciilor cu un management al resurselor umane bazat pe competențe.

Între 2002 și 2008, **Transportul Public din Praga (DPP)** din Republica Cehă a trecut printr-un proces reușit de transformare strategică a structurii sale instituționale, financiare și organizaționale. S-a redus numărul de angajați, și s-au făcut îmbunătățiri la nivelul serviciilor pentru clienți și al managementului calității. Astfel, DPP a devenit mai competitiv pe o piață liberă și a ajutat la o mai bună utilizare a resurselor întreprinderii.

În ultimii câțiva ani, **Metroul din Varșovia** a investit în mod strategic în instruirea și dezvoltarea resurselor sale umane de la diferite niveluri ale organizației. Ca partener strategic, resursele umane joacă un rol vital în definirea direcției organizației prin identificarea și recrutarea persoanelor necesare și prin evaluarea practicilor și sistemelor de lucru. Resursele umane au un impact asupra îmbunătățirii serviciilor și satisfacției clienților, cresc valorile morale și scad rata fluctuației și absenteismul.



Relațiile cu clienții

În ultimele decenii, transportul public a devenit din ce în ce mai orientat spre clienți. Pentru a continua această tendință pozitivă, operatorii din transportul public și autoritățile trebuie să mai întreprindă câteva etape. În special în Europa Centrală și de Est, unde marketingul și managementul relațiilor cu clienții sunt încă relativ noi, există încă mult loc de mai bine, deși același lucru se poate spune și despre multe societăți de transport public din Europa de nord, de vest și de sud.

Grupul pentru relațiile cu clienții a reunit experți din întreaga Europă pentru a dezbate situații din diferite țări, pentru a identifica provocări cheie în domeniul relațiilor cu clienții, pentru a formula recomandări și strategii, și pentru a identifica aspecte de îmbunătățit.

Ca rezultat principal, SPUTNIC a identificat următoarele politici necesare în vederea:

- stopării scăderii (pe mai departe) a repartiției modale a transportului public sau a creșterii acesteia (din punct de vedere al cercetării de piață și al analizei pieței).
- creării unei abordări complete a marketingului.
- creării unei realități a clienților similară cu așteptările lor.
- îmbunătățirii imaginii transportului public în ochii factorilor de decizie și ai publicului.

În ultimii trei ani **orașul Tallinn (Estonia)** a desfășurat o campanie completă de marketing și sensibilizare a publicului, având ca țintă atât factorii de decizie, cât și publicul larg, menită să promoveze mijloace de transport nedăunătoare mediului (mersul pe jos, mersul pe bicicletă și transportul public). O parte dintre măsuri au fost puse în aplicare în cadrul proiectului CIVITAS Smile și/sau au fost finanțate de Uniunea Europeană. Acest proiect foarte reușit a contribuit în mod semnificativ la stoparea scăderii continue a repartiției modale a transportului public. De asemenea, acesta a ajutat la depășirea unor prejudecăți negative ale publicului despre transportul public.



**You spend less
using a bus!**

*An average cost of a ticket in public transportation is
3 times lower than the price of the gas consumed by car*.*

*The price of the car is not taken into account.

The data is based in information provided by Tallinn Transport Department.
For more details see www.tallinn.ee/smile



TMB este principalul operator de transport public din Barcelona (Spania), și are un istoric lung de furnizare a unor servicii de calitate ridicată. Cu toate acestea, operatorul este foarte conștient de faptul că acest lucru nu este suficient într-o perioadă de creștere a concurenței și de scădere a numărului de utilizatori atrași.

În ultimii ani, TMB a desfășurat o campanie de imagine și marketing foarte reușită în jurul unui nou logo al societății. Campania asociază utilizarea transportului public cu valori emoționale importante. Aceasta a îmbunătățit imaginea transportului public în general și a societății în special. De asemenea, aceasta a crescut satisfacția clienților, și i-a făcut atât pe cetățeni, cât și pe vizitatorii Barcelonei să fie mândri să utilizeze transportul public.

Echipament și aspecte operaționale

Experiențele comune împărtășite în cadrul întâlnirilor plenare și între experți au demonstrat importanța furnizării serviciilor de transport public în ciuda crizei economice și a finanțării reduse. Încă înainte de demararea proiectului, era evident că fondurile pentru materialul rulant și pentru infrastructură sunt insuficiente pentru a obține un rezultat satisfăcător privind repartiția modală și dezvoltarea traficului. Aceasta a fost și rămâne situația în special în orașele care înregistrează o dezvoltare economică și demografică rapidă.

Proiectul SPUTNIC oferă îndrumare în domeniul investițiilor în materialul rulant, infrastructură și echipament în vederea creșterii atractivității și eficienței transportului public, chiar și în condițiile unui buget restrâns. SPUTNIC a identificat strategiile necesare pentru:

- modernizarea infrastructurii;
- modernizarea parcurilor auto;
- optimizarea proceselor și atelierelor de întreținere;
- reducerea timpilor de călătorie și
- creșterea confortului de călătorie.

După reunificarea Germaniei, societățile de transport au încercat să ofere servicii mai atractive. Între timp, orașele au încercat să diminueze creșterea semnificativă a volumului traficului privat în același timp cu găsirea de soluții care să permită persoanelor cu dizabilități să folosească în mod independent transportul public. Astfel s-a ajuns la ideea că este necesară o nouă concepție privind **proiectarea stațiilor**. Noul concept al stațiilor din Leipzig trebuia să fie compatibil cu utilizarea în același timp a vehiculelor actuale cu o lățime de 2,20 m și a celor viitoare, lărgite până la 2,40 m. Stațiile fiind foarte compacte, ele pot reprezenta și o soluție pentru zonele cu spațiu restrâns și pot fi o opțiune pentru alți prestatori de servicii de transport care se confruntă cu aceeași problemă. În prezent, înălțimea platformelor și distanța până la vehicul sunt în conformitate cu standardele europene.



Modernizarea parcurilor de autovehicule este un aspect esențial în Europa Centrală și de Est. În Europa celor 15, există aproximativ 11.600 tramvaie și vehicule ușoare pe șine, iar cele 10 noi state membre ale UE încă 8.800 astfel de vehicule sunt folosite în cadrul a 140 de sisteme.

Procentul de material rulant nou achiziționat este destul de scăzut. În timp ce în Europa celor 15 aproximativ 33% din parcul de autovehicule a fost construit după 1990, procentul acestora este de doar 6% în cazul parcurilor de autovehicule din noile state membre. De aici rezultă nevoia de înnoire a flotelor auto. Se pune problema achiziționării de vehicule noi sau alegerea altor opțiuni, cum ar fi revizia generală și modernizarea materialului rulant existent sau achiziționarea de vehicule la mâna a doua. În ultimii 15 ani, s-a recurs cel mai des la această ultimă opțiune.



Organizarea pieței

Dacă actorii de pe piața transportului public urban din Europa — autorități, operatori și intermediari — doresc să acționeze împreună în favoarea consumatorilor, este nevoie de o organizare solidă a pieței. Această situație este valabilă, în special, în Europa Centrală și de Est, unde retragerea guvernului central din domeniul transportului public local a lăsat un gol financiar și organizațional, și unde își găsesc foarte încet locul noi actori regionali și locali.

Elementul de bază pentru o organizare reală și eficientă a pieței este o politică bine definită care să acționeze la un nivel strategic. Într-un astfel de context, organizarea pieței definește modul în care obiectivele pot fi atinse în mod real și eficient.

SPUTNIC a identificat strategiile necesare în vederea:

- stabilirii unor condiții cadru solide și stabile;
- unui mai bun echilibru financiar și de finanțare în transportul public; și
- creării unor oportunități de transport public multi-modal fără întreruperi.

Orașul Brno (Republica Cehă) și împrejurimile acestuia au început să integreze sistemul public local în 2002 prin introducerea unei noi organizări a pieței. Pe lângă reorganizarea rețelei, coordonarea orarelor și crearea unor servicii comune de marketing și cu clienții, s-a implementat un nou sistem de tarife. Ultima etapă a fost și cea mai importantă dintre aceste îmbunătățiri aduse. Acest proiect reușit a dus la creșterea eficienței și atractivității transportului public și este extins în permanență.



Västtrafik, autoritatea pentru transportul public a orașului Göteborg și a regiunii Suedia de Vest, a conceput contracte de servicii publice prin care operatorii de transport public primesc o parte din compensație sub formă de taxă fixă și o altă parte în funcție de numărul de pasageri transportați. Un sistem bonus-malus care depinde de nivelul de performanță, oferă operatorilor un stimul pentru creșterea calității și a nivelului de satisfacere a clienților.

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI ÎN TRANSPORTUL PUBLIC (WWW.SPUTNICPROJECT.EU — VEZI SECȚIUNEA PROIECTE)

Managementul corporatist

- Utilizarea indicatorilor de performanță cheie ca instrument de management (Atena, Grecia)
- Restructurarea societății de transport public din Brno (Brno, Republica Cehă)
- Inovații telematice pentru transportul public (Ploiești, România)
- Proiect de transformare a tranzitului public în Praga – DPP (Praga, Republica Cehă)
- Restructurare și transformare la AG Salzburg (Austria)

Organizarea pieței

- Contracte de stimulare a transportului public Autoritatea Västtrafik (Suedia de Vest)
- Schema de finanțare a transportului public inovator (Districtul Upper Engadine, Elveția)
- Înnoirea materialului rulant printr-un credit de la Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare – BERD (Sofia, Bulgaria)
- Distribuirea venitului în uniunile tarifare elvețiene (Elveția)
- Finanțarea unui metrou prin amenajarea teritoriului (Ørestad, Copenhaga, Danemarca)
- Crearea unei uniuni tarifare cu abonamente sezoniere și tranziția spre o uniune tarifară integrată (Ostwind, Elveția)
- Transport public integrat în regiunea Moravia de Sud și în orașul Brno (Republica Cehă)
- Sondaj privind satisfacția clienților în cadrul ZVV pentru creșterea calității și ca bază pentru plata de bonusuri (Cantonul Zurich, Elveția)
- Comercializarea și interschimbabilitatea biletelor: Combinarea vânzării biletelor de tren cu alte vânzări (Gillingham, Regatul Unit)
- Contracte de servicii publice în transport (Gdynia, Polonia)
- Model organizațional al Verkehrsverbund Oberelbe (Dresda, Germania)
- Integrarea rețelei, a calendarului și a tarifelor în Verkehrsverbund Oberelbe (Dresda, Germania)

- Legislația privind transportul public (Elveția)
- Cadru și cooperare instituțională – Net Cost Contract Trial (Blekinge, Suedia)

Relațiile cu clienții

- Marketing al mobilității durabile (Cracovia, Polonia)
- Analiză SWOT (Vilnius, Lituania)
- Anuar statistic privind transportul public românesc (România)
- URTP – Uniunea Română de Transport Public (România)
- Campanie de promovare și marketing a transportului public (Tallinn, Estonia)
- Servicii de calitate superioară în transportul cu autobusul – Autobuse din Reading (Reading, Regatul Unit)
- Informații pentru persoane cu deficiențe de mobilitate – Website (Praga, Republica Cehă)
- Coridor pentru autobuse de calitate – Starship (Burnley și Pendle, Regatul Unit)

Echipament și aspecte operaționale

- Tramvaiul LeoLiner (Leipzig, Germania)
- Servicii de calitate în transportul cu autobusul: Rețeaua Quality Bus (Dublin, Irlanda)
- Informații dinamice pentru pasagerii cu deficiențe de vedere (Praga, Republica Cehă)
- Servicii de calitate în transportul cu autobusul: rețeaua de autobuse din Nantes (Franța)
- Tele-bus: Serviciu de transport receptiv la solicitări (Cracovia, Polonia)
- Sistem de gestionare a parcului auto prin GPS (Sofia, Bulgaria)
- Introducerea autobuselor pe gaz comprimat (CNG) (Cracovia, Polonia)
- Sistem dinamic de informare a pasagerilor (Leipzig, Germania)
- Proiectarea stațiilor de autobus și tramvai cu acces la nivel (Leipzig, Germania)



PARTENERI SPUTNIC: UITP – UNION INTERNATIONALE DES TRANSPORTS PUBLICS (BE) ● REC – REGIONAL ENVIRONMENTAL CENTER FOR CENTRAL AND EASTERN EUROPE (HU) ● RAPP TRANS AG (CH) ● SOCIALDATA – INSTITUT FÜR VERKEHRS- UND INFRASTRUKTURFORSCHUNG GMBH (DE) ● BROUWER CONSULT INTERNATIONAL (NL) ● TÜV RHEINLAND CONSULTING (DE) ● TÜV RHEINLAND INTERTRAFFIC (DE) ● VTI – SWEDISH NATIONAL ROAD & TRANSPORT RESEARCH INSTITUTE (SE) ● VVO – VERKEHRSVERBUND OBERELBE GMBH (DE) ● TMB – TRANSPORTS METROPOLITANS DE BARCELONA (ES) ● WIENER LINIEN GMBH & CO. KG (AT) ● S2R CONSULTING GMBH (DE) ● TRANSMART CONSULTING SA (GR) ● CERTU – CENTRE D'ÉTUDES SUR LES RÉSEAUX, LES TRANSPORTS, L'URBANISME ET LES CONSTRUCTIONS PUBLIQUES (FR) ● MPK – MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO KOMUNIKACYJNE SA (PL) ● IFTEC – IFTEC GMBH & CO. KG (DE)

PENTRU INFORMAȚII SUPLIMENTARE VIZITAȚI: WWW.SPUTNICPROJECT.EU

MOBI+: <http://www.uitp.org/knowledge/information-centre.cfm?id=2>



Sputnic este un
proiect sprijinit de
Uniunea Europeană



SIXTH FRAMEWORK PROGRAMME