

# KAMPANĚ K UDRŽITELNÉ MOBILITĚ

dopady opatření na:



kongesce



emise



hluk



záběr prostoru  
ve městě

## Popis opatření:

Cílem kampaní k udržitelné mobilitě je zajímavou a zábavnou formou přiblížit široké veřejnosti výhody udržitelné dopravy a motivovat k jejímu většímu využití. Kampaně tedy přispívají ke změně dopravního chování lidí, motivují je cestovat více pěšky, na kole či veřejnou dopravou, využít sdílené formy dopravy (sdílení jízdních kol nebo automobilů, spolujízda) a naopak omezit cesty osobním automobilem tam, kde existuje jiná alternativa. Smyslem změny dopravního chování lidí je snížit emise skleníkových plynů, zvýšit bezpečnost dopravy ve městech (zejména bezpečnost zranitelných účastníků dopravy – chodců, cyklistů, dětí, seniorů apod.) a přispět k tvorbě příjemnějšího prostředí pro život ve městech a obcích. Níže jsou uvedeny nejrozšířenější kampaně, do kterých se zapojuje řada měst a obcí v České republice:

**Evropský týden mobility (dále ETM)** – je nejrozsáhlejší kampaní k podpoře udržitelné mobility, která se koná každoročně již od roku 2002 v termínu od 16. do 22. září<sup>1</sup>. Národním koordinátorem ETM v České republice je Ministerstvo životního prostředí. Samosprávy měst a obcí v rámci ETM organizují přednášky, semináře, bezpečnostní akce či vzdělávací výlety. V roce 2020 se do ETM zapojilo 28 českých měst (např. Brno, Hradec Králové, Jihlava, Olomouc aj.)<sup>2</sup>. V rámci zemí EU bylo ve stejném roce do kampaně zaregistrováno 2 945 evropských měst<sup>3</sup>.

**Den bez aut** – slaví se každoročně dne 22. září, a to buď samostatně, nebo v rámci ETM. Podobně jako ETM je cílem této osvětové akce poukázat na šetrnější způsoby dopravy a motivovat veřejnost cestovat častěji pěšky, na kole či veřejnou dopravou místo osobním automobilem.

**Zažít město jinak** – jedná se o sousedské slavnosti, které sblížují sousedy a oživují veřejný prostor měst, čímž jej činí atraktivní pro pěší. Kampaň se koná každoročně třetí víkend v září v Praze i v dalších 30 městech. Koordinuje ji nezisková organizace Auto\*Mat, z. s.

**Pěšky do školy** – tato osvětová kampaň má upozornit nejen na důležitost pohybu jako prevence dětské obezity, ale zejména na nutnost zvýšit bezpečnost u škol. Mnoho rodičů vozí své děti co nejbližší ke škole, čímž vznikají mnohdy nepřehledné a nebezpečné situace. Cílem kampaně je zvýšit počet dětí, které se pravidelně dopravují do školy pěšky, a nabídnout

<sup>1</sup> <https://mobilityweek.eu/campaign-resources-for-2020/previous-years/>

<sup>2</sup> <https://mobilityweek.eu/2020-participants/?year=2020&country=CZ>

<sup>3</sup> <https://mobilityweek.eu/home/>

chůzi do školy zábavnou a příjemnou formou. Kampaň koordinuje nezisková organizace Pěšky městem (dříve Pražské matky). V roce 2020 se do kampaně Pěšky do školy přihlásilo 61 škol z 35 obcí, zapojilo se kolem 8 000 dětí z celkem 321 tříd.<sup>4</sup>

**Oblékáme hada Edu** – jedná se o kampaň pro základní a mateřské školy, která probíhá formou hry a motivuje děti a jejich rodiče cestovat do školy pěšky, na kole či koloběžce, veřejnou dopravou nebo spolujízdou více dětí autem. Tato kampaň vznikla v belgických Flandrech a postupně se rozšířila do dalších 18 evropských zemí pod názvem Traffic Snake Game. Tento projekt byl nejrozšířenější zejména v letech 2014–2017<sup>5</sup>, kdy získal finanční podporu Evropské unie a bylo do něj zapojeno 177 587 žáků z 1 192 škol v 507 evropských městech. Za tuto dobu se podařilo ušetřit při cestách dětí do školy 2 458 853 kilometrů autem, čemuž odpovídá úspora 397 tun CO<sub>2</sub> (Canters a kol., 2017).

## Investor / provozovatel:

Veřejný sektor

Soukromý sektor

Spolupráce soukromý a veřejný sektor

## Geografická či jiná specifika:

Žádná

## Inovační aspekty – kontext SMART City:

- \* Komunikace s veřejností a cílovými skupinami atraktivní formou, využití ICT při komunikaci s veřejností

## Ekonomické aspekty:

Nízkonákladové



Výsledky mezinárodní kampaně Traffic Snake Game v letech 2014–2017

Zdroj: [http://www.trafficsnakegame.eu/wp-content/uploads/2014/05/TSGNetwork\\_D26\\_FinalPublishableReport\\_WEB.pdf](http://www.trafficsnakegame.eu/wp-content/uploads/2014/05/TSGNetwork_D26_FinalPublishableReport_WEB.pdf)

<sup>4</sup> <https://peskymestem.cz/tridy-si-v-pesky-do-skoly-vychodily-senzacni-ceny/>; [https://peskymestem.cz/wp-content/uploads/2020/09/manual-PdS\\_E.pdf](https://peskymestem.cz/wp-content/uploads/2020/09/manual-PdS_E.pdf)

<sup>5</sup> <https://www.trafficsnakegame.eu/>

## Hlavní dopady opatření:

	<b>Dopady na modal split</b>	Kampaně motivují obyvatele ke změně dopravního chování ve prospěch chůze, cyklistiky, cestování veřejnou dopravou či využití sdílených forem dopravy (bikesharing, carsharing, spolujízda). Díky změně dopravního chování dětí a jejich rodičů při cestách do školy se během konání kampaně Traffic Snake Game v letech 2014–2017 podařilo ušetřit 2 458 853 kilometrů autem (Canters a kol., 2017).
	<b>Dopady na životní prostředí</b>	Zvýšení povědomí o vlivech automobilové dopravy na životní prostředí a jak tuto zátěž můžeme minimalizovat. Během konání kampaně Traffic Snake Game v letech 2014–2017 se podařilo díky změně dopravního chování dětí a jejich rodičů ušetřit 397 tun emisí CO <sub>2</sub> (Canters a kol., 2017).
	<b>Dopady na dopravní nehody</b>	Některé z kampaní se zaměřují také na bezpečnost v dopravě, především na bezpečnost chodců a cyklistů, dětí a seniorů a dalších zranitelných účastníků silničního provozu, kteří využívají udržitelné druhy dopravy.
	<b>Dopady na zdraví</b>	Zvýšení povědomí o zdravých způsobech dopravy (chůze, jízda na kole).
	<b>Sociální a ekonomické dopady</b>	Nezjištěno.
	<b>Dopady na dopravní zátěž, kongesce, dopravní proudy atd.</b>	Kampaně přispívají ke zvýšení povědomí o vlivech dopravy na zatížení měst a jak je možné je minimalizovat; díky motivování obyvatel změnit své dopravní chování a využívat pro své každodenní cesty více chůzi, jízdu na kole či veřejnou dopravu pomáhají snížit dopravní zátěž z automobilové dopravy. Během konání kampaně Traffic Snake Game v letech 2014–2017 (Canters a kol., 2017) zacílené na změnu dopravního chování dětí a jejich rodičů při cestách do školy se podařilo ušetřit 2 458 853 kilometrů autem.

## Vztah k dalším dopravním opatřením:

Vhodné doplnit o opatření typu:

- \* Kampaně Do práce na kole či Bezpečné cesty do školy
- \* Informování o pěších trasách městem, možnostech bezbariérového pohybu po městě apod.

## Situace v ČR:

Řada měst se aktivně zapojuje do kampaně Evropský týden mobility. V rámci ETM v Praze v roce 2020 mimo jiné proběhlo: Pojízdny cykloservis zdarma, zážitkové vyjíždky Prahou na kole, konference Chytrá a čistá mobilita s venkovní výstavou, konference Cargobike.live – Městská logistika s využitím nákladních kol.

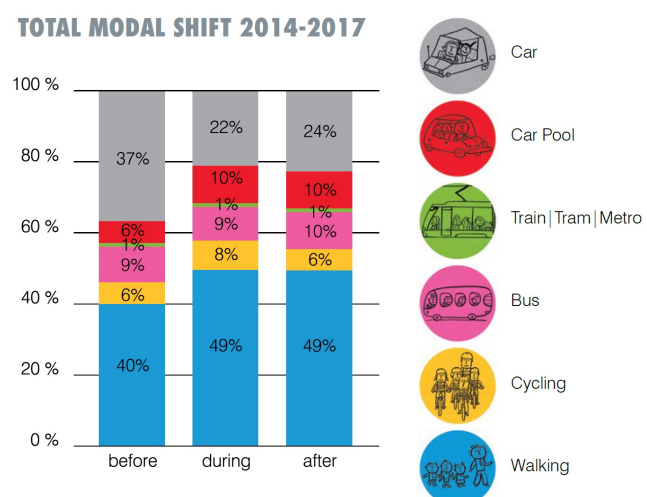


Evropský týden mobility v Praze / Zdroj: <https://www.cistoustopou.cz/cista-mobilita/clanek/ohlednuti-za-evropskym-tydnem-mobility-dnem-bez-aut-1588>



Den bez aut – Praha-Dolní Měcholupy / Zdroj: <https://www.cistoustopou.cz/cista-mobilita/clanek/ohlednuti-za-evropskym-tydnem-mobility-dnem-bez-aut-1588>

## Příklady dobré praxe:



Celková změna modal split ve školách zapojených do kampaně Traffic Snake Game v letech 2014–2017 / Zdroj: [http://www.trafficsnakegame.eu/wp-content/uploads/2014/05/TSGNetwork\\_D26\\_FinalPublishableReport\\_WEB.pdf](http://www.trafficsnakegame.eu/wp-content/uploads/2014/05/TSGNetwork_D26_FinalPublishableReport_WEB.pdf)

Ve školách zapojených do kampaně „Oblékáme hada Edu“ došlo ke zvýšení podílu aktivní dopravy do školy (chůze a jízda na kole či koloběžce) v průměru o 10 procentních bodů. Došlo také k poklesu množství automobilů přivázejících ráno děti do školy o 40 % oproti původní situaci před startem kampaně.<sup>6</sup> V rámci kampaně se osvědčila spolupráce škol s místním městským úřadem, který rozhoduje o realizaci opatření, která usnadňují a podporují cesty do škol udržitelnými druhy dopravy (např. bezpečné přechody a infrastruktura pro chodce, vytvoření parkovacích míst K+R u škol či zajištění stojanů na kola u škol). Městský úřad může být i v roli koordinátora kampaně.

<sup>6</sup> <https://www.envigogika.cuni.cz/index.php/Envigogika/article/view/540>



Do školy na koloběžce v rámci kampaně Oblékáme hada Edu

Zdroj: <https://www.trafficsnakegame.eu/pictures/?country=7>

### Zajímavé internetové odkazy k opatření:

Informace MŽP k Evropskému týdnu mobility: [https://www.mzp.cz/cz/evropsky\\_tyden\\_mobility](https://www.mzp.cz/cz/evropsky_tyden_mobility)

Evropský týden mobility v Praze: <https://etm.praha.eu/jnp>

Oficiální stránky Evropského týdne mobility (v angličtině): <https://mobilityweek.eu/home>

Oficiální stránky kampaně Zažít město jinak: <https://zazitmestojinak.cz>

Oficiální stránky kampaně Pěšky do školy: <https://peskymestem.cz/projekt/pesky-do-skoly>

Oficiální webové stránky kampaně Oblékáme hada Edu: <https://www.trafficsnakegame.eu/czechrepublic/>

### Použitá literatura:

CANTERS, R.; FREDERIX, M.; KÖFLER, H. A KOL. (2017): *Traffic Snake Game Network – Making home-school trips more sustainable*. Dostupné z: [http://www.trafficsnakegame.eu/wp-content/uploads/2014/05/TSGNetwork\\_D26\\_FinalPublishableReport\\_WEB.pdf](http://www.trafficsnakegame.eu/wp-content/uploads/2014/05/TSGNetwork_D26_FinalPublishableReport_WEB.pdf).

RIBEIRO, A.; VIEIRA, A.; SILVA, L. (2013): *Awareness Raising Campaign for Sustainable Mobility*. CIVITAS MIMOSA – Measure Evaluation Results Template. Dostupné z: [https://civitas.eu/sites/default/files/fun\\_4\\_1\\_awareness\\_raising\\_campaign\\_for\\_sustainable\\_mobility.pdf](https://civitas.eu/sites/default/files/fun_4_1_awareness_raising_campaign_for_sustainable_mobility.pdf).

STRNADOVÁ, D.; BRŮHOVÁ FOLTÝNOVÁ, H.; JORDOVÁ, R. (2017): Games for environmental awareness-raising education – experience and results of the Traffic Snake Game in the Czech Republic. *Envigogika*. 12(1). <https://doi.org/10.14712/18023061.540>. Dostupné z: <https://www.envigogika.cuni.cz/index.php/Envigogika/article/view/540>.