



# Urban Mobility in Strategic Projects in Eastern Serbia

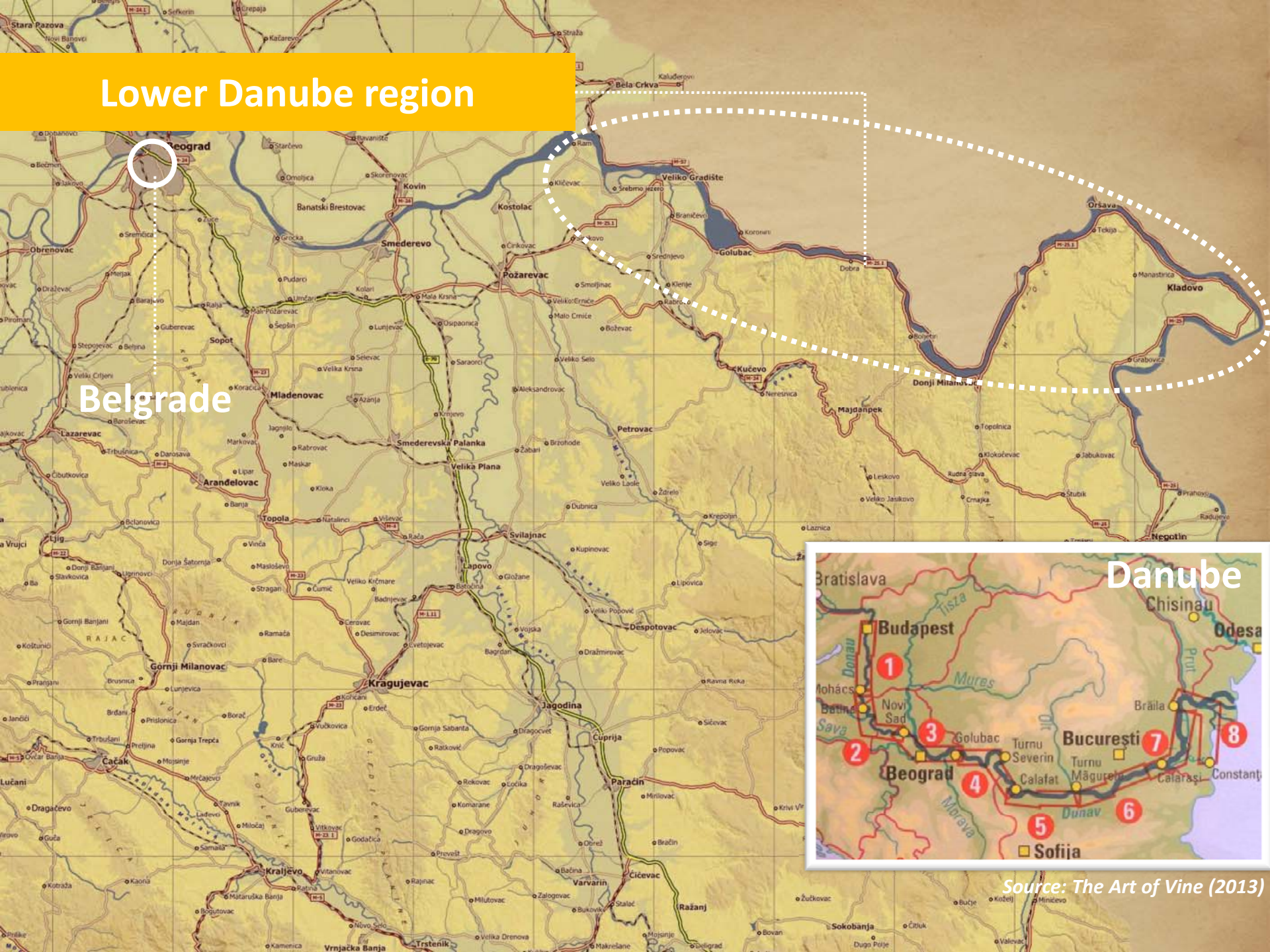
Uroš Radosavljević, PhD, Associate Professor,  
University of Belgrade Faculty of Architecture, Department of Urbanism, Serbia

# Context

- Program **Municipal Economic Development in the Danube Region**
  - German International Cooperation (**GIZ**) 2010-2012.
- 4 municipalities in the Lower Danube Region
  - Negotin, Golubac, Kladovo, & Donji Milanovac
- Project **Authentic Ethno from Eastern Serbia for the Sustainable Rural Tourism Development**
- Consulting agency for **Integrated Plan for Sustainable Development of Rural Tourism**
  - University of Belgrade Faculty of Architecture
  - Student courses at the Faculty of Architecture
    - “Management of Local Development: Pimnice wine cellars”, Assistant Professor MSc Uroš Radosavljević
    - “Public Art & Public Space – THE ART OF WINE”, Assistant Professor Zoran Djukanović.

# Lower Danube region

Belgrade



Danube



Source: The Art of Vine (2013)

# Rich cultural & natural heritage



Vineyards



Rogljevo cemetery



Rogljevo vine cellars

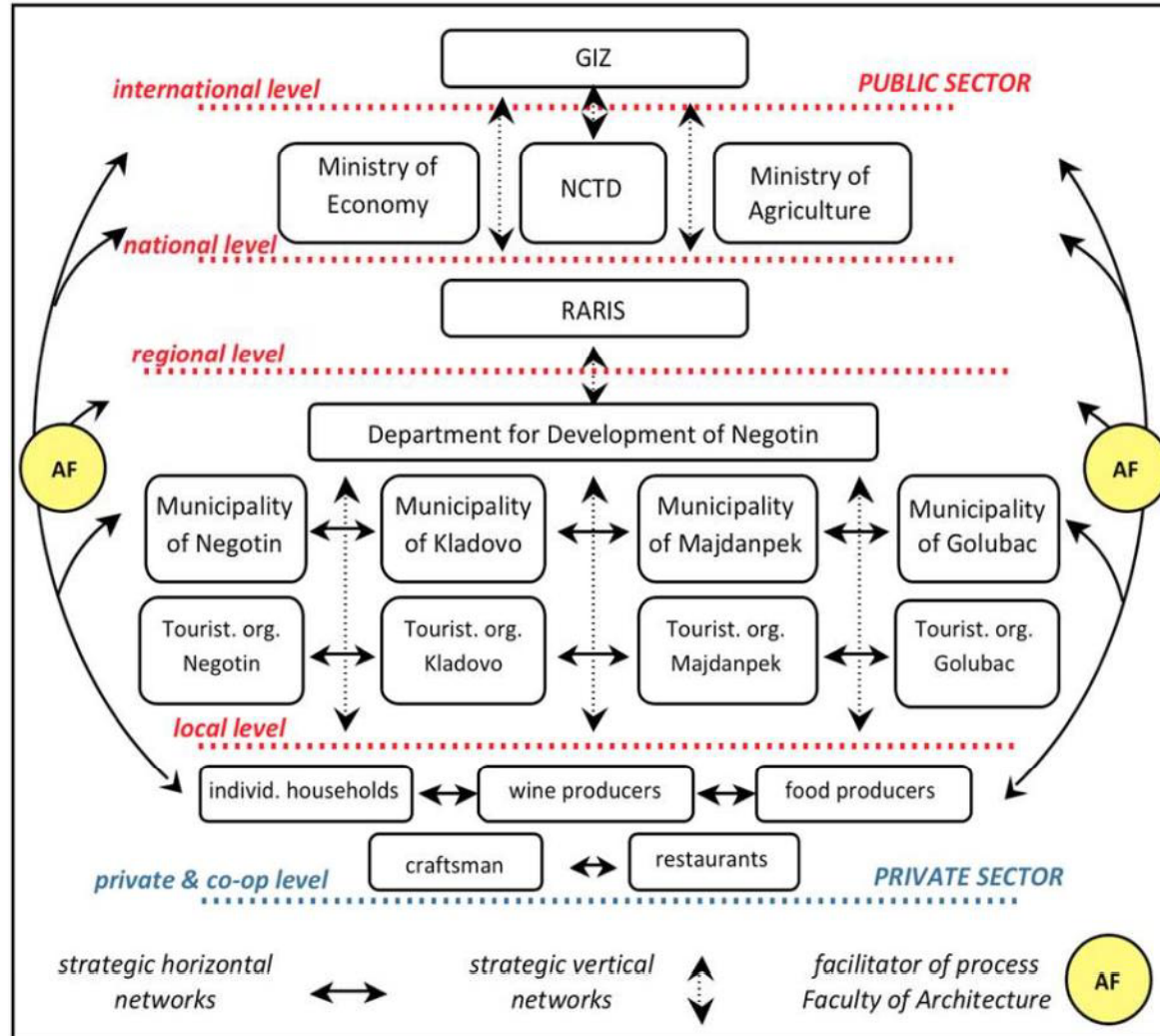


Iron Gate



Golubac Fortress

# Stakeholders & networking



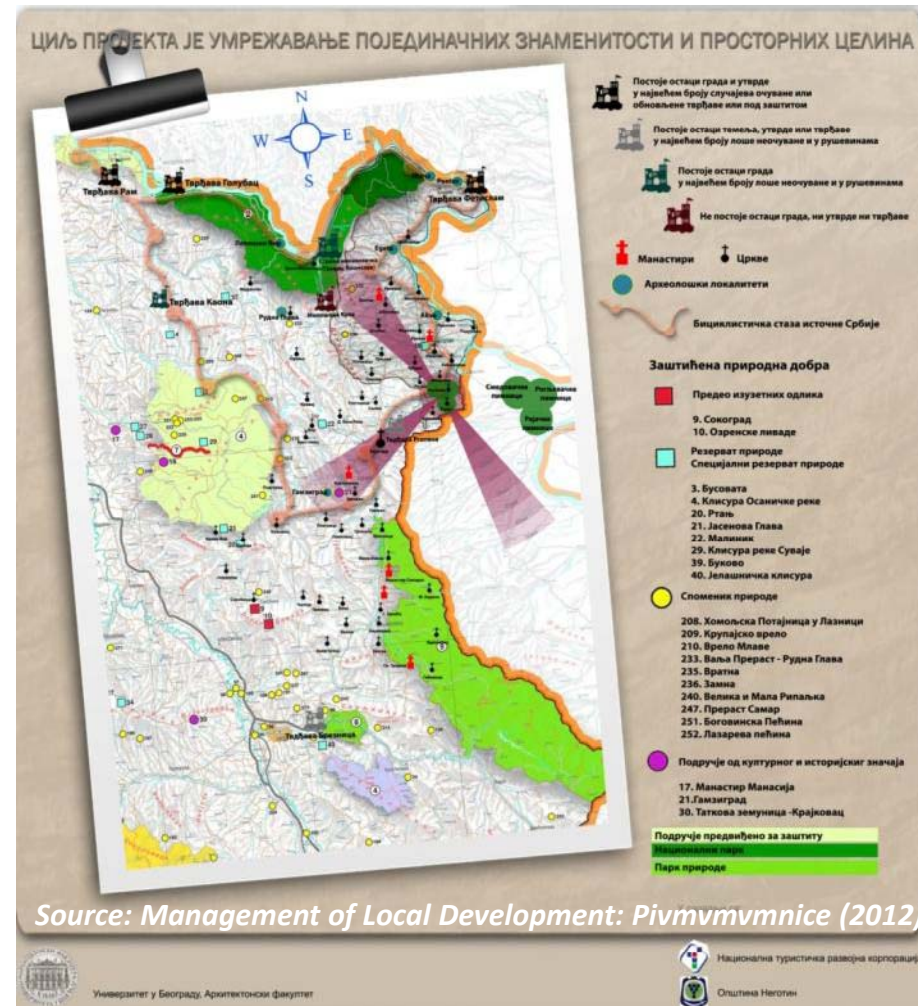
# Vision

- Potential **benefits** for tourists & local residents
- Minimal investments > general increase for the **use of existing transport networks & sustainable modes of transport**
- In order to achieve a **safe & comfortable** transportation, **accessibility & mobility** for municipal inhabitants & goods & tourists



# MM measures for increased accessibility

- External & internal **connectivity**
- **Signalization** > signposts
- **Non motorized transport**
  - increasing the use of **bicycles & horse** transportation, **pedestrian** movement
- **Services**, tourist facilities & information on:
  - **basic services** (banks, post offices, shops or the nearest health facility)
  - **navigation** in space, for reaching destination by car, bicycle, water & pedestrian transportation



## Improved mobility & accessibility

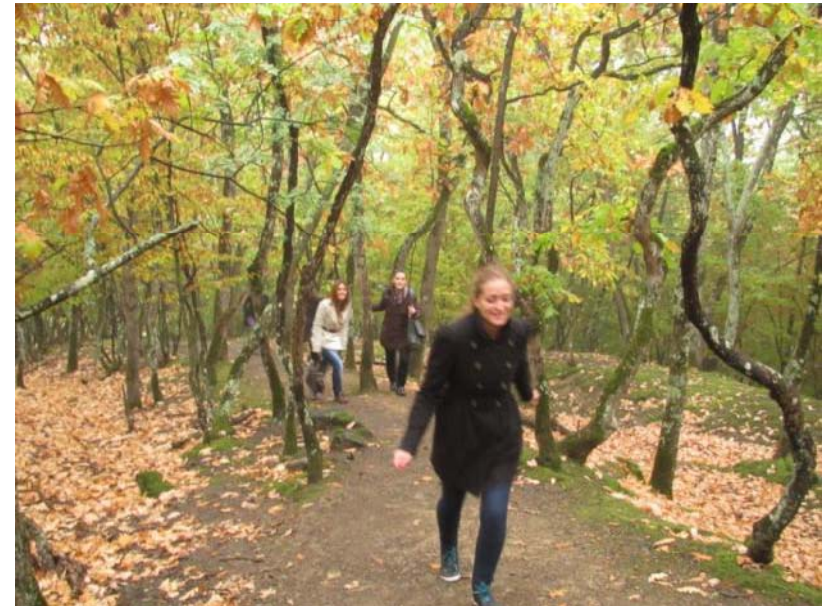
**Key instrument** > supports integrated urban management approach & goals of sustainable development

- Access to urban & rural **economic centers** & individual **villages**
- Improves the **quality of life**, health & safety of residents & tourists
- Contributes to **mitigation of climate change**, flooding & impacts caused by road transportation onto the living environment
- **Optimizes** the use of expensive infrastructure & **reduces** the need of high infrastructure investments



## MM measures

- **Typical day** going to the harvest by foot or tractor
- **Tractor ride** with rural hosts to another village, town or cultural monument
- **Pedestrian tours** by forest guards in **national parks** & protected natural reservations



# Use of existing village roads & trails

- Mapping & signposts
- Use of gravel country roads & forest trails
  - for country biking & other recreational purposes,
- Pedestrian **thematic** routes
  - track-passing between buildings & fenced plots
  - ecological & health thematic pedestrian routes



Source: Management of Local Development: Pivmvmvnice (2012)

**EKOTURIZAM**

INTEGRACIJA PRIRODE U DOBROŠTIVNI RAZVOJ TURIZMA KRUGOM  
 Mesto: lokalna zajednica, gospodarstvo, društvo, kultura, ekologija, turizam

Master plan razvoja turizma, MZU, MA 2, 12.000 građana, Bosna 2012/13

Šestih Zvezda MZU, 12.000 građana, Bosna 2012/13

**NEGOTIN**

**TEMATSKO KRETANJE**

1. PIVNICE I VINARIJA
2. HOTELSKI KOMPLEKS NA SAKONJEM BREGU
3. AMBIJENTI UZ DUNAVSKU OBALU
4. "ZELENE STAZE"

Širo zagledavanje - input na prostornom planu  
 - cilj je stvariti jačnu, jedinstvenu, specifičnu ideju, izgrađenu oko emocionalnih kvaliteta, koja može biti ambolizovana verbalno i vizuelno i koje je razumljiva širokoj publici u različitim prilikama  
 - da bi bilo efektivno branding mora sadržati političke, kulturne, poslovne, sportske i druge aspekte.

Program razvoja:  
 Pronalaženje i povezivanje mesta ruralnih područja u razvojnoj orijentaciji opštine

- > PRIRODNI RESURSI
- > STANJE INFRASTRUKTURE
- > EKONOMSKA OSNOVA

> PROMOVISANJE

> KVALITET INOVACIJA / JEDINSTVENOST

> INTEGRACIJA

1

1. INTEGRACIJA STAROG I NOVOG  
 Programске potrebe u Rajčičkim pivnicama - prethodni radovi - vinarija - tovarna na maslu A - zadržavaju prostornu celinu i razvijaju vinograd i sašnih pivnica.

Navešteni detalji koji se odnose na: odnosa izmed postojace strukturalne i funkcionalne i na sadržaj Razlika u izini nudi ulova za proizvodnju vina

Cilj: povećanje proizvodnje, zapošljavanje nove radne snage, obnavljanje zapuštenih površina vinograda.  
 Jedan dio namenjen turističkom razvijanju i upotrebi - proizvodnja vina - kao nastavak rajčičkih podruma koji su namenjeni samo za degustaciju.

poslednost  
 intervencija  
 zdrava struktura  
 pristupačnost  
 obradivi vinogradi

1

1. INTEGRACIJA STAROG I NOVOG

Programске potrebe u Rajčičkim pivnicama - prethodni radovi - vinarija - tovarna na maslu A - zadržavaju prostornu celinu i razvijaju vinograd i sašnih pivnica.

Navešteni detalji koji se odnose na: odnosa izmed postojace strukturalne i funkcionalne i na sadržaj Razlika u izini nudi ulova za proizvodnju vina

Cilj: povećanje proizvodnje, zapošljavanje nove radne snage, obnavljanje zapuštenih površina vinograda.  
 Jedan dio namenjen turističkom razvijanju i upotrebi - proizvodnja vina - kao nastavak rajčičkih podruma koji su namenjeni samo za degustaciju.

# Information system

- Municipal **web sites** & local tourism organizations
  - Printed **maps** with various types of tourist information
  - **Tourist packages** for different tours depending on the time available
- **Travel awareness activities** > **educated** rural hosts & villagers
  - To help domestic & foreign tourists
  - Provide **quality information** in general
  - Provide **local transport** in particular
  - Tourist info kiosks & info-boards for pedestrian & bicycle paths



3D model  
*Source: The Art of Vine (2013)*

# Alternative modes of transportation

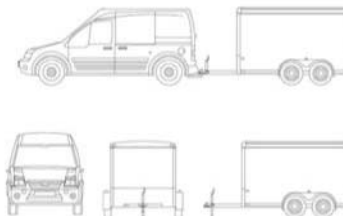
- Bicycles, trailers & walking
- Village carts
- Horse riding



Source: *The Art of Vine (2013)*



## Vine (eno) eco trailers



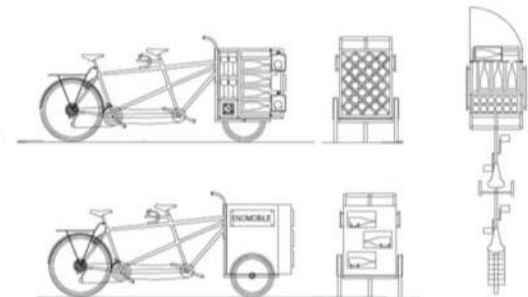
**EnoMobile** - Intersiti  
 čekira Vaš ugodaj, anketira  
 potrošače; danas je ovdje, sutra i  
 u Vašem gradu, a prekosutra . . .

## Vine (eno) eco bicycles



\* NOVI DODATAK NAŠEM VOZNOM PARKU \*

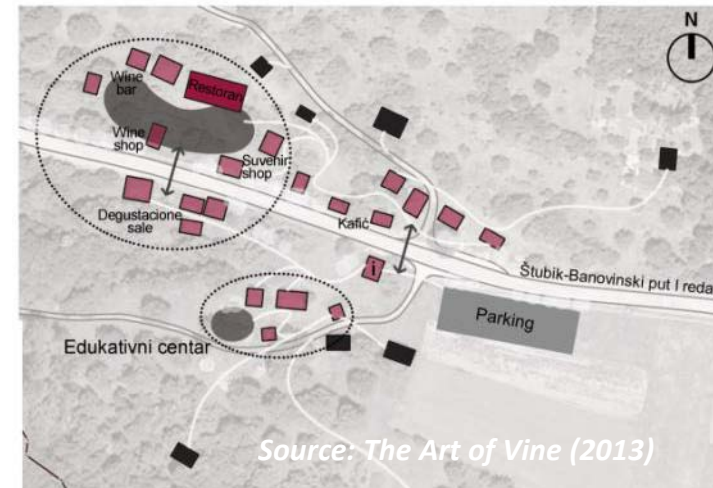
**EnoCycle** = Lokalac i ekološki osviješten, Vaš komitija, u svakoj prilici, na ulici, na obali, na trgu, u parku; vino sad, vino odmah, bez predrasuda; Živa reč zadovoljnih potrošača najbolja je preporuka i reklama; Vinool!



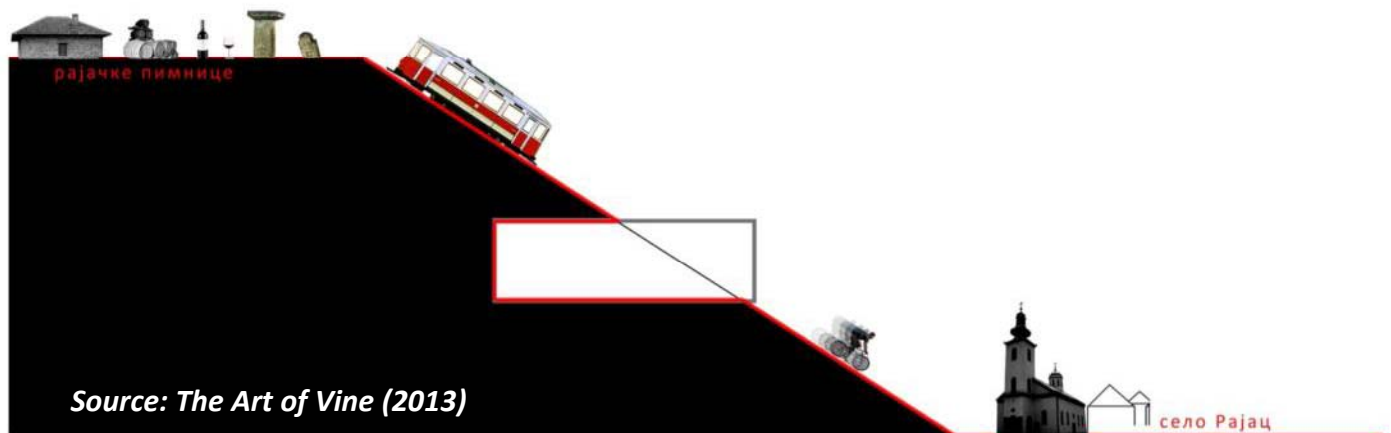
Source: *The Art of Vine (2013)*

# Alternative modes of transportation

- **Mobility measures** > restriction of car access to
  - **Rural** environment
  - Protected **natural reservation areas**
  - Regulation of bus & car **parking**



## Bicycle + funicular



## How we did it?

- Real governance **by / for / with the people**
- Integrated combined **top-down & bottom-up** approach
- **Stakeholders** > express ideas, suggestions & remarks
  - on preliminary proposals by expert team from the Faculty of Architecture
  - influenced design guidelines & final project during workshops, regular meetings & voting for best solutions during exhibitions



## Series of workshops

In 4 municipalities with officials, NGO's & vilalgers, October 2011 – Jun 2012

Kladovo Municipality, April 2012



# Series of workshops

Rogljevo & Rajac wine cellars villages,  
October 2011 – Jun 2012





## Field visits

- Discussion with villagers & vine producers about their needs



# Marketing & promotion

- Local TV stations & municipal websites
- Projects exhibition

Negotin Municipality, May 2012



# Interviews & questioners

30. Да ли сматрате да би било корисно и могуће да се креира стандардизована евалуациона форма коју би туристи могли да попуњавају on-line или у просторијама Туристичке организације помоћу које би оцењивали квалитет услуга и оцењивали туристичку понуду?

*Више него корисна алатка. Истовремено се показује и озбиљност код гостију.*

31. Да ли сматрате да би било корисно и могуће да се отвори info-call центар за туристе?

*У општини, у Доњем Милановцу већ другу годину постоји и успешно ради ТИЦ (туристички инфо центар)*

32. Да ли сматрате да би било корисно и могуће формирање софтвера који би пружао информације туристима путем мобилног телефона (у виду смс порука)?

*Све су ти савремена средства комуникације која из дана у дан постају све доступнија те самим тим и неминовно неопходна и потребна.*

33. Да ли би мислите да би било добро брендирати и промовисати неке локалне манифестације и догађаје као што су сеоске славе, посела, брање винове лозе и осмислити активности и то уврстити у туристичку понуду?

*На територији општине већ постоје манифестације овог типа које су већ стекле престиж традиционалне и из године у годину окупљају све више заинтересованих. Дакле, користне су.*

34. Шта мислите које још видове интернет комуникације и оглашавања би требало користити у сврхе промовисања Ваше општине као туристичке дестинације?

- **Facebook, MySpace, Twitter и остале социјалне мреже**
- Youtube – постављање промо видео материјала

## Мобилност

35. Да ли бисте промовисали алтернативне видове саобраћаја који могу бити коришћени на територији ваше општине уопште и за потребе сеоског туризма?

*Да. Неке пешачкек бивалатистичке руте се већ налазе на специјализованим сајтовима.*

- пешачење,
- бициклизам,

36. Да ли мислите да је добро туристима омогућити приступ свуда сопственим аутомобилом? Зашто?

*Доступност је услов квалитетне понуде али шта се у овом случају сматра под приступом свуда сопственим аутомобилом. Уколико је у питању сештај као сештај то да.*

37. Да ли ваша општина има ресурсе за изградњу паркиралишта и које локације сматрате најбитнијим?

*Доња Милановци се налази на Евро вело VI рuti. Општина је у прелозукама бивалатистичких и сајтова екстремних спортова.*



# Marketing & promotion

- Presentation of projects to citizens

Negotin Municipality, May 2012



## Conclusions: takeaway for practice

- **Understanding spatial & mobility behavior**
  - of companies, tourists & residents before trying to influence them
- **Wider political and social arena**
  - work within the community incrementally
    - with ordinary people, households, vine producers, and with local government representatives
  - through site visits talking with people, participative interactive workshops and formal presentations
- **Inclusion of relevant stakeholders** > joint dialogue
- **Building trust, raising awareness and recommendation** of sustainable measures and projects in the field of mobility and travel awareness

## Conclusions: takeaway for practice

- **Integral approach** between sectors & different scales
  - Proper alternatives for modal shift citywide & micro level
- **Leading & facilitating the process**
  - Urban & transport planners, urban managers & architects
  - **Managerial** techniques and methods
  - New forms of **communication**
  - **Visually clear** maps
  - **Common or expert language** depending on target group
- **Conditions**
  - collaboration between often conflicting stakeholders, primarily public sector