



A pé e de bicicleta para as compras



As pessoas que fazem as suas compras a pé ou de bicicleta nas lojas da sua zona, fazem-no mais vezes, despendendo mais tempo e dinheiro na vizinhança, ajudando a economia local e a vitalidade dos seus bairros.

Princípios adquiridos

É essencial conseguir parcerias com os lojistas locais para a implementação, promoção e continuidade dos projetos. Antes de se encontrar com os lojistas e outros parceiros, prepare-se bem com a informação e material gráfico adequado. Ausculte as suas necessidades e expectativas e identifique as soluções que o seu programa pode conseguir.

Implemente atividades de promoção e forneça incentivos e prémios para os que fazem as compras a pé ou de bicicleta. Divulgue na área de intervenção e torne divertido participar, chamando a atenção dos média locais ou mesmo os de maior audiência.

Melhore e equipe o espaço público para alterar a perceção, para que não se pense que é longe ou perigoso ir a pé ou de bicicleta. Quando for possível, instale estacionamentos para bicicletas e melhore as passadeiras para peões. Demonstre como estão tão perto os estabelecimentos e como é rápido ir a pé.

As nossas atividades

No projeto Active Access elencamos ações para promover as compras a pé e de bicicleta.

- Mapas Pedonais, com distâncias em minutos a pé entre pontos relevantes em Aveiro, Portugal
- Um sistema de descontos e animação de rua, agendados com a comunicação social em Budapeste, Hungria
- Uma campanha de promoção dos modos ativos nas compras, com a instalação de estacionamento para bicicletas em Koprivnica, Croácia
- Campanha “Compre a pé ou de bicicleta”, com prémios e animação em Murska Sobota, Eslovénia
- Testes de experimentação de carrinhos de rodas por idosos em Graz, Áustria



Mapas Pedonais: são fonte de informação relevante para o território. Apesar dos moradores não usarem mapas nas suas deslocações diárias, este poderá estimular uma boa discussão e alterar a percepção entre familiares e vizinhos, à volta das distâncias em minutos a pé nas atividades diárias. Poderá ser uma novidade para atrair o interesse dos média. Distribua o mapa na área de intervenção e disponibilize-os nas lojas.

Campanhas de descontos e prémios: premiar os clientes que se deslocam a pé ou de bicicleta. Os clientes auferem coupons ou selos para ganhar prémios ou descontos nas lojas de rua. As lojas podem publicitar-se nas campanhas e nas cerimónias de atribuição dos prémios. Os políticos locais poderão ser convidados para o início da actividade e atribuir os prémios. Estas campanhas necessitam da participação de todos, lojistas e clientes, para serem vivas e bem-sucedidas.

Etapas para o sucesso

Garantam que todos os lojistas e parceiros estão bem informados de todo o processo.

Organizem um dossier com os melhores exemplos noutros locais e usem-nos como base para as vossas ideias. Produzam um plano de atividades e discutam-no com os parceiros.

Façam uma abordagem, individual ou em grupo através das associações, para esclarecer as vantagens em promover as deslocações ativas (a pé e de bicicleta) e como irão funcionar as iniciativas propostas. Poderá ser útil promover uma reunião com todos os lojistas, para criar o espírito de grupo e de objetivos comuns, e garantir equidade na informação sobre a campanha.

Poderão ser também úteis entrevistas individuais, para melhor entender as suas perspetivas e necessidades, e identificar a contribuição potencial de cada um na campanha.

Forneça a cada um dos lojistas todo o material necessário à divulgação na loja da campanha, e prémios.

A divulgação é importante, mas é fundamental envolver os intervenientes com alegria

Organize um conjunto de ações criativas para promover a mensagem e conseguir a adesão dos cidadãos. Os incentivos e o material de divulgação, como por exemplo

os sacos para compras, deverão ter enquanto marca, as ideias fortes do projeto, como forma de identificar e lembrar a importância de fazer a pé ou de bicicleta as compras diárias. Promover feiras e festas de rua para divulgar as campanhas e atrair os media e assim alcançar maior audiência.

Fazer as pessoas ensaiar estes conceitos, como usar um saco de compras com rodas, dá-lhes a experiência e convicção de que podem escolher fazer as compras a pé sem dificuldade no transporte para casa.

Façam com que seja lucrativo tanto para os lojistas como para os clientes.

Premeiem as lojas que favorecem as compras a pé ou de bicicleta com Certificados de Identificação, e atribuam-nos em cerimónias com políticos e os média. Promovam as lojas nos websites do projeto, na comunicação social e nos média locais. Garanta a participação de lojas suficientes e de produtos variados, para atrair clientes, em particular nos bairros habitacionais ou nos centros urbanos das cidades.

Procure soluções para a segurança e demais necessidades nas ruas, no sentido de oferecerem confiança para que se vá a pé ou de bicicleta.

Procure apoio nas autoridades municipais e nos lojistas para a disponibilização de estacionamento para bicicletas e travessias de peões seguras e confortáveis no acesso às lojas de rua.

Algumas maneiras de conquistar parceiros

Se algum parceiro, em particular lojista, se mostrar relutante em aderir, procurem abordagens diferentes aos temas das deslocações ativas:

- Prepare uma brochura que destaque devidamente os benefícios das compras a pé ou de bicicleta, tanto na perspetiva do cliente como do lojista.
- Dê-lhes oportunidade para apoiar estes modos de deslocação noutros objetivos, por exemplo apoiando "rotas seguras" ou "a pé para a escola".
- Promova o compromisso com lojas relacionadas com a campanha, por exemplo lojas de bicicletas, e forneça mapas e outros recursos através dessas lojas âncora.



The sole responsibility for the content of this document lies with the authors. It does not represent the opinion of the European Communities. The European Commission is not responsible for any use that may be made of the information contained therein.