



# La cumpărături pe jos și pe bicicletă



**Oamenii care merg pe jos sau pe bicicletă la magazinele locale, merg mai des, cheltuind în aria locală bani și timp, susținând sănătatea economică și vitalitatea socială a comunităților lor.**

## Constatări cheie

Este esențială dezvoltarea de parteneriate cu proprietarii de magazine locale pentru implementarea, promovarea și continuarea proiectelor. Înainte de întâlnirea cu proprietarii de magazine locale și cu actorii, fiți bine pregătiți cu informații și ilustrații. Ascultați-le nevoile și așteptările, și descoperiți cum programul dumneavoastră poate răspunde acestor chestiuni.

Realizați activități promoționale și oferiți stimulente pentru a-i încuraja și a-i răsplăti pe cei ce merg pe jos sau pe bicicletă la cumpărături. Oferiți informații comunității, dar transformați participarea într-un lucru plăcut și captivant, atrăgând atât presa locală, cât și o audiență țintă cât mai mare.

Adresați-vă infrastructurii și percepțiilor spațiului pentru ca oamenii să nu considere că e prea departe sau prea periculos să meargă pe jos sau pe bicicletă. Acolo unde este posibil, instalați rasteluri pentru biciclete și îmbunătățiți trecerile pentru pietoni. Evidențiați apropierea serviciilor locale și rapiditatea cu care se ajunge la ele.

## Activitățile noastre

În proiectul Active Access o serie de scheme au încurajat oamenii să meargă pe jos și pe bicicletă la cumpărături.

- Hărțile pietonale ce ilustrează distanțe pietonale exprimate în timp între locații cheie din Aveiro, Portugalia
- Un program de loialitate și evenimente de stradă combinate cu rețelele sociale în Budapesta, Ungaria
- O campanie activă pentru magazine realizată prin instalarea unei parcări de biciclete în Koprivnica, Croația
- Campania „La cumpărături pe jos sau cu bicicleta”, cu activități și o schemă de recompensare în Murska Sobota, Slovenia
- Testarea cărucioarelor de cumpărături de către cetățenii în etate în Graz, Austria



**Hărțile mentale** reprezintă o sursă importantă de informații locale. În timp ce localnicii tind să nu se bazeze pe hărți pentru activitățile lor zilnice, harta poate stimula o discuție între membrii unei familii sau între prieteni despre distanțe și timpi de mers între activitățile zilnice. Poate fi o idee nouă care să atragă interesului presei. Distribuți harta tuturor celor din zonă și faceți-o disponibilă în magazine.

**Campaniile și Schemele de Recompensare** oferă premii clienților care merg pe jos sau pe bicicletă la cumpărături. Clienții colectează cupoane sau ștampile și câștigă recompense, reduceri și premii din partea magazinelor locale. Magazinele își pot face reclamă prin campanii și ceremonii de înmânare a premiilor. Aceste scheme au nevoie de o masă critică atât din partea magazinelor, cât și din partea participanților pentru a fi energice și de succes.

## Pași către Succes

### Asigurați-vă că toți actorii sunt bine informați și cunosc schema

Colectați date locale și exemple de bune practici din alte țări care stau la baza ideilor dumneavoastră. Stabiliți un plan de activități pentru a vă consulta cu actorii implicați. Abordați individual proprietarii de magazine și / sau asociația lor pentru a-i informa asupra beneficiilor susținerii călătoriilor active și asupra modului în care sistemul va funcționa. Poate fi de ajutor pentru să găzduiți o întâlnire cu toți proprietarii de magazine și cu părțile interesate pentru a dezvolta sentimentul de comunitate și de impuls dintre ele, oferind astfel tuturor aceleași informații despre campanie. Este de asemenea util să intervievați în mod individual proprietarii de magazine pentru a le înțelege perspectivele și nevoile și pentru a identifica opțiunile pentru potențiala contribuție la campanie. Oferiți-le proprietarilor de magazine un pachet de informații pentru angajați pentru a ști cum funcționează schema, cum să recompenseze clienții și cum să promoveze campania în magazin.

### Informațiile sunt importante, dar oamenii trebuie, de asemenea, să fie captivați și entuziasmați

Rulați o serie de activități promoționale creative și atrageți clienți care să se alăture schemei. Stimulente sau materiale de promovare, de exemplu, sacoșe pen-

tru cumpărături inscripționate construiesc identitatea mărcii și le amintesc oamenilor să meargă pe jos sau cu bicicleta. Găzduiți picnicuri și piețe locale pentru a promova schema și invitați presa pentru a prezenta povești atât despre evenimente cât și despre schemă ajungând astfel la o audiență cât mai largă. Activarea oamenilor pentru a testa idei, cum ar fi utilizarea unui cărucior de cumpărături, le oferă o experiență directă pentru a deveni încrezători că pot alege în continuare să meargă fiind în același timp capabili să aducă acasă cumpărăturile.

### Recompensați atât proprietarii de magazine, cât și clienții

Certificați magazinele prietenoase cu deplasările active și realizați o ceremonie de decernare a premiilor având ca invitați politicieni locali și presa. Promovați magazinele prin scheme de site-uri web și rețele sociale, cât și prin presa locală. Asigurați-vă că participați în schemă suficiente magazine cu o varietate de produse, pentru a atrage clienții, mai ales în centrele locale de cartier sau în centrele micilor orașe.

### Adresați-vă infrastructurii și nevoii de siguranță pentru ca oamenii să se simtă siguri și încrezători atunci când pedalează sau sunt pietoni.

Lucrați cu municipalitatea locală și cu proprietarii de magazine pentru a asigura parcări de biciclete, rute ciclabile și puncte de traversare pietonală sigure, fiind necesare oamenilor atunci când accesează magazinele locale.

### Modalități diferite de implicare a actorilor

Dacă actorii, în special proprietarii de magazine, sunt reticenți în a se implica, găsiți soluții alternative pentru a-i aborda în privința deplasărilor active:

- Pregătiți o broșură care subliniază motivele și beneficiile mersului la cumpărături pe bicicletă, o parte pentru clienți și cealaltă pentru proprietarii de magazine.
- Oferiți oportunitatea de susținere a mersului pe jos sau pe bicicletă în alte zone, de exemplu proprietarii de magazine pot deveni "prieteni ai rutelor sigure" sponsorizând mersul pe jos către școală.
- Angrenați magazinele care au legătură directă cu campania, de exemplu magazinele de biciclete, și oferiți hărți sau resurse pentru a promova mersul pe bicicletă prin intermediul acestor magazine inițial.



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.