



# Пешачење и вожња бициклом до продавнице



Људи који пешаче и возе бицикл од њихових локалних продавница, долазе чешће, троше више времена и новца у локалу, одржавајући у добром здрављу локалну економију и друштвену виталност своје заједнице.

## Најважнији закључци

Основно је стварати партнерство са власницима локалних продавница због примене, промоције и продужавања трајања пројекта. Пре састанка са представницима локалних продавница и заинтересованима треба добро припремити све потребне информације и илустрације. Слушати њихове потребе и очекивања и дефинисати како ће се ваш програм њима бавити.

Реализујте промотивне активности и обезбедите подстицаје за охрабривање и награђивање оних који у трговину долазе пешице и бициклом.

Осигурајте информације за заједницу, али такођер учините активности забавним и занимљивим за учеснике, тако да привуку локалне медије и ширу циљану публику.

Обратите пажњу на инфраструктуру и простор тако да људи не помисле да је сувише далеко или опасно пешачити или возити бицикл. Где је могуће поставите паркинге за бицикле и унапредите пешачке прелазе. Истакните колико су локалне услуге близу и колико брзо се до њих долази пешице.

## Наше активности

У пројекту Active Access разне активности су охрабривале људе да пешаче и возе бицикл до продавница.

- Пешачке карте које показују временску удаљеност између кључних локација у Авеиру, Португал
- Програм лојалности и уличне активности комбинован са друштвеним мрежама у Будимпешти, Мађарској.
- Кампања активне куповине уз постављање чешаља за бицикла у Копривници, Хрватској.
- Кампања "Куповина пешице или бициклом" са шемом награђивања и активностима у Мурској Суботи, Словенији.
- Тестирање колица за куповину од стране пензионера у Грацу, Аустрији.



**Пешачке мапе** су одличан извор локалних информација. Док се локални људи углавном не користе картама за своје дневне активности, карта може подстаћи расправу унутар породице и пријатеља о раздаљинама и времену потребном за дневне активности пешачења. Она може бити нова идеја за привлачења пажње медија. Подијелите карту свима у крају и нека буду доступне у трговинама.

**Кампање и подстицајне шеме** награђују купце који у продавницу долазе пешице или бициклом. Купци скупљају купоне или печате и освајају награде или попусте у локалним продавницама. Продавнице се могу рекламирати током трајања кампање и доделе награда. Локални политичари могу започети кампању и уручивати награде. За те шеме потребна је критична маса продавница и учесника да би биле успешне.

## Кораци до успеха

### Обезбедите да су сви учесници добро информисани и свесни садржаја шеме

Скупите локалне податке и примере најбоље праксе од других земаља које су у складу са вашим идејама. Одредите план активности које требате договорити са актерима.

Приступите власницима продавница појединачно и/или кроз удружења продаваца како бисте их информисали о предностима подржавања активног путовања и о садржају плана. Може бити корисно одржати састанак са свим власницима продавница актерима заједно како би добили осећај заједнице и енергије те како би сви добили исте информације о кампањи.

Такођер је корисно појединачно разговарати са власницима трговина како би разумели њихове ставове и потребе, и утврдили могућност њиховог доприноса кампањи. Обезбедите продавцима информације за њихове запослене, да би знали како водити шеме, награђивати купце и промовисати кампању у продавници.

### Информације су важне али људи морају бити укључени и узбуђени

Покрените више креативних промотивних активности како би сте добили подршку и привукли

пажњу купаца да се прикључе шеме. Подстицаји или нпр. рекламирање имена продавница на кесама за куповину, може оснажити идентитет бренда и подсетити људе да пешачење и вожњу бицикла. Организујте локалне пикнике и сајмове да промовишете шеме и позовите медије да пишу о оба догађаја и шеме како би прича дошла и до шире публике.

Допуштајући људима да испробају замисли попут коришћења колица за куповину, омогућујете им да искусе осећај да могу изабрати одлазак у куповину, омогућујете им да искусе осећај да могу изабрати одлазак у куповину пешице и бити у стању однети купљено кући.

### Наградите власнике као и потрошаче

Именујте трговине које подржавају пројекат и организујте доделу награда са локалним политичарима и медијима. Промовишите продавнице кроз интернет странице и друштвене мреже као и кроз локалне медије. Обезбедите довољно продавница са разним производима, како би сте привукли купце, нарочито у локалним трговачким центрима или у малих градским центрима.

### Обратите пажњу на инфраструктуру и простор да људима не би пешачење или вожња бициклом деловали опасно или да су удаљености превелике.

Сарађујте са локалним властима и власницима продавница да би обезбедили сталке за бицикла, бициклистичке стазе и сигурне прелазе, чиме би се омогућио приступ локалним продавницама.

### Различити начини за укључивање актера

Ако су актери, а посебно власници продавница, неспремни да се укључе, пронађите алтернативне начине да их придобијете.

- Направите брошуру која објашњава разлоге и користи куповине бициклом, како за потрошаче тако и за власнике продавница.
- Омогућите подршку пешачења или вожње бициклом другим областима, нпр. власници продавница могу бити „пријатељи сигурних стаза“ и спонзори пешачења у школу.
- Укључите и продавнице које имају директну везу са кампањом, на пример продавнице бицикала; нека мапе и материјали који промовишу вожњу бицикала прво буду дељене у овим продавницама.



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.