



Ruch pieszy i rowerowy związany z pracą



Miejsca pracy to główne generatory podróży, zarówno do i z pracy oraz w czasie dnia roboczego. Więcej pieszych i rowerowych podróży dla tych celów może przyczynić się do oszczędności w firmach, poprawy morale i zdrowia pracowników oraz zredukować zużycie energii.

Kluczowe wnioski

- Dyrektorzy firm i decydenci wspierający aktywne podróżowanie są kluczowi dla podniesienia świadomości i promowania ruchu pieszego i rowerowego w dojazdach do pracy.
- Ludzie potrzebują zachęt i interaktywnych doświadczeń by w pełni zaangażować się w program i idee zrównoważonego, aktywnego podróżowania. Zachęty mogą obejmować śniadania i prysznic w momencie dotarcia do pracy.
- Wspólny wysiłek różnych organizacji buduje poczucie wspólnoty, współzawodnictwa i siły dla każdego zaangażowanego. Ten wspólny wysiłek ma wartość dodaną w postaci budowania zależności biznesowych pomiędzy uczestnikami.

Nasze działania

W projekcie Active Access poprzez szereg działań zachęcano ludzi do poruszania się pieszo i na rowerze do pracy.

- Dzień 'Piechotą do pracy' w Miercurea Ciuc, Rumunia, dla pracowników Rady Regionu Harghita
- Kampania podnosząca świadomość 'Bezpiecznie na rowerze w Murskiej Sobocie' na Słowenii, dotycząca jazdy na rowerze do pracy
- Kampania 'Do pracy bez samochodu' dla dyrektorów i załogi w Koprivnicy, Chorwacja
- Planowanie podróży dla firm w Koprivnicy, Chorwacja
- Planowanie mobilności w strefie przedsiębiorczości w Annecy, Francja



Kampanie powinny zmiezać do podniesienia świadomości wśród szefów i pracowników firm, na temat radości i korzyści jakie daje chodzenie i jeżdżenie rowerem do pracy. Powinny inspirować ludzi do spontanicznego wypróbowania i pozytywnych doświadczeń z wybrania aktywnych form podróży.

Dobrze zaprojektowane kampanie dają podstawy dla przyszłego zaangażowania się w planowanie i działanie na rzecz aktywnego podróżowania.

Planowanie mobilności ma na celu opracowanie kompleksowego planu działań i inicjatyw. Plany korzystają z danych nt. wzorców zachowań transportowych, dostępnych usług i najlepszych praktyk w innych krajach. Plany takie dostarczają „mapy drogowej” wraz z harmonogramem działań i są wdrażane przez przystępujące firmy i wspierane przez lokalną administrację. Plan może być opracowany dla grupy firm lub podmiotów indywidualnych. Stanowią one ramy dla ustalenia priorytetów działań i pozyskiwania funduszy.

Kroki do sukcesu

Spotkaj się najpierw z dyrektorami firm i zdobądź ich wsparcie

Dyrektorzy firm mają silny wpływ na kulturę danej organizacji i potrzebują strategicznego podejścia w informowaniu ich o korzyściach płynących z aktywnego podróżowania i przeciwdziałania wpływom ich własnych wyborów transportowych. Zrób dobre wrażenie od początku, będąc dobrze przygotowanym i wyposażonym w materiał specjalnie zaprojektowany dla tej grupy odbiorców, ilustrujący koszty i zalety bycia zaangażowanym w dany program.

Wspierające kierownictwo firmy może stać się aktywnym partnerem dla promowania idei aktywnego podróżowania wśród załogi, zachęcać do uczestnictwa poprzez pewną elastyczność w kulturze pracy oraz zapewniać wkład do dalszego rozwoju planów zrównoważonej mobilności.

Określ swój punkt wyjścia

Różne miasta i firmy mają różne kultury i rozumienie pojęcia „aktywne podróżowanie”. Rozpoznaj czy należy po prostu wdrożyć koncepcję (jak w Murskiej Sobocie) czy rozszerzyć istniejące pomysły i programy (jak w Koprivnici). Podejmij kampanie i stwórz możliwości dla mediów dla inspiracji ludzi do myślenia nt. ruchu pieszego i rowerowego w celach związanych z pracą oraz poszukaj przewodnictwa ze strony lokalnych polityków.

Zacznij od firm już zainteresowanych tematyką aktywnego podróżowania

Dobre wyniki imprez i kampanii mogą przyczynić się do większej akceptacji dla polityki zrównoważonego transportu oraz zbudować oczekiwania społeczeństwa i akceptację dla tych środków transportu. Firmy okazujące chęć uczestniczenia w tych kampaniach i doceniające korzyści aktywnego podróżowania, mogą stać się liderami dla rozwoju planów mobilności i inspirowania innych do podjęcia podobnych działań.

Zbuduj lokalną bazę dowodów sukcesu

Dobre rezultaty firm posiadających plany mobilności mogą zostać wykorzystane jako zachęta dla innych firm do opracowania planu, w celu uświadomienia sobie własnych potencjałów efektywności i oszczędności. Lokalne dane, ankiety nt. podejścia do tematu oraz poziom uczestnictwa mogą mieć pozytywny wpływ na decyzje kierownictwa. Ustalenie punktu odniesienia dotyczącego obecnych nawyków transportowych pozwala na określenie celów, pomiaru postępów oraz kryteriów sukcesu do celebrowania.

Zapewnij zachęty i interaktywne wydarzenia

Nagradzaj uczestników różnymi zachętami, takimi jak śniadania i przenośne pryszniczki w czasie dni z imprezami oraz zapewnij oprogramowanie z interaktywnymi mapami i kalkulacją oszczędności energii, jako że są one bardziej atrakcyjnymi formami od podawania statycznej informacji w broszurze.

Podejmij wspólne wysiłki między firmami

Połączenie wysiłków dla zapewnienia pryszniców lub stojaków rowerowych, utworzenie przyjaznego środowiska wśród pracowników oraz pomysły na promocję i działania podnoszące świadomość – wszystko to pomaga w zbudowaniu kultury ruchu pieszego i rowerowego w celach związanych z miejscem pracy.



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.