



A pé e de bicicleta para o trabalho



Os locais onde se trabalha são os maiores geradores de tráfego, tanto à ida como à vinda e durante o dia de trabalho. Aumentar as deslocações a pé ou de bicicleta, pode poupar dinheiro às empresas, melhorar o moral e a saúde dos empregados e reduzir o consumo de energia.

Chaves para o sucesso

- Diretores e decisores de empresa que apoiem a mobilidade ativa são a chave para sensibilizar e promover a participação do modo pedonal e da utilização da bicicleta nas atividades de trabalho.
- Os trabalhadores precisam de incentivos e experimentação interativa para se comprometerem convictamente com o programa e as ideias inerentes à mobilidade sustentável, e ativa. Os incentivos poderão incluir o pequeno-almoço e a possibilidade de um duche quando chegam ao trabalho.
- O esforço coordenado entre organizações cria o sentido de comunidade, assim como desafios e oportunidades para que cada um se sinta envolvido. Este empenho coletivo fortifica ainda as relações profissionais entre os participantes.

As nossas atividades

No projeto Active Access um conjunto de atividades promoveram as deslocações a pé e de bicicleta para o trabalho.

- O dia “A pé para o trabalho” em Miercurea Ciuc, Roménia, para os funcionários do município de Harghita
- “Bicicleta segura em Murska Sobota” Campanha de sensibilização na Eslovénia acerca das deslocações em bicicleta para o trabalho
- “Para o trabalho sem o meu carro”, campanha para executivos e funcionários em Koprivnica, Croácia.
- Planos de mobilidade entre empresas e zonas empresariais em Annecy, França.



As campanhas deverão procurar a sensibilização através do prazer e dos benefícios que se obtêm a pé e de bicicleta, entre os empregados e diretores das empresas. Deverão proporcionar a oportunidade de experimentar e procurar que seja positiva a escolha da mobilidade ativa. Campanhas bem delineadas deixam vontade para a continuidade, no planeamento das deslocações e outras atividades.

Os Planos de Mobilidade são para estruturar um plano de ação e demais iniciativas. Os planos resultam dos dados locais sobre padrões de mobilidade, dos serviços disponíveis e das boas práticas noutros países. Providenciam um programa de atividades que representam o compromisso individual ou conjunto das empresas e são apoiados pelas autoridades municipais. São o enquadramento e o suporte para determinar a prioridade das ações e na procura dos financiamentos.

Etapas para o sucesso

Começar por conquistar o apoio dos diretores.

Os diretores têm evidente influência no desempenho da empresa pelo que merecem uma abordagem estratégica, em que sejam informados dos benefícios da mobilidade ativa e de como o seu próprio exemplo poderá ser relevante nas escolhas dos restantes. Causa uma boa primeira impressão, estando bem preparado e com material que ilustre bem as vantagens em se envolverem nestes objetivos.

Uma liderança convicta, no seio das empresas, pode ser um parceiro precioso na promoção das ideias associadas à mobilidade ativa junto dos funcionários, fomentar a participação e consentir alguma flexibilidade que contribua para um maior desenvolvimento nos planos ativos de mobilidade.

Identifique o seu ponto de partida

As cidades ou as empresas têm diferente entendimento prático da mobilidade ativa.

Reconhecer a necessidade de iniciar pela introdução dos conceitos (como em Murska Sobota) ou ampliar

ideias e reforçar programas existentes (como em Koprivnica). Promover campanhas e criar oportunidades de as divulgar junto dos média como forma de inspirar as pessoas a refletir acerca de ir a pé ou de bicicleta para o trabalho, não descorando a liderança dos políticos com influência local.

Começar com empresas que já demonstraram interesse na mobilidade ativa.

Resultados positivos nos eventos e campanhas ajudarão a criar melhor aceitação das políticas de transportes sustentáveis e a construir na comunidade expectativas e aceitação quanto a estas formas de deslocação. As empresas que demonstram propensão para participar e valorizam os benefícios dos modos ativos, poderão ser os guias no desenvolvimento de planos de mobilidade e serem exemplo para outras as seguirem.

Use bons exemplos locais

Bons resultados de empresas aderentes a estes modos de mobilidade devem ser usados para incentivar outras a conhecer o plano e a avaliar a eficiência em matéria de poupança que poderão obter. Dados locais, inquiridos aos utentes e taxas de participação poderão influenciar a decisão dos responsáveis. Tendo como ponto de partida hábitos correntes e estabelecendo objetivos alcançáveis, poderá ser demonstrado o sucesso e celebrá-lo.

Proporcione incentivos e eventos mobilizadores

Recompensando os participantes com pequeno-almoço ou disponibilizando chuveiros nos dias dos eventos, demonstrando e apresentando cálculos da poupança de energia da ação, será mais apelativo do que apresentar apenas informação estatística geral.

Destacar os esforços coletivos nas empresas

A partilha de recursos no fornecimento de chuveiros ou estacionamentos para bicicletas, promover competições amigáveis entre equipas e discutir coletivamente ideias para ações e sensibilização, ajuda a formar o hábito de deslocar-se a pé ou de bicicleta para o trabalho e nas deslocações diárias.



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.