



RISULTATO 2.4

IL BIKE SHARING PER I DIVERSI GRUPPI TARGET **SCHEDA INFORMATIVA**

WP 2: Comunicazione e
Organizzazione Centri di Conoscenza

Pubblicato in Novembre 2016
www.velo-citta.eu



Co-funded by the Intelligent Energy Europe
Programme of the European Union

La responsabilità per il contenuto di questo documento è degli autori e non riflette necessariamente l'opinione dell'Unione Europea. Né EASME né la Commissione Europea sono responsabili per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.



Content

Introduzione1

1	Requisiti del gruppo target1	
2	Come il bike sharing beneficia da.....	4
3	Sfide che i gruppi target portano con loro7	
4	Come affrontare...9	
5	Le attività di VeloCittà ...Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.	

Introduzione

I sistemi di bike sharing offrono un servizio di mobilità per una vasta gamma di (potenziali) utenti. A seconda della loro struttura organizzativa e operativa, soddisfano le esigenze di mobilità per il tempo libero, per il lavoro, per gli spostamenti e i viaggi quotidiani in città.

VeloCittà distingue cinque principali gruppi di destinatari: residenti, studenti, pendolari, dipendenti e turisti. Gli utenti potrebbero trovarsi in più gruppi target, ma questo punto di vista aiuta a valutarne i bisogni e i benefici su ampia scala.

Questa relazione valuta le esigenze di ogni gruppo target, i benefici che ciascuno porta al sistema, le sfide da affrontare e una serie di misure di comunicazione realizzate nel progetto.

1 Requisiti del gruppo target

Gruppi diversi hanno esigenze per un sistema di bike sharing da adattare ai propri bisogni di mobilità. Queste esigenze si riferiscono alla disposizione spaziale (ad esempio ubicazione della stazione), alla tecnologia, alla tariffa, all'informazione e al quadro delle condizioni complessive della sicurezza in bicicletta. I capitoli seguenti elencano i principali requisiti che i 5 gruppi target possono avere.

1.1 Residenti

I residenti formano il gruppo principale, anche se diverso da città a città. Accogliere le loro esigenze di trasporto e promuovere il cambiamento comportamentale verso una mobilità più sostenibile sono le principali motivazioni di realizzazione dei sistemi di bike sharing. Per soddisfare le loro esigenze e consentire l'utilizzo del bike sharing a lungo termine, devono essere soddisfatte alcune esigenze di base. I principali aspetti da considerare e migliorare sono:



- # Posizione delle stazioni: è molto importante che le stazioni siano localizzate vicino alle fermate del trasporto pubblico, vicino ad aree residenziali e a destinazioni quali i principali centri commerciali o punti di attrazione legati allo svago.
- # Prezzo: la convenienza economica di questo tipo di trasporto è uno dei fattori chiave per motivare gli abitanti a cambiare il loro modo quotidiano di viaggiare all'interno della città. Altre misure importanti sono gli abbonamenti mensili o annuali per rendere il servizio più conveniente e l'introduzione di programmi di fidelizzazione dell'utente.
- # Disponibilità: elevata disponibilità di biciclette e servizio di redistribuzione di biciclette ben equilibrato. L'ora di massimo utilizzo da parte dei residenti è di solito durante i fine settimana e dopo l'orario di lavoro, dato che la maggior parte di questo gruppo target utilizza le biciclette a fini di svago.
- # Sicurezza: i residenti hanno bisogno di percepire l'intero sistema - la registrazione, le biciclette e le infrastrutture ciclabili - come sicuro. Anche se un sistema di bike sharing può essere ampiamente conosciuto, come a Londra, se la percezione comune è che la ciclabilità nella propria città sia pericolosa questo può comprometterne completamente l'utilizzo.

1.2 Studenti

Gli studenti spesso utilizzano modalità di trasporto sostenibili e molti di loro vanno in bici. Sono un importante gruppo target per sistemi di bike sharing. Per soddisfare le loro esigenze e per un utilizzo a lungo termine del bike sharing, dovrebbero essere soddisfatti i seguenti requisiti.

- # Posizione: le stazioni di bike sharing dovrebbero essere posizionate nei campus e vicino alle aree dove alloggiano gli studenti. E' necessario svolgere una approfondita analisi degli spostamenti di studenti per soddisfare le loro esigenze di mobilità quotidiane (nel campus, dal campus a casa, dal campus alla biblioteca).
- # Disponibilità: un gran numero di biciclette dovrebbe essere disponibile presso le stazioni dei campus e in ogni altro luogo in cui un elevato numero di studenti ha la stessa necessità di mobilità nello stesso momento. Le stazioni di fronte agli edifici principali dovrebbero fornire almeno 20-50 biciclette / rastrelliere. Questo è possibile in quanto le aree dei campus sono spesso soggette a un minor numero di norme rispetto alle strade e aree adiacenti. Si deve tener conto che questo numero di biciclette è usato meno o per niente durante i fine settimana e le vacanze universitarie.
- # Prezzo: gli studenti hanno spesso il "lusso" di abbonamenti al trasporto pubblico scontati e spesso usano la propria bici, non sono disposti a pagare alti costi per l'utilizzo o per l'abbonamento.
- # Strumenti di accesso: la maggior parte degli studenti possiede lo smartphone o altri dispositivi; hanno familiarità con le tessere RFID e quindi non hanno bisogno di sofisticati terminali o altre infrastrutture di noleggio. Sbloccare le loro tessere di studenti (IDS studenti RFID o tessera trasporto pubblico) dà a tutti loro accesso al servizio ad un basso costo.



1.3 Pendolari

I pendolari hanno bisogno di opzioni affidabili per il loro trasporto quotidiano. Il bike sharing fornisce una soluzione dell'ultimo miglio per gli utenti del trasporto pubblico. Per fornire un sistema di bike sharing adatto alle loro esigenze, devono essere considerati i seguenti aspetti principali:

- # Prezzo: la convenienza economica di questo tipo di trasporto è uno dei fattori chiave per motivare le persone a cambiare il loro modo di viaggiare quotidiano all'interno della città. I pendolari dovrebbero poter usufruire di tariffe per l'uso regolare, come ad esempio abbonamenti mensili o annuali.
- # Posizione delle stazioni: le stazioni di bike sharing nei pressi delle fermate dei treni e della metropolitana e dei luoghi di lavoro sono essenziali. Un'altra soluzione strategica è il park-and-ride con stazioni in prossimità di aree di parcheggio.
- # Alta disponibilità di biciclette: biciclette e rastrelliere libere devono essere disponibili durante le ore di punta. Questo richiede una buona gestione di redistribuzione del sistema
- # Informazioni di viaggio: I pendolari richiedono informazioni integrate in tempo reale (ad es. App) per avere informazioni circa la disponibilità delle biciclette e di rastrelliere vuote in ogni momento
- # Biglietto integrato. Un biglietto integrato, preferibilmente con una unica tessera di accesso ne permette un facile e conveniente uso quotidiano

1.4 Dipendenti

I dipendenti utenti di bici condivise hanno solo una priorità: non deve avere problemi! Il cliente pagante della società in questo caso è il datore di lavoro. Il sistema di bike sharing, per essere competitivo con le altre modalità più diffuse di trasporto, deve essere migliore per:

- # Disponibilità: le stazioni devono essere disponibili presso la sede della società e nel punto di destinazione. Le biciclette devono essere disponibili in ogni momento. Devono essere rese disponibili funzioni di prenotazione per sedi aziendali al fine di aumentarne l'affidabilità.
- # Affidabilità: il lavoratore deve poter contare sul funzionamento tecnico della bici. Deve essere impeccabile per quanto riguarda le forature, le luci, la catena, il deragliatore e il cambio.
- # Prezzo e fatturazione: i datori di lavoro richiedono offerte interessanti con tariffe ridotte e / o offerte per dipendente. Inoltre, a seconda delle prescrizioni legali / fiscali locali, devono essere disponibili facili sistemi di fatturazione, preferibilmente con soluzioni IT-interfaccia condivise. Per i dipendenti, l'uso privato con lo stesso accesso e pagato dal datore di lavoro è un incentivo efficace.



1.5 Touristi

I turisti sono un gruppo target significativo in quasi tutti i sistemi di bike sharing. Per soddisfare i loro bisogni e un'immagine positiva del bike sharing inalterata nel tempo, devono essere rispettati alcuni requisiti base.

- # Alta visibilità: molti sistemi di bike sharing mancano di visibilità per i turisti. I turisti hanno bisogno di stazioni di bike sharing ben visibili lungo le principali attrazioni turistiche, vicino alla stazione dei treni e agli hotels.
- # Facilità d'uso: la registrazione dovrebbe essere il più semplice e chiara possibile e le informazioni sulla registrazione dovrebbero essere disponibili almeno in Inglese e preferibilmente anche in altre lingue dei principali paesi d'origine dei turisti.
- # Sicurezza: I turisti hanno bisogno di percepire l'intero sistema - registrazione, biciclette e percorsi ciclabili - come sicuro. Anche se un sistema di bike sharing può essere ampiamente conosciuto, come a Londra, se la percezione comune è che la ciclabilità nella destinazione turistica sia pericolosa, questo può comprometterne l'utilizzo.
- # Biglietto integrato: una unica tessera o biglietto per il trasporto pubblico e per le biciclette condivise offre ai turisti un viaggio multimodale semplice. Con la possibilità di collegare il bike sharing con altre modalità di trasporto, si creano nuove opzioni di trasporto.

2 Come il bike sharing beneficia da...

Affrontando i potenziali utenti non solo per aumentare il numero dei clienti, ciascun gruppo target è in grado di migliorare il funzionamento del sistema di bike sharing alle proprie esigenze e comportamenti specifici di utilizzo. Per un funzionamento efficace ed economicamente efficiente, gli operatori (gestori) devono rivolgersi a più di uno dei principali gruppi target, dal momento che i diversi luoghi e orari di utilizzo, i flussi di fatturato e la richiesta di infrastrutture portano il sistema verso l'equilibrio (verso il suo assetto ottimale).

2.1 Residenti

Se si coinvolgono attivamente i residenti e li si considera come utenti per il sistema di bike sharing locale, questi generano una serie di vantaggi per il sistema stesso e per il Comune.

- # Visibilità e percezione: I residenti possono aumentarne il volume, aggiungendo così visibilità generale al sistema. Possono influenzare positivamente altri utenti parlandone. Se i residenti diventano clienti soddisfatti si fidelizzano al sistema a lungo termine.
- # Dimensioni del sistema e densità: stazioni nuove o più grandi su importanti attrazioni del tempo libero, come stadi, centri commerciali, luoghi balneari locali o laghi contribuiscono direttamente alla dimensione complessiva schema.
- # Fatturato: anche se i residenti non hanno individualmente una grande predisposizione a pagare, possono contribuire collettivamente al sistema. Anche una domanda



consistente da parte di persone che vivono all'interno della città è un bene per la sostenibilità economica del sistema, in quanto fornisce un concreto introito.

- # **Comportamento di mobilità:** il comportamento di mobilità dei primi anni di una persona può avere un impatto duraturo sul comportamento nella vita adulta. I residenti familiarizzano con la mobilità condivisa e con la ciclabilità in generale fin dalla giovane età e questo può cementare uno stile di vita indipendente dall'auto. Inoltre, l'esperienza positiva della ciclabilità per i residenti può portare un valore aggiunto e benefici non solo sui sistemi di bike sharing ma più in generale per la mobilità in bicicletta.

2.2 Studenti

La scelta di coinvolgere attivamente gli studenti come utenti per il sistema di bike sharing locale genera una serie di vantaggi per il sistema stesso, per l'università e per il Comune.

- # **Visibilità e percezione:** gli studenti usano le bici frequentemente e in quantità elevata. La visibilità dell'intero sistema può essere aumentata.
- # **Dimensioni del sistema e densità:** nuove o più grandi stazioni nelle sedi universitarie, vicino ai campus o in prossimità degli alloggi degli studenti contribuiscono direttamente alla grandezza del sistema complessivo.
- # **Fatturato:** anche se gli studenti non hanno una alta disponibilità individuale a pagare, possono contribuire collettivamente al sistema. L'abbonamento al sistema di bike sharing può per esempio essere incorporato nelle tasse universitarie ricevendo così un piccolo contributo ma da un grande numero di persone.
- # **Apertura del mercato:** le università costituiscono il terreno ideale per attivare il bike sharing in città dove questo (ancora) non esiste. Gli operatori possono costruire un grande sistema universitario per convincere il Comune che il bike sharing integra il contesto di mobilità della città.
- # **Sviluppo del prodotto:** gli studenti sono creativi e disposti a dedicare tempo e passione nello sviluppo di concetti e prodotti futuri. Gli operatori possono utilizzare questo potenziale per migliorare i loro servizi con nuove idee.

2.3 Pendolari

L'esperienza positiva e l'uso regolare dei pendolari apportano valore e vantaggi non solo per i sistemi di bike sharing, ma anche per il trasporto pubblico e l'intero contesto globale di mobilità.

- # **Visibilità:** così come altri utenti più assidui, i pendolari usano le bici regolarmente rendendo le bici, e quelle del bike sharing in particolare, visibili nelle strade.
- # **Dimensioni del sistema e densità:** grandi stazioni alle fermate dei mezzi pubblici, strutture bike and ride nei luoghi di lavoro contribuiscono direttamente alla dimensione generale disponibilità del sistema.



La redistribuzione: i pendolari sono un gruppo target affidabile in termini di tempo di utilizzo e di posizione. Forniscono così all'operatore informazioni affidabili sulla redistribuzione.

Fatturato: I pendolari, poiché utilizzano soprattutto abbonamenti mensili o annuali, producono un flusso di entrate costante e affidabile.

Trasporto pubblico: a seconda della strategia complessiva, il bike sharing può ridurre la pressione dell'intero sistema di trasporto pubblico o aumentarne l'utilizzo rendendolo più attrattivo con offerte integrate e soluzioni affidabili del primo/ultimo miglio.

2.4 Dipendenti

I dipendenti sono un soggetto difficile da raggiungere perché possono essere affrontati solo indirettamente attraverso il loro datore di lavoro. Il cliente pagante dell'operatore del sistema di bike sharing è la società che ha bisogno di essere consapevole dei vantaggi del bike sharing. In ogni caso, coinvolgere le aziende e i loro dipendenti porta una serie di vantaggi per il sistema di bike sharing:

- # Dimensioni del sistema e densità: le stazioni nuove o allargate in zone industriali o in prossimità di grandi edifici per uffici contribuiscono direttamente alla dimensione complessiva del sistema. Le aziende possono partecipare all'investimento per la stazione e "ordinare" le proprie stazioni.
- # Fatturato: contratti quadro con grandi datori di lavoro offrono un flusso di entrate considerevoli al sistema. Nonostante tariffe ridotte, possono creare un fatturato affidabile e significativo.
- # Immagine: la partnership con grandi aziende può portare vantaggi di immagine per entrambe le parti. I datori di lavoro rafforzano la loro immagine green mentre l'operatore del bike sharing è percepito come partner affidabile dell'industria locale.

2.5 Touristi

Non tutti i sistemi di biciclette permettono ai turisti di registrarsi al bike sharing perché questo è in concorrenza con i servizi di noleggio biciclette privati e ciò è spesso considerato un'indebita intromissione del mercato con denaro pubblico. Ma nei sistemi dove i turisti sono autorizzati a registrarsi, essi formano un gruppo target vantaggioso.

- # Visibilità e percezione: per molte città, i turisti sono così tanti che diventano un grande potenziale aumento della visibilità complessiva del sistema. Le loro esperienze positive con il bike sharing apportano valore aggiunto e vantaggi non solo ai sistemi di bike sharing, ma più in generale alla mobilità ciclabile.
- # Branding della città: le città sono spesso in competizione per attrarre turisti e ospiti e investono grandi risorse per presentare se stesse come moderne e innovative. In tale contesto, la condivisione delle bici può essere vista come un servizio ecologico per sostenere la modernità e l'individualità di una città. Conoscere la città in bicicletta può essere promosso in modo più attivo, come un'esperienza unica. I



sistemi di bike sharing e il marketing della città dovrebbero andare di pari passo e aprire nuove aree per i visitatori.

- # Dimensioni del sistema e densità: stazioni nuove o più grandi nelle principali destinazioni turistiche, in prossimità di grandi hotels o di centri congressi contribuiscono direttamente alle dimensioni dell'intero sistema.
- # Fatturato: I turisti generalmente hanno una elevata disponibilità individuale di spesa e possono quindi contribuire considerevolmente ad introiti aggiuntivi per il sistema.

3 Sfide che I gruppi target portano con loro

Coinvolgere diversi gruppi target comporta sfide diverse che devono essere considerate in termini operativi e di costi. Uno sguardo ai vantaggi e alle sfide, ai potenziali effetti dei gruppi target l'uno su l'altro - che a volte si neutralizzano o si amplificano a vicenda - è essenziale per una chiara e sostenibile funzionalità del sistema di bike sharing.

3.1 Residenti

Oltre a portare vantaggi al sistema locale di bike sharing, I residenti possono anche metterlo alla prova.

- # Costi operativi: realizzare le infrastrutture del sistema di bike sharing in tante aree residenziali e dar loro adeguata redistribuzione è costoso. Le città spesso scelgono di partire su una scala più ridotta e nel centro della città.
- # Posizione delle stazioni: i residenti sono, ovviamente, distribuiti in tutta la città, mentre la maggior parte delle stazioni, nella maggior parte dei casi, è nel centro della città, vicino a siti turistici o nelle principali aree industriali o di servizi. I quartieri lontani spesso hanno una minore densità di potenziali clienti e quindi molte meno biciclette a disposizione. Questo potrebbe scoraggiare I residenti nel provare il sistema e portare quindi un piccolo bacino potenziale di clienti. Il Comune dovrebbe focalizzare azioni di marketing su sub-segmenti di residenti che vivono nel centro città o in prossimità di altre stazioni.
- # Opposizione locale: i residenti possono rifiutare il bike sharing a causa, ad esempio, del fatto che le bici occupano i marciapiedi, o per il potenziale pericolo di avere ciclisti vicino ai giardini o alle zone frequentate da anziani o perdere posti di parcheggio per le auto. I residenti sono più inclini rispetto ad altri segmenti ad organizzare l'opposizione contro il sistema attraverso gruppi di interesse locali e coordinando le proteste verso il comune.

3.2 Studenti

Gli studenti non solo portano benefici per il sistema di bike sharing locale, ma possono anche testarlo.

- # Disponibilità del sistema: quando i costi individuali sono bassi, il sistema è molto utilizzato dagli studenti. Lunghi e frequenti utilizzi in alcuni "punti caldi" riducono la disponibilità complessiva di biciclette per gli altri utenti.



Costi operativi: I modelli di movimento collettivo degli studenti sfidano il sistema di redistribuzione dell'operatore. Molte biciclette devono essere spostate dai punti centrali alle stazioni circostanti, ad esempio quando tutte le bici del campus sono alla mensa, nello stesso momento. Inoltre i costi di manutenzione complessivi aumentano quando le bici sono molto utilizzate.

Fidelizzazione temporanea del cliente: una volta laureati, gli studenti tendono ad allontanarsi dalla città di istruzione. Così la fidelizzazione dei clienti spesso finisce.

3.3 Pendolari

Disponibilità delle biciclette: i pendolari utilizzano fortemente le bici durante le ore di punta nei giorni feriali da e per le fermate del trasporto pubblico e dei luoghi di lavoro. Questo carico concentrato sul sistema costituisce una grande sfida per la redistribuzione.

Fatturato: una volta che i pendolari utilizzano le bici condivise nel loro comportamento di mobilità quotidiana, lo usano di frequente, spesso più di 100 volte l'anno. E mentre l'operatore offre abbonamenti annuali o mensili, il fatturato per viaggio affonda. Siccome i pendolari difficilmente usano le bici per più di 30 minuti, che è il lasso di tempo già coperto dal pagamento regolare, non viene generato alcun fatturato aggiuntivo.

3.4 Dipendenti

I dipendenti uniti ai loro datori di lavoro portano alcune sfide che si differenziano dagli altri gruppi target:

- # Fidelizzazione degli utenti: i dipendenti che non trovano bici a disposizione anche solo per un paio di volte, potrebbero ritornare ai loro mezzi di mobilità aziendale precedenti. Dato che i dipendenti non sono direttamente collegati al gestore, lo sviluppo di fidelizzazione del cliente può essere difficile
- # Fatturato: se i principali datori di lavoro concludono, l'operatore del sistema di bike sharing perde un considerevole importo di fatturato del sistema.
- # Localizzazione: ogni volta che un datore di lavoro decide di non offrire più questo sistema per i dipendenti, le infrastrutture specifiche nei locali aziendali diventano ridondanti.

3.5 Touristi

Non tutti i sistemi permettono ai turisti di registrarsi. Alcuni dei seguenti punti potrebbero essere le ragioni:

- # Disponibilità del sistema: noleggi lunghi e molto frequenti in poche stazioni riducono l'intera disponibilità di biciclette per gli altri utenti. La redistribuzione può essere logisticamente complessa in un centro città affollato e senza auto.
- # Costi operativi: costruire una infrastruttura del sistema di bike sharing nel centro turistico o in prossimità a siti popolari è spesso difficile dovuto alla protezione dei



monumenti e di mancanza di spazio. Inoltre I costi di manutenzione aumentano quando le bici sono frequentemente usate.

- # Bassa fidelizzazione del cliente: I turisti sono per definizione solo visitatori per breve periodo e quindi non diventano un cliente base fisso e affidabile.
- # Sicurezza: I turisti non hanno familiarità con la ciclabilità, che può offrire sfide che riguardano la sicurezza e le relative infrastrutture.
- # Noleggi privati di biciclette: gli operatori privati di società di noleggio bici spesso considerano il bike sharing un servizio finanziato pubblico

4 Come affrontare...

Il seguente capitolo contiene consigli e suggerimenti per affrontare i cinque principali gruppi target e per soddisfare le loro esigenze di un sistema di bike sharing.

4.1 Residenti

Sono raccomandante le seguenti azioni:

- # Includere residenti, ove possibile, nel processo di pianificazione in sede di attuazione o espansione di un sistema di bike sharing. Dare loro la possibilità di affrontare I loro desideri, paure o reclami e rispondere.
- # Utilizzare tante diverse occasioni in città per rendere i residenti consapevoli e accoglienti del sistema di bike sharing. Per esempio l'apertura di un nuovo centro commerciale o di una piscina, un grande festival di musica, notizie sull'aumento della congestione, ecc Il sistema dovrebbe trasformare queste occasioni in (prime) pedalate e in esperienza positiva per il cliente
- # Utilizzare i settori comunali per promuovere e illustrare il sistema di bike sharing, ad esempio i settori anagrafe e stato civile per i nuovi residenti, l'istruzione, i trasporti, la sicurezza, ecc. A titolo di esempio, i nuovi residenti possono ricevere brochure e buoni per l'utilizzo del sistema di bike sharing locale con i loro documenti di registrazione.
- # Utilizzare i canali di comunicazione locali come radio locali, giornali, riviste porta a porta, per fornire campagne informative sul sistema e sulle opportunità, aspetti sanitari, convenienza etc.
- # Sottolineare che l'aumento della disponibilità di sistemi di condivisione di biciclette probabilmente porterà ad aumentare i valori delle proprietà, a migliorare la salute nel quartiere e l'ambiente urbano che diventerà più vibrante. Si potrà beneficiare inoltre di vantaggi economici.

4.2 Studenti

Gli operatori dei sistemi di biciclette pubbliche con target studenti devono considerare che gli stessi si suddividono in due gruppi diversi: gli studenti utenti del sistema e università o organizzazioni studentesche come contribuenti.



- # Definire gli obiettivi precisi che si vogliono raggiungere attraverso il coinvolgimento di studenti (ad esempio, aumentare il numero di biciclette e di stazioni, acquisire ulteriore fatturato, aumentare la visibilità, rafforzare la rete locale) e monitorare i risultati.
- # Incorporare l'identità visiva del rispettivo istituto, ad esempio utilizzando i colori universitari e il logo per le stazioni in prossimità, una applicazione o supporti dedicati
- # Rivolgersi agli studenti mantenendo la comunicazione semplice, sottolineando gli aspetti di flessibilità, sostenibilità, il divertimento, la convenienza, la modernità e l'identificazione con la città e l'università.
- # Rivolgersi alle università e alle organizzazioni studentesche illustrando aspetti di sostenibilità, guadagni da immagini, strategie di mobilità e reti di stakeholders locali.
- # Il marketing e la comunicazione attraverso diversi gruppi di stakeholders è ben sviluppato nelle università e nelle istituzioni analoghe. Utilizzare le infrastrutture esistenti di comunicazione: riviste, informazioni periodiche, applicazioni o newsgroup. Inoltre, essere presenti in occasione di eventi e utilizzare la possibilità di contribuire al lavoro accademico con lezioni o seminari.

4.3 Pendolari

Raccomandazioni:

- #
- # Collaborare con l'operatore del trasporto pubblico locale per fornire informazioni integrate, soluzioni di accesso e campagne di comunicazione ai pendolari
- # Lavorare insieme con le aziende. I datori di lavoro e i Mobility Manager possono essere attori collaborativi e contribuire ad incoraggiare i dipendenti a provare il sistema di bike sharing (es. campagne su sconti, indirizzare la comunicazione all'interno degli edifici delle società ...)
- # Fornire una maggiore capacità alle fermate del trasporto pubblico centrali e nei luoghi di lavoro.
- # Utilizzare campagne esistenti, come ad esempio "La Sfida Europea in Bicicletta" per promuovere gli spostamenti "bike to work".

4.4 Dipendenti

Gli operatori dei sistemi di biciclette pubbliche che si rivolgono ai dipendenti devono considerarne due gruppi diversi: i dipendenti come utenti del sistema e i datori di lavoro come potenziali contribuenti. Si raccomandano le seguenti azioni:

- # Contattare le società nell'area industriale o nelle aree con grandi edifici per uffici e farli diventare sponsors paganti per la realizzazione delle stazioni,



- # Fare un'offerta alle aziende includendo un abbonamento anticipato per i dipendenti, un programma di fidelizzazione o di sponsorizzazione della stazione. Possono essere inclusi assicurazione e fornitura di caschetti.
- # Rendere disponibili più stazioni nella zona industriale per i dipendenti che utilizzano il sistema di bike sharing in combinazione con il trasporto pubblico

4.5 Touristi

Rivolgersi ai turisti, essendo in città solo per un tempo limitato, come segue:

- # Rendere il sistema di bike sharing il più possibile accessibile ai turisti. Fornire i siti web e le informazioni in loco nelle diverse lingue e garantire facilità di abbonamento e pagamento.
- # Collaborare con gli alberghi per offrire loro le bici come opzione di mobilità flessibile durante il soggiorno dei turisti. I sistemi con procedure di registrazione complessa devono essere in grado di fornire alle strutture schede di accesso e software di fatturazione che permettano agli ospiti di utilizzare il servizio senza registrazione supplementare.
- # Includere il bike sharing nella tessera (card) che la città offre ai visitatori e ai turisti.
- # Dare ai turisti un senso di sicurezza, fornendo istruzioni di cosa ci si aspetta da loro in termini di comportamento, di rispetto delle norme e dei regolamenti stradali, cosa possono aspettarsi sulla strada.
- # Creare percorsi ciclabili semplici all'interno e all'esterno della città con informazioni sulle attrazioni da visitare. Fornire per esempio il percorso dell'architettura, il percorso del cibo, il percorso dei parchi, il percorso storico, il percorso fluviale, ecc...

5 Le attività di VeloCittà

Durante il progetto VeloCittà, sei partner in cinque città hanno attivato una serie di misure indirizzate ad utenti esistenti o potenziali. Alcune di queste misure sono brevemente descritte nei capitoli seguenti. Per maggiori dettagli, consultare il "Rapporto su tutte le attività operative e di comunicazione" (risultato di progetto numero 3.5).

5.1 Burgos

Il sistema di bike sharing locale BiCiBUR è stato ottimizzato in molti modi durante VeloCittà. È stato aggiornato con 100 nuove biciclette ed è stato introdotto un nuovo sito web. A seguito dell'introduzione del pagamento dell'abbonamento annuale di 15 € il numero degli abbonati è crollato. L'obiettivo principale della campagna di Burgos è stato quello di aumentare il numero complessivo degli abbonati. BiCiBUR ha raddoppiato il numero di utenti attivi da meno di 500 nel 2014 a circa 1.000 nel 2016.



Ciò è avvenuto principalmente concentrandosi sui residenti, studenti e pendolari. Nella campagna del 2016 il focus è stato sull'ampia informazione delle opzioni di abbonamento e una lotteria per i nuovi utenti.



Figura 1: Poster che informa della lotteria per nuovi utenti

BiCiBUR ha inviato promotori all'università e agli eventi degli studenti per far conoscere l'offerta tra gli studenti. La tessera elettronica dello studente può essere utilizzata per l'accesso al sistema BiCiBUR dopo una procedura di registrazione semplificata.



Figura 2: Promotori all'Università

Met opmerkingen [JK1]: <https://drive.google.com/open?id=0B8rUmAKCXnzLT3R4dEhZazdGcGs>

Met opmerkingen [JK2]: High-res needed



Per rafforzare l'integrazione di BiCiBUR con i mezzi di trasporto pubblico, è stata promossa la possibilità di utilizzare il sistema di bike sharing con la BonoBur durante il progetto



t.

5.2 Cracovia

Cracovia ha svolto le procedure di gara e di implementazione del nuovo sistema di bike sharing durante il progetto. Pertanto, le attività si sono concentrate sulla promozione generale della ciclabilità e di informazione circa l'imminente arrivo del bike sharing. Nell'estate del 2016 è stato presentato al pubblico il nuovo sistema con le bici.

Il settore Infrastrutture e trasporti (ZIKiT) ha effettuato un'indagine per permettere alle persone locali di decidere sul nuovo nome del sistema. Tra le quattro opzioni, è stata scelta WAVELO che rappresenta il nuovo bike sharing locale.



Figura 3: La nuova WAVELO

Met opmerkingen [JK3]: High-res needed



Figura 4: Escursione turistica in bicicletta

L'amministrazione comunale ha offerto due diversi tipi di escursioni, uno per i residenti e concentrandosi sulla sicurezza della ciclabilità quotidiana in bicicletta a Cracovia, e uno con tour a tema per i turisti.

Per aumentare la ciclabilità in generale e il bike sharing in particolare tra gli studenti, l'amministrazione comunale ha sponsorizzato gli studenti in bicicletta in occasione di eventi universitari.



Figura 5: Sponsorizzazione studenti del 53. Endorphins Rally of University of Technology a Kraków

5.3 Londra

Le biciclette Santander a Londra sono promosse da TfL (Transport for London) e Santander con campagne cittadine. Questo lascia poco spazio per le attività individualizzate ma TfL sostiene i quartieri con eventi in loco, fornendo proprio personale che illustra il sistema ai referenti dei vari quartieri.

Lambeth ha focalizzato le campagne su residenti in quartieri specifici e sugli studenti che vivono nel quartiere.

Met opmerkingen [JK4]: High res and without frame

Met opmerkingen [JK5]: High-res and without frame



Figure 6: Poster rivolto ai residenti Lambeth



Figure 7: Poster di Lambeth

Met opmerkingen [JK6]: File available on Google Drive
<https://drive.google.com/open?id=0B3iTovHSye7IM3B5UWtMU3o0NGc>

Met opmerkingen [JK7]: High-res pics



Figure 8: Pup-up per residenti al parco giochi a Lambeth



Figure 9: Acrobazie in bici a Lambeth



Figure 10: Informazione ai residenti a Lambeth

Met opmerkingen [JK8]: High-res pics

Met opmerkingen [JK9]: File available on Google Drive
<https://drive.google.com/open?id=0B3iTovHSye7IM3B5UWtMU3o0NGc>

Met opmerkingen [JK10]: File available on Google Drive
<https://drive.google.com/open?id=0B3iTovHSye7IM3B5UWtMU3o0NGc>



Figure 11: Promozione del bike sharing a Lambeth

Londra Southwark ha deciso di utilizzare metodi più tradizionali per una parte rilevante della campagna di marketing e per l'installazione di Harper Road di provare una tecnica di marketing più sperimentale - dando letteralmente vita al messaggio. Inizialmente, "La luce segue il comportamento" è stata progettata per funzionare su un impianto di illuminazione. Sono stati riscontrati dei problemi durante il processo di progettazione in quanto le colonne di luce esistenti non si sono rivelate in grado di reggere il peso di eventuali strutture di illuminazione aggiuntive. Per questo non si sono continuate le fasi di costruzione e installazione.

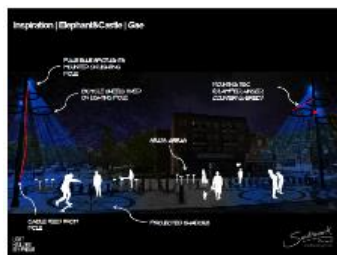


Figure 12: Concetto di installazioni luci

Il Collegio delle comunicazioni di Londra è stato incaricato di sviluppare l'idea per Harper Road. Il prodotto finale è stato volutamente reso assoggettabile a possibili "aperture" sin dall'inizio, per permettere ai progettisti laureati di rispondere alla comunità locale e sviluppare un concetto per promuovere efficacemente il bike sharing Santander. I progettisti hanno intervistato la gente per strada prima di sviluppare un concetto. Il design Superdigits è stato concepito come una risposta alle osservazioni di quei residenti locali o imprese che non conoscevano quanto i poli attrattivi siano vicini alla ciclabilità. (La maggior parte delle risposte sul perché non vanno in bicicletta o perché non utilizzano il bike sharing Santander è dovuta alla percezione che la ciclabilità non sia sicura. Il primo commento a tutte le interviste riguarda le barriere alla ciclabilità di Londra). I Superdigits definiscono chiaramente quanto grande sia quella distanza - con numeri cubitali appoggiati sopra i percorsi pedonali.

Met opmerkingen [JK11]: File available on Google Drive
<https://drive.google.com/open?id=0B3iTovHSye7IM3B5UWtMU3o0NGc>



Figure 13: Concetto "Super Digits"



Figure 14: "Super Digits" sulla strada

La campagna #cyclehappy a livello di quartiere combinava elementi su strada e la comunicazione on-line per promuovere il bike sharing e la ciclabilità in generale, per i residenti e i dipendenti.



Figure15:Grande campagna di Borough cyclehappy nell'estate del 2016



Figure 16: #cyclehappy per dipendenti

In aggiunta a questi approcci individuali, Southwark ha anche collaborato con Transport for London per rivolgersi a residenti, studenti dell'Università South Bank e imprese. TfL ha sostenuto le campagne con buoni gratuiti, personale sul posto per informare i potenziali utenti e materiali di marketing.



Figure 17: Santander supporta la giornata Cycle to Work

Gli sforzi di comunicazione in corso e la stretta collaborazione con TfL e gli operatori del sistema hanno dimostrato di avere successo. Nel 2015, circa 3.300 residenti si sono abbonati al servizio di biciclette Barclays usandole con più di 300.000 prese.

5.4 Padova

Sia l'operatore del sistema GoodBike di Padova, Bicincittà, che l'amministrazione comunale di Padova sono partners del progetto VeloCittà. Durante il progetto hanno lavorato insieme per migliorare il sistema.

Il principale focus è stato sui residenti. Sono stati sviluppati nuovi materiali quali ad es. volantini e poster. La campagna è stata accompagnata da attività social media e spots radiofonici. Durante la primavera 2016 sono stati trasmessi 360 spot dalle stazioni delle radio locali per promuovere il sistema.

Nello stesso tempo è stata introdotta una nuova app GoodBike per facilitare i processi di registrazione ed uso.



Figure 18 Poster della campagna

Met opmerkingen [JK12]: File available on Google Drive
<https://drive.google.com/open?id=0B3iTovHSye7IRWNfVDZITUqG8>



Figure 19: Volantino GoodBike



Figure 20: Evento ciclabile con l'Assessore alla Mobilità

L'amministrazione comunale ha inserito GoodBike nei propri eventi per la promozione della ciclabilità in generale, soprattutto indirizzati a residenti e studenti. I politici come l'Assessore alla Mobilità hanno partecipato e aiutato nella promozione sui media per sostenere la ciclabilità quale argomento di vitale importanza per la città.

GoodBike e l'amministrazione della città erano presenti agli eventi della Settimana della Mobilità Sostenibile, ad Expobici (Fiera della città), a M'illumino di meno e tanti altri.



Figure 21: Festa della bicicletta 2015

Oltre a questo, sono stati applicati sconti per studenti e pendolari che si sono registrati nel periodo della campagna. Inoltre, 30 mobility managers delle società locali hanno ricevuto informazioni sul servizio e hanno dato supporto nel fornire informazioni ai loro dipendenti circa l'offerta.

Met opmerkingen [JK13]: Hig-res pic

Met opmerkingen [JK14]: High-res pic with GoodBikes on them. None of the event pictures is really good enough



Figure 22: Brochure per studenti

5.5 Szeged

CityBike Szeged è gestito privatamente senza supporto finanziario da parte del Comune di Szeged da Sund. Durante VeloCittà, Sund ha migliorato l'identità corporativa, aggiornato il sito e sviluppato una serie di prodotti promozionali quali ad. es. Magliette, stickers...



Figure 23: prodotti promozionali CityBike

Met opmerkingen [JK15]: High-res pic

Met opmerkingen [JK16]: Hig-res pic



La questione chiave per l'operatore è stata quella di rendere CITYBIKE ampiamente conosciuto e stabilire l'offerta in città. E' stata sviluppata e commercializzata la Citybike Pass di nuova concezione (RFID) .

Sund ha lavorato anche sul rafforzamento della collaborazione con la città. E' stata prodotta una brochure, che include anche l'offerta Citybike e distribuita a 75.000 famiglie da parte dell'amministrazione comunale.



Figure 24: Festa promozionale



Figure 25: Bike Tour al Rose Festival

Inoltre, Citybike Szeged era presente a diversi eventi stagionali con una particolare attenzione per i residenti, studenti e turisti. Sono stati distribuiti buoni omaggio, in questa ed altre occasioni attivate per potenziali utenti. Da ottobre 2014 a ottobre 2016, il numero degli utenti è aumentato da 1.600 a 3.900.



Figure 26: Coupons per prova gratuita

Met opmerkingen [JK17]: Hig-res pic

Met opmerkingen [JK18]: Hig-res pic

Met opmerkingen [JK19]: Hig-res pic



About VeloCittà:

The European VeloCittà project brought together five cities that seek to improve their existing bike sharing schemes. In London (UK), Krakow (PL), Burgos (SP), Padua (IT) and Szeged (HU) the performance of the bike sharing system was enhanced through two complementary approaches. On the one hand marketing campaigns tailored to certain target groups, like students or commuters. And on the other hand adoption of the most effective available operational solutions with regard to organisational and financial aspects as well as political involvement. The ultimate benefit of VeloCittà is that it provides inspiration and builds capacity and knowledge in local authorities and bike sharing stakeholders to boost the uptake of bike sharing.

VeloCittà is a demonstration project co-funded by the Intelligent Energy Europe Programme of the European Commission. It had 11 project partners. It ran from March 2014 – February 2017.

For more information, questions, project outputs and reports, please visit www.velo-citta.eu or send an email to info@dtvconsultants.nl

Partners:

