krbrd

Dodano: 14 grudnia, 2020



Projekt pn. ***„Działania edukacyjne na rzecz poprawy bezpieczeństwa pieszych i ograniczenia nadmiernej prędkości pojazdów”*** w ramach działania 3.1 Rozwój drogowej i lotniczej sieci TEN-T oś priorytetowa III: Rozwój Sieci Drogowej TEN-T i Transportu Multimodalnego Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014 – 2020

Celem projektu jest osiągnięcie poprawy poziomu bezpieczeństwa ruchu drogowego. Podejmowane działania dożyły do wywołania refleksji, zainteresowania ale przede wszystkim do uświadomienia uczestników ruchu drogowego jak istotne jest przestrzeganie obowiązujących przepisów ruchu drogowego. Zmiana postaw miała swoje odzwierciedlenie w zmniejszeniu liczby ofiar śmiertelnych i rannych w wypadkach drogowych spowodowanych przede wszystkim nadmierną prędkością jak również ofiar wypadków spowodowanych przez pieszych. Kampanie realizowane w ramach projektu maja wymiar edukacyjno – informacyjny, co będzie miało wpływ na zmianę zachowań wszystkich uczestników ruchu drogowego. Z analizy statystycznej oraz na podstawie oceny wzajemnych relacji „pieszy-kierowca”, wynika, że niezbędna stała się realizacja kolejnej kampanii społecznej mającej na celu uświadomienie wszystkich użytkowników dróg o prawach i obowiązkach pieszego, w tym prawidłowego zachowania się przy przekraczaniu przejść dla pieszych oraz konsekwencjach przekraczania nadmiernej prędkości w obszarze zabudowanym.

Wartość projektu wynosi 30 550 000 zł.

W ramach projektu dotyczącego działań edukacyjnych na rzecz

poprawy brd, zostały przeprowadzone dwa główne zadania wraz z działaniami edukacyjna – promocyjnymi. Zadania
te polegają na:

1. Realizacji kampanii społecznej dotyczącej ochrony pieszych w obszarze przejść dla pieszych i
   zachowania szczególnej ostrożności przez pieszych przy wchodzeniu na przejście dla pieszych, która obejmuje zakup spotów reklamowych oraz czasu antenowego w ogólnopolskiej telewizji i radiu.

Łączna wartość kampanii wyniosła 13 525 000 zł.

2. Realizacji kampanii społecznej na rzecz ograniczenia nadmiernej prędkości i przestrzegania
   obowiązujących limitów prędkości, która obejmowała zakup spotów reklamowych oraz czasu antenowego w ogólnopolskiej telewizji i radiu.

Łączna wartość kampanii wyniosła 13 525 000 zł.

W celu zwiększenia efektywności dotarcia kampanii do grupy docelowej (uczestników ruchu drogowego, w szczególności osób w wieku 18-79 lat) obie kampanie społeczne objęto działaniami informacyjno – promocyjnymi, które obejmowały następujące elementy:

- reklama zewnętrzna (np. emisja spotów w kinach przed seansami filmowymi, emisja w środkach transportu publicznego (np. pociągi dalekobieżne, komunikacja miejska, billboardy).
- materiały promocyjne nawiązujące do kampanii np.: uzupełniające i utrwalające jej przekaz. Materiały promocyjne dystrybuowane są m.in. podczas konferencji prasowej, przeznaczone na nagrody w ramach konkursów mających na celu propagowanie właściwych zachowań w ruchu drogowym organizowanych w ramach promocji kampanii za pośrednictwem mediów społecznościowych.
- cykl dedykowanych audycji tematycznych w TV i radio o

zasięgu ogólnopolskim w formie programów lub magazynów tematycznych uwzględniających rozmowy w studio o charakterze merytorycznym i poradnikowym, w których wezmą udział specjalnie zaproszeni goście – specjaliści z zakresu bezpieczeństwa ruchu drogowego.

- konferencja prasowa inaugurująca kampanie, na której przygotowane spoty zostaną zaprezentowane. Konferencja będzie miała na celu przedstawienie założeń kampanii i konsekwencji nieprzestrzegania przepisów ruchu drogowego.
- działania w Intrenecie – w tym działania w mediach społecznościowych (np. Facebook, Twitter, Instagram, czy współpraca z popularnymi blogerami w celu propagowania bezpiecznych zachowań w ruchu drogowym).

Łączna wartość działań informacyjno- promocyjnych wyniosła 3 300 000 zł.