    

Projekt pn. „***Działania edukacyjne dotyczące respektowania obowiązujących przepisów ruchu drogowego”* POIS.03.01.00-00-0035/17** 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

Głównym celem projektu było kształtowanie odpowiednich zachowań społecznych oraz zmiana postaw uczestników 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 niedostosowaniem prędkości do warunków panujących   
na drodze i nieustąpieniem pierwszeństwa przejazdu.

W ramach projektu dotyczącego respektowania obowiązujących przepisów ruchu drogowego, zostały przeprowadzone dwa główne zadania wraz z działaniami edukacyjna – promocyjnymi. Zadania   
te polegały na:

1. Realizacji kampanii społecznej dotyczącej nadmiernej prędkości, która obejmowała zakup spotów reklamowych oraz czasu antenowego w ogólnopolskiej telewizji i radiu.

**Łączna wartość kampanii wyniosła 10 227 333,77 zł.**

1. Realizacji kampanii społecznej dotyczącej konieczności udzielenie pierwszeństwa przejazdu przez kierowców, która obejmowała zakup spotów reklamowych oraz czasu antenowego   
   w ogólnopolskiej telewizji i radiu.
2. **Łączna wartość kampanii wyniosła 10 276 470,48 zł**.

W celu zwiększenia efektywności dotarcia kampanii do grupy docelowej (uczestników ruchu drogowego, w szczególności osób w wieku 18-59 lat) obie kampanie społeczne objęto działaniami informacyjno – promocyjnymi, które obejmowały następujące elementy:

* Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie/organizacje interaktywnej konferencji on-line, podczas której została zaprezentowana kampania społeczna.
* Zapewnienie emisji informacji o starcie kampanii społecznej w głównym wydaniu serwisu informacyjnego/audycji/magazyn telewizyjnego itp., w przynajmniej dwóch ogólnopolskich stacjach telewizyjnych.
* Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie działań mających na celu promocję kampanii społecznej w Internecie.
* Zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej z wykorzystaniem zewnętrznych nośników reklamowych o powierzchni 12m2 (outdoor) we wszystkich województwach w Polsce.
* Zakup czasu emisyjnego w kinach we wszystkich województwach w Polsce (tzw. stolicach województw).

**Łączna wartość działań informacyjno- promocyjnych wyniosła 1 189 213,20 zł.**

Spoty kampanii społecznych do obejrzenia poniżej: