Warszawa, 28 grudnia 2015 r.

**Informacja prasowa**

**„Szlaban na ryzyko!” – podsumowanie kampanii 2015 r.**

**Tysiące ulotek, ponad 100 wydarzeń, 500 godzin edukacji, spoty filmowe oraz radiowe – to część działań Polskich Linii Kolejowych w ramach kampanii Bezpieczny przejazd – „Szlaban na ryzyko!”. Akcja, prowadzona już jedenasty rok, przypomina i promuje odpowiedzialne zachowanie na przejazdach kolejowo-drogowych.**

Od 2010 r. zmniejszyła się liczba wypadków i kolizji na przejazdach i przejściach kolejowych. W 2014 r. było o 14% mniej wypadków i kolizji na przejazdach niż rok wcześniej. Pierwsze półrocze 2015 to blisko 20% mniej wypadków i kolizji na przejazdach, niż w analogicznym okresie 2014.

- *Podnoszenie poziomu bezpieczeństwa na polskiej kolei należy do priorytetów Polskich Linii Kolejowych.* *Kampania Bezpieczny przejazd to jeden z elementów programu poprawy bezpieczeństwa, który poza działaniami w obszarze technicznym, inwestycyjnym, pracowniczym i organizacyjnym, obejmuje właśnie edukację kierowców oraz pieszych i przypomina o odpowiedzialnym zachowaniu na przejazdach i przejściach* – mówi Andrzej Pawłowski wiceprezes PLK.

**150 000 ulotek, przypominających o zasadach bezpieczeństwa** na przejazdach kolejowo-drogowych, trafiło do kierowców i pieszych m.in. podczas wspólnych akcji PLK i Straży Ochrony Kolei oraz policji. Ponadto 300 plakatów kampanijnych na stacjach i peronach dodatkowo zwraca uwagę na bezpieczne przekraczanie torów. To apel do tych, którzy z pociągu przesiądą się do samochodów, na rowery lub motocykle. Materiały promujące bezpieczne zachowania kolportowane były także na 64 spotkaniach plenerowych np.: podczas Dni Techniki Kolejowej w Sosnowcu, pokazu sprzętu ratownictwa technicznego w Skarżysku Kamiennej, festynu w Szczecinie, Targach TRAKO w Gdańsku. Tysiące kierowców usłyszało również spoty radiowe o bezpieczeństwie na przejazdach i widziało film kampanii.

**Z 500 godzin edukacji skorzystało ponad 30 tysięcy dzieci i młodzieży.** Tym działaniom poświęcony był głównie październik. W dziesięcioletniej historii kampanii to rekord – zarówno pod względem liczby prelekcji, jak i wyedukowanych młodych ludzi.

- *Liczymy, że dzięki prelekcjom w szkołach i na przejazdach, najmłodsi odbiorcy nie tylko przygotowują się do bezpiecznego korzystania z przejazdów np. przechodzenia, czy przejeżdżania na rowerze lecz również będą zwracać uwagę na bezpieczeństwo dorosłym kierowcom, z którymi jeżdżą – mówi* Anna Smolińska, koordynatorka kampanii z Zakładu Linii Kolejowych w Warszawie.

Do najmłodszych odbiorców kampanii adresowane były również konkursy rysunkowe angażujące także nauczycieli i rodziców.

**Za kolizje na przejazdach w 98 procentach odpowiadają kierowcy**. Brawura, pośpiech, skłonność do ryzyka, niekiedy alkohol. Oto główne przyczyny tragicznych zdarzeń na kolei.W kampanii ku przestrodze pokazano symulacje wypadków samochodu i pociągu - szczególnie mocny przekaz nt. konieczności przestrzegania przepisów ruchu drogowego na skrzyżowaniu toru i drogi. Bezpośrednie przyczyny takich zdarzeń to ignorowanie sygnałów zakazujących wjazdu: czerwonego światła, zamykanych rogatek, znaku stop, czy też ograniczenia prędkości. Nieodpowiedzialni kierowcy taranują zamknięte rogatki lub omijają slalomem czekające samochody i zamknięte półrogatki, pomijają nakaz zatrzymania przed torami lub nie zachowują szczególnej ostrożności w trudnych warunkach atmosferycznych.

**Zobacz film kampanii Bezpieczny Przejazd:** #SzlabanNaRyzyko

***BEZPIECZNY PRZEJAZD…* w liczbach (I-XI.2015 r.)**

**150 000** ulotek dla kierowców i pieszych o zasadach bezpieczeństwa na przejazdach

**699** (465 w „Październik Miesiącem Edukacji” - PME) prelekcji edukacyjnych

**31 059** wyedukowanych dzieci w ramach prelekcji PME

**300** plakatów kampanijnych na stacjach i peronach

**7** konferencji prasowych dot. bezpieczeństwa na przejazdach

**6** ogólnopolskich akcji edukacyjnych „Szlaban na ryzyko!” na ok. **400** przejazdach

**64** imprezy plenerowe

**40** emisji spotu kampanijnego w Polskim Radiu

**3** symulacje na przejazdach kolejowo-drogowych

**31** akcji prewencyjnych na przejazdach

**2** konkursy rysunkowe

**film „Szlaban na ryzyko!”** (znalazł się w zestawieniu najlepszych reklam tygodnia wg wirtualnemedia.pl)

Więcej informacji o kampanii:

na stronie [www.bezpieczny-przejazd.pl](http://www.bezpieczny-przejazd.pl).

w mediach społecznościowych: #SzlabanNaRyzyko.

**Kontakt dla mediów:**

Mirosław Siemieniec  
Rzecznik prasowy  
PKP Polskie Linie Kolejowe S.A.  
[rzecznik@plk-sa.pl](mailto:rzecznik@plk-sa.pl)  
tel. 694 480 239