

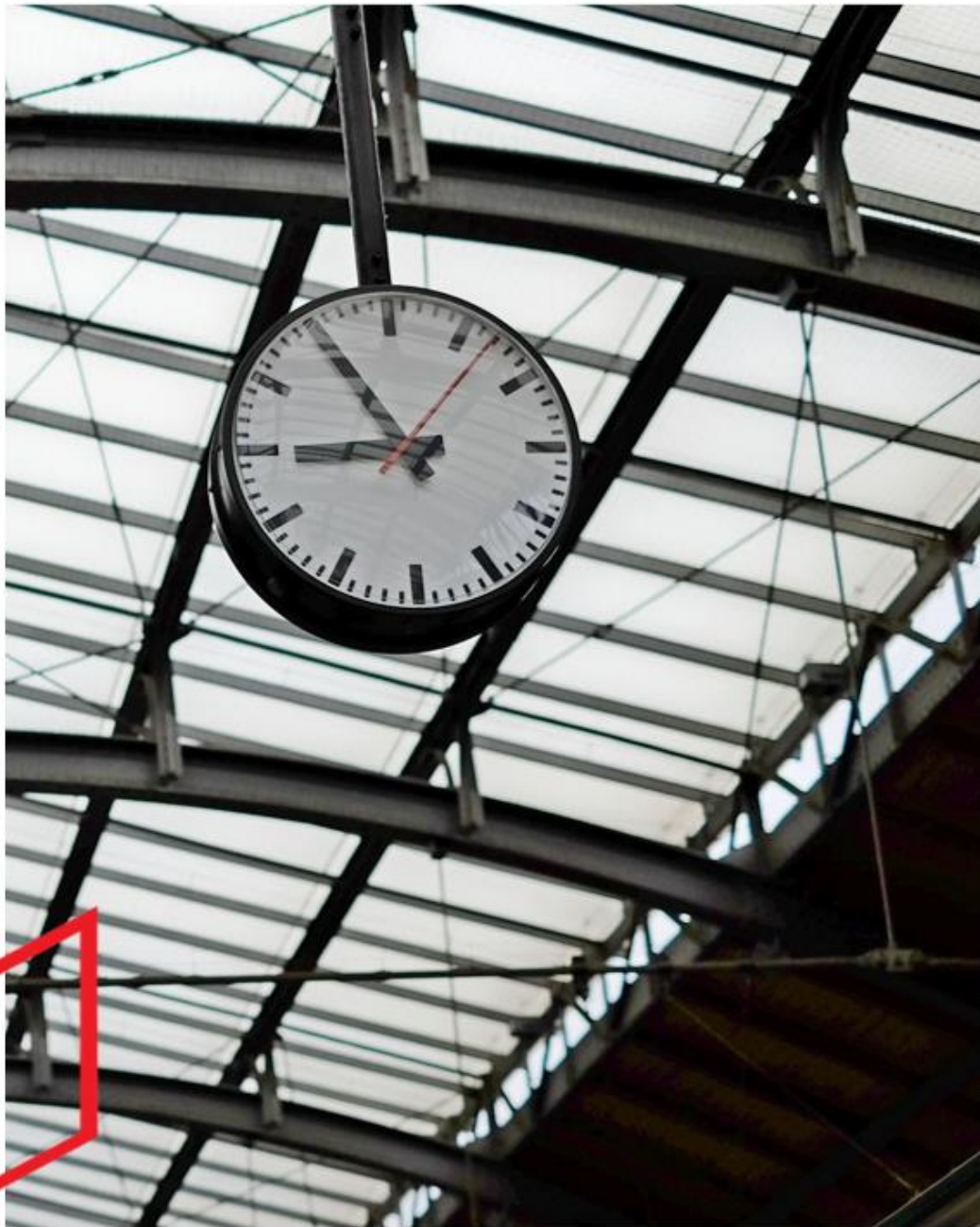
Jak skutecznie dotrzeć do młodych ludzi w kontekście zachowań na przejazdach kolejowo-drogowych?

Podsumowanie XII edycji kampanii społecznej
Bezpieczny przejazd - "Szlaban na ryzyko!"



 **BEZPIECZNY
PRZEJAZD**

Dąbrowa Górnicza, 18.05.2017



Historia kampanii Bezpieczny przejazd...

- kampania Bezpieczny przejazd trwa od 2005 r.
- do 2008 r. działania były prowadzone tylko w miesiące letnie
- od 2009 r. kampania trwała przez cały rok
- w październiku 2012 r. kampanię rozszerzono o zagadnienie wypadków związanych z przechodzeniem przez tory w miejscach niedozwolonych
- w 2015 r. odświeżone zostało logo i zmienione hasło („Szlaban na ryzyko!”)

2005

2016

VS

17 000 000



samochody

31 000 000

15 873



przejazdy
kolejowo-drogowe

14 001

252



wypadki i kolizje

200

Geneza intensyfikacji działań skierowanych do młodych ludzi

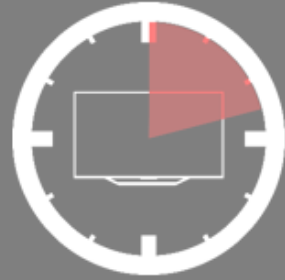
- pod koniec 2015 roku organizator kampanii – PKP Polskie Linie Kolejowe S.A. – w celu zweryfikowania dotychczasowych działań kampanii społecznej „Bezpieczny przejazd...” przeprowadził badania ewaluacyjne
- wyniki badań pokazały, że grupą do której trafiamy w najmniejszym stopniu, są młodzi ludzie w wieku 15-29 lat



Zadaliśmy sobie pytanie:
co zrobić by dotrzeć
do młodych ludzi?



Po pierwsze: Co jest „modne” wśród młodych ludzi?



You **Tube**

- jak wykazują badania, obecnie młodzi ludzie spędzają dwa razy więcej czasu (5 godzin dziennie) korzystając z Internetu niż oglądając TV
- 75% młodych ludzi woli oglądać seriale poprzez Internet, niż siedzieć przed telewizorem
- najpopularniejszym wśród młodzieży serwisem internetowym jest YouTube, gdzie oglądane są klipy muzyczne oraz krótkie materiały filmowe, z naciskiem na produkcje humorystyczne oraz poradniki.

Postawiliśmy na współpracę z Youtuberami

- nawiązaliśmy współpracę z youtuberami, którzy wpisywali się w działania naszej kampanii:
 - CyberMarian
(grupa odbiorców – młodzież)
 - Trucking Girl
(grupa odbiorców – kierowcy zawodowi)
 - MaturaToBzdura.tv
(grupa odbiorców – młodzież)





Ponad 1 000 000
wyświetleń
w krótkim czasie!

- film CyberMariana „Jeden przejazd za daleko” oraz MAKING OF tego filmu w ciągu miesiąca osiągnęły ponad

1 000 000 wyświetleń



Ponad 1 000 000
wyświetleń
w krótkim czasie!

- obecnie produkcje CyberMariana i Trucking Girl stworzone w ramach kampanii „Bezpieczny przejazd” mają prawie

1 500 000 wyświetleń



- najnowszy projekt - współpraca z „Matura to bzdura”: sprawdziliśmy jak dużo o ruchu drogowym i bezpieczeństwie na przejazdach kolejowo-drogowych wiedzą młodzi ludzie
- Film ma na celu edukować młodych ludzi. Pierwsza odpowiedź na każde pytanie jest prawidłowa, pozostałe – niekoniecznie (co jest zarazem zabawne, ale ukazuje brak wiedzy). Ma to wpływ na rosnącą liczbę wyświetleń filmu. Do tej pory film został wyświetlony

354 000 razy!

- dzięki przekierowaniu na podstronę kampanii, gdzie dostępny jest QUIZ, rozwiązywalność QUIZU wzrosła do **2000/dzień**



W tym roku
sprawdzamy
wiedzę młodzieży

- warsztaty dla uczestników Ośrodków Szkolenia Kierowców i Wojewódzkich Ośrodków Ruchu Drogowego
- w zeszłym roku przeprowadziliśmy 5 warsztatów, w tym roku 4
- ze względu na duże zainteresowanie planujemy już kolejne
- udostępniliśmy materiały szkoleniowe **ponad 500** ośrodkom i jednostkom zajmującym się edukacją kierowców



Warsztaty dla instruktorów Ośrodków Szkolenia Kierowców

Kampania informacyjna na facebooku

- co tydzień na facebooku zamieszczana jest wskazówka dla kierowców lub pieszych
- wskazówki dotyczą pożądaných zachowań zarówno na przejazdach jak i przejściach kolejowych
- **40 925** odbiorców **5** postów
- **563** reakcje, komentarze, udostępnienia



Inne projekty cykliczne prowadzone w ramach kampanii „Bezpieczny przejazd...” w 2016 r.



- „Bezpieczny piątek” – akcje informacyjno-prewencyjne prowadzone wraz z Policją i Strażą Ochrony Kolei w każdy piątek miesiący wakacyjnych; kierowcy otrzymują ulotki, natomiast Ci którzy nie przestrzegają przepisów również mandaty (przeprowadzono **387 akcji**)
- „Październik miesiącem edukacji” – intensyfikacja działań edukacyjnych w szkołach i przedszkolach przez cały październik (**ponad 35000 wyedukowanych dzieci, 31 140 minut nauki = ponad 3 tygodnie ciągłej nauki**)

Kampania „Bezpieczny przejazd...” w liczbach (12 edycja):



1190

- prelekcje edukacyjne nt. bezpieczeństwa na terenach kolejowych

456

- akcje ulotkowe i prewencyjne

69

- udział w imprezach plenerowych

8

- symulacje zderzenia pociągu z samochodem

7

- briefingi prasowe

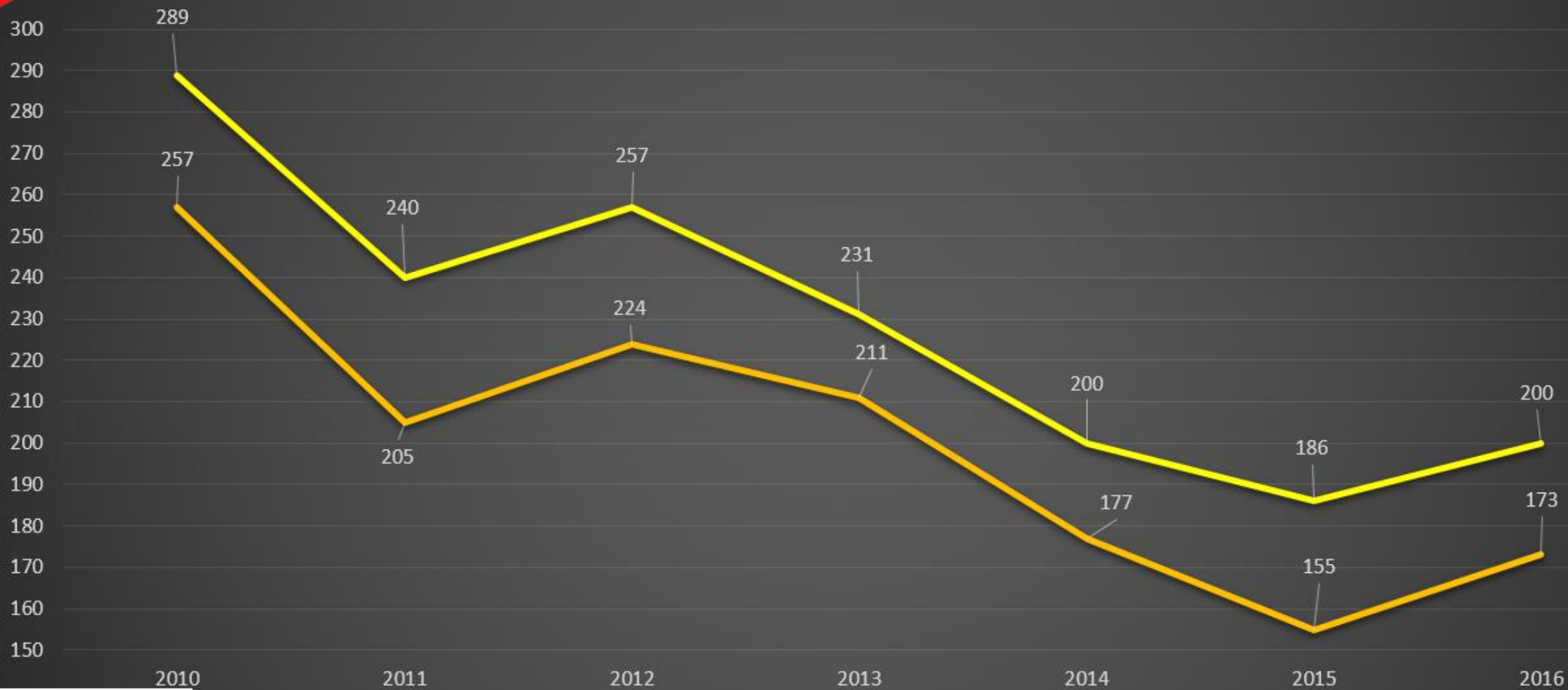
1

- konferencja inauguracyjna XII edycję kampanii

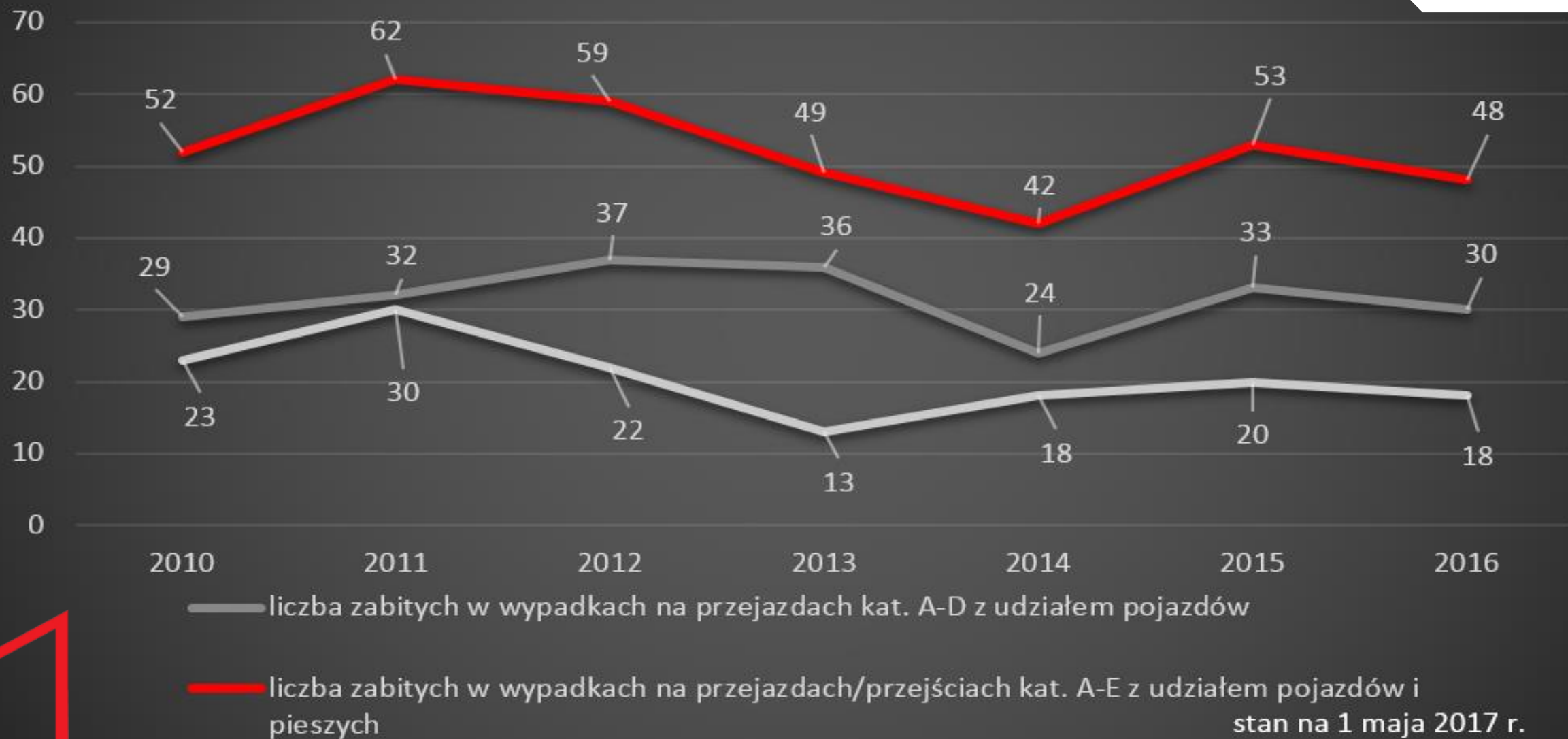
312 000

- emisje spotu kampanijnego w 206 placówkach medycznych

Liczba wypadków i kolizji na przejazdach/przejściach kat. A-E z udziałem pojazdów i pieszych



Liczba zabitych w wypadkach na przejazdach/przejściach kat. A-E



Liczba ciężko rannych w wypadkach na przejazdach/przejściach kat. A-E



— liczba ciężko rannych w wypadkach na przejazdach kat. A-D z udziałem pojazdów

— liczba ciężko rannych w wypadkach na przejazdach/przejściach kat. A-E z udziałem pojazdów i pieszych

stan na 1 maja 2017 r.

Z naszego podwórka...





www.bezpieczny-przejazd.pl

DZIĘKUJĘ