

Kampania „Alkohol za kierownicą – nie zgadzam się!”

1. Opis kampanii – założenia

W ramach realizacji zadań Samorządu Województwa w roku 2014 przygotowano do realizacji kolejną kampanię dotyczącą bezpieczeństwa w ruchu drogowym. Z uwagi na ilość kampanii i przekazów kierowanych bezpośrednio do kierowców rozszerzono grupę docelową i przeprowadzono działania relacyjne (wpływanie na kierowców poprzez inne osoby). Osoby towarzyszące mogą mieć duży wpływ na pijanych kolegów, przyjaciół, partnerów, którzy lekkomyślnie, bez zastanowienia, bezrozumnie podejmują decyzję o kierowaniu pojazdem w stanie nietrzeźwym. Sytuacje takie mają często miejsce podczas imprez, spotkań towarzyskich, rodzinnych – wskazuje na to zwiększona częstotliwość wypadków podczas weekendów.

2. Adresaci kampanii

Kampania społeczna nie będzie skierowana bezpośrednio do kierowców, ale do osób towarzyszących, mających wpływ na decyzję nietrzeźwego kierowcy o włączeniu się do ruchu i mogących temu zapobiec. Ponieważ najczęstszymi nietrzeźwymi sprawcami wypadków są młodzi kierowcy, kampania skierowana będzie do ich rówieśników, ponieważ to oni najczęściej towarzyszą pijanym kierowcom oraz padają ofiarami powodowanych przez nich wypadków, jako pasażerowie.

3. Cele kampanii

Kampania powinna spowodować zahamowanie przyzwolenia społecznego i braku reakcji na podejmowanie udziału w ruchu drogowym przez nietrzeźwych. Kampania będzie miała na celu podniesienie świadomości oraz poczucia współodpowiedzialności za bezpieczeństwo na drodze w przypadku udzielenia zezwolenia lub braku reakcji na prowadzenie pojazdu przez osobę będącą pod wpływem alkoholu lub innych substancji psychoaktywnych.

4. Czas realizacji

Kampania rozpocznie się pod koniec czerwca 2014, będzie trwała przez okres wakacyjny i będzie miała zasięg wojewódzki.

5. Patron kampanii

Patronem kampanii jest Zachodniopomorska Wojewódzka Rada Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego.

6. Narzędzia kampanii

Główne narzędzia kampanii to:

- **klip wideo**

Przygotowując kreację na spot wideo przyjęto iż historia, która przytrafi się naszym uczestnikom musi być idealnym odwzorowaniem sytuacji, która mogłaby wydarzyć się w rzeczywistości. Ten sam sposób zachowywania, mówienia, ubierania. Potraktowano brak asertywności w tej sytuacji jako zjawisko społeczne i podjęto próbę dotarcia do młodych ludzi z komunikatem "Pomimo, że jesteś młody, brak

odpowiedzialnego zachowania, asertywnej reakcji może sprowadzić na Ciebie czy osoby w Twoim otoczeniu śmierć".

Klip wideo, niosący silny przekaz emocjonalny, będzie rozsyłany jako filmik krążący wśród użytkowników sieci internetowej.

- **plakat**

Plakaty promujące kampanię zawiera kadr z klipu wideo oraz hasło kampanii „Alkohol za kierownicą – nie zgadzam się!”. Plakaty zostaną przesłane do każdej gminy województwa zachodniopomorskiego. Ekspozowane będą w m.in. klubach i dyskotekach.

- **naklejki na dystrybutory paliwa na stacjach benzynowych**

Grafiki zamontowane na dystrybutorach paliwa zawierają hasło kampanii „Alkohol za kierownicą – nie zgadzam się!”. Grafiki na dystrybutorach umieszczone zostaną na 30 stacjach benzynowych sieci Statoil i ORLEN w województwie.

- **fanpage na Facebook**

Na portalu przekazywane będą informacje dotyczące bezpieczeństwa ruchu drogowego. Regularnie emitowane będą informacje nt. m.in. wpływu alkoholu na kierowcę, konsekwencji karnych, sposobów interwencji oraz dobrych praktyk asertywnego zachowania.