

ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ В КОНКУРСЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ «РЕКЛАМА БУДУЩЕГО»

Номинация:

Импакт/социальное воздействие (медиа-решения, продемонстрировавшие видимые, измеримые на качественном уровне социальные изменения в жизни целевой аудитории, общества).

Название:

Социальная федеральная кампания «Культура на дорогах!»

Исполнитель:

Экспертный центр «Движение без опасности»

Клиент:

Партнеры: Российский союз автостраховщиков, Госавтоинспекция, при поддержке Министерства транспорта России и Министерства просвещения России.

Регион распространения: (можно выбрать один)

Москва

Город заявителя:

Москва

Решаемая проблема:

На государственном уровне ведется активная работа по повышению безопасности дорожного движения и формированию культуры БДД. Так, в январе 2018 года Правительством была принята «Стратегия по Безопасности дорожного движения на 2018 – 2024 годы». Основными целями Стратегии являются повышение безопасности дорожного движения, а также стремление к нулевому значению смертности в дорожно-транспортных происшествиях к 2030 году.

Однако, к сожалению, в российском обществе до сих пор не сформирована культура безопасного движения – автомобилисты, мотоциклисты, велосипедисты и пешеходы продолжают нарушать правила дорожного движения, не соблюдают элементарные меры предосторожности. Причин этому множество – от нежелания соблюдать закон до отсутствия знаний.

В связи с этим существует острая необходимость усиления пропаганды безопасного движения среди участников движения, донести информацию о различных аспектах безопасности в транспортной среде: необходимость использования детских удерживающих устройств, ремней безопасности; соблюдение мер предосторожности при проезде зоны пешеходного перехода водителями, переходе дороги пешеходами.

Цель:

Снижение количества жертв среди участников дорожного движения за счет повышения уровня культуры поведения участников дорожного движения.

Предложенное решение:

Разработка информационной кампании, предусматривающей использование наиболее эффективных коммуникационных инструментов и направленной на решение актуальных проблем в области безопасности дорожного движения, в частности:

- **Видеоролики «Автокресло – детям», «Пешеходы», «Пиктограммы», «Не приближайся», «Безопасный переход. Пешеход», «Безопасный переход. Водитель», «Комментатор».** Трансляция видеороликов на федеральных каналах: Первый канал, «НТВ», «Россия 24» и «Матч ТВ».

- **Аудиоролики, гостевые эфиры и специальная рубрика, контекстные упоминания на радиостанциях.** Размещение социальных аудиороликов Кампании в эфире радиостанций «Дорожное радио», «Автордио». Проведение программ «Россия в движении» на радиостанции «Комсомольская правда», посвященных обсуждению ключевых вопросов в области безопасности дорожного движения, в том числе вопросов автострахования как инструмента повышения безопасности на дорогах.
- **Проведение промомероприятий и распространение промоматериалов** в 15 регионах РФ: Липецкая область, Орловская область, Мурманская область, Республика Карелия, Псковская область, Оренбургская область, Чеченская Республика, Самарская область, Кировская область, Астраханская область, Забайкальский край, Республика Саха Якутия, Республика Дагестан, Кемеровская область, Пензенская область.
- **Целевая работа на базе центров по профилактике детского дорожно-транспортного травматизма, в том числе с использованием детских мобильных автоплощадок (автогородков)** в 15 регионах России: Ивановская область, Новгородская область, Саратовская область, Свердловская область, Курганская область, Пермский край, Ненецкий автономный округ, Новосибирская область, Амурская область, Орловская область, Чеченская Республика, Самарская область, Псковская область, Липецкая область, Астраханская область.
- **Публикации информационных материалов** в изданиях: газета «Комсомольская правда», деловая газета «Ведомости», газета «Коммерсант», газета «Ежедневная деловая газета РБК.

Целевая аудитория:

Основная целевая аудитория:

Участники дорожного движения: водители, пешеходы, пассажиры всех возрастов.

Дополнительная целевая аудитория:

- Органы государственной власти Российской Федерации и местного самоуправления
- Средства массовой информации
- Политические партии и движения, общественные активисты
- Педагоги образовательных учреждений

- Сотрудники отделений пропаганды БДД УГИБДД УМВД России

Результаты:

Результаты проведения коммуникационной кампании «Культура на дорогах!» оценивались с помощью статистики Госавтоинспекции РФ, а также исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения.

Согласно статистике за активный период проведения кампании (октябрь-ноябрь 2018 г.) число ДТП снизилось на 4,7%, число погибших в них – на 11,5%.

Согласно результатам исследования, существенно снизилась доля тех, кто считает неэффективным использование ремней безопасности на переднем пассажирском сидении (с 62% до 11%), а также на водительском сидении (с 26% до 9%). Снизилась доля россиян, считающих, что пристегиваться на водительском сидении необязательно (с 11% до 2%);

В Москве с 30% до 18% уменьшилась доля респондентов, которые наблюдали непропуск пешеходов на пешеходном переходе.

По сравнению с первой волной исследования выросла доля тех, кто планирует купить детское автокресло - с 5% до 11%.

Доля людей, которым приходилось делать замечание ребенку пешеходу, нарушающему правила дорожного движения, во второй волне исследования ниже, чем в первой волне (12% против 26%), замечание взрослому пешеходу, нарушающему правила дорожного движения (7% против 16%).

Каждый пятый опрошенный во второй волне исследования считает, что за последний год в их городе поведение пешеходов улучшилось – пешеходы стали чаще соблюдать правила поведения на дороге (20%).

В среднем в России каждый десятый опрошенный слышал об информационной кампании «Культура на дорогах!» (в Москве – 8%). В некоторых регионах доля людей, которые слышали об информационной кампании выше – 16% в ЮФО, 18% – в ПФО, 14% – в ДФО; Среди всех материалов информационной кампании «Культура на дорогах!» россияне в целом чаще всего видели видеоролики (10%), а также промо, плакаты и образовательные фильмы – 8%.