

OBUDŹ SIĘ!

www.kampaniaobudzsie.pl



Podsumowanie wyników

Kampania społeczna

Obudź się! Uwaga = życie



ZARZĄD
DRÓG
MIEJSKICH

sierpień-grudzień 2019

O **UDŹ SIĘ!**

**UWAGA
= ŻYCIE**

*Ponad 75% ofiar śmiertelnych wśród
pieszych w Warszawie to seniorzy*

www.kampaniaobudzsie.pl



O kampanii



Dlaczego w tegorocznej kampanii mówiliśmy o bezpieczeństwie seniorów na stołecznych drogach?

Choć z roku na rok bezpieczeństwo się poprawia, istnieją grupy **szczególnie narażone na ryzyko wypadku takie, jak seniorzy** – wolniej reagują na niebezpieczeństwo, ubierają się w stonowane barwy i nie zawsze noszą elementy odblaskowe.

Ubiegłoroczne statystyki przygotowane przez Zarząd Dróg Miejskich pokazały, że aż **75 proc. ofiar śmiertelnych wśród pieszych na stołecznych drogach stanowią seniorzy**.

W kampanii zwróciliśmy uwagę na problem uważności na drodze – to w większości przypadków **właśnie uwaga i ułamki sekund decydują o ludzkim zdrowiu i życiu**.



Cele kampanii



Kampania „Obudź się! Uwaga=życie” miała na celu przede wszystkim budowanie świadomości zagrożeń. Działania były **zachętą dla niechronionych użytkowników drogi, a także kierowców** do dzielenia się swoimi doświadczeniami na drodze.



Celem kampanii było dotarcie z przekazem do **osób starszych oraz kierowców**, a tym samym zwiększenie świadomości zagrożeń i pokazanie, że uważność na drodze jest czynnikiem znacznie zmniejszającym ryzyko wystąpienia wypadku.



Grupy docelowe

Seniorzy

Osoby starsze, pow. 65 r.ż., które najczęściej poruszają się pieszo i są użytkownikami komunikacji miejskiej. Mają kilka „ważnych tras” (do sklepu, do lekarza, do rodziny, do znajomych), tam narażone są na niebezpieczeństwo.

Kierowcy

Osoby pow. 20 r.ż., kierujące samochodem, użytkownicy dróg. Codziennie dojeżdżają do pracy, znają miasto „jak własną kieszeń”, korzystają z telefonów, mogą się spieszyć. Bywa, że jeżdżą na pamięć.



Identyfikacja wizualna

Na potrzeby kampanii, zaprojektowaliśmy identyfikację wizualną:



Przekształciliśmy literę B w światła pędzącego samochodu – światła nadały nam kontekst zagrożenia wypadkiem.



Skondensowana i pochyła litera z jednej strony podkreśla alarmujący charakter hasła, z drugiej natomiast sugeruje dynamikę ruchu drogowego.



Na poziomie logotypu osadziliśmy także przekaz, towarzyszący całej kampanii „Uwaga=życie”.



Zastosowaliśmy ilustrowany pattern, który wizualnie wyraża kontekst drogowy.



Zanim ruszyliśmy z inauguracją kampanii...



ZARZĄD
DRÓG
MIEJSKICH

OD UDŹ SIĘ!

Skonsultowaliśmy nasze działania z Warszawską Radą Seniorów

Zanim rozpoczęliśmy działania w ramach kampanii „Obudź się!” Uwaga=życie skonsultowaliśmy je z Seniorami w trakcie sesji Warszawskiej Rady Seniorów.

To pomogło nam pogłębić problemy, z którymi borykają się osoby starsze, będące uczestnikami ruchu drogowego.



Zrealizowaliśmy dwa spoty, które stały się punktem wyjścia naszych działań...

Gang Seniora kontra gamoń na drodze

Spot zrealizowany w konwencji koszmaru kierowcy, którego spotyka nauczka za nieprzestrzeganie przepisów – w roli głównej wystąpił Kazimierz Mazur, a spot zrealizowany był z myślą uświadamiania i uwrażliwiania kierowców.

Statystyki pokazują, że wśród najczęściej występujących przyczyn wypadków drogowych z udziałem pieszych - seniorów na warszawskich drogach należy wymienić nieudzielenie pierwszeństwa na przejściu dla pieszych (60,3 proc.) i nieprawidłowe cofanie (16,8 proc.) – takie są też główne przewinienia bohatera-kierowcy.



ODZYSKAJ SIĘ!



ZARZĄD
DRÓG
MIEJSKICH

Oraz...

Niebo

Bohaterami spotu zostali Piotr Fronczewski oraz Krystyna Tkacz. W spocie posłużyliśmy się konwencją niebios i podsumowania czynów – to dało pole do tego, by bohaterka przyjrzała się swojemu dotychczasowemu zachowaniu, przyłożyła do tego inne miary – bezpieczeństwa, życia, a nie pośpiechu czy drobnych spraw. Bo jak się okazuje – myślimy o wszystkim, a nasze bezpieczeństwo, na które wpływa minimalizowanie ryzykownych zachowań, staje się sprawą „tak oczywistą”, że w ferworze codzienności zupełnie nie zwracamy na nie uwagi.



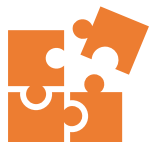
Dodatkowo nawiązaliśmy współpracę z instytucjami i placówkami, reprezentującymi interesy Seniorów



Centrum Aktywności Międzypokoleniowej „Nowolipie” – wsparło nas w organizacji konferencji prasowej oraz cyklu spotkań z Seniorami o bezpieczeństwie na drodze.



Dom Kultury „Świt”, Uniwersytet Trzeciego Wieku oraz Związek Emerytów, Rencistów i Inwalidów Dzielnicy Targówek – wsparły nas w cyklu spotkań z Seniorami o bezpieczeństwie na drodze.



Miesięcznik dla Seniorów „Pokolenia” – promował treści kampanii dotyczące bezpieczeństwa na drodze, docierając tym samym bezpośrednio do grupy docelowej naszej kampanii – Seniorów.



Hulakula oraz DJ Wika – umożliwiły zorganizowanie międzypokoleniowej potańcówki oraz konkursy i prelekcje o bezpieczeństwie w trakcie wydarzenia.



Zaprojektowaliśmy stronę www kampanii, by dzielić się wiedzą i docierać z informacjami do kierowców i seniorów

ODZ UDŹ SIĘ!

O KAMPANII

ORGANIZATOR

BAZA WIEDZY

BIURO PRASOWE



W 2018 ROKU W WARSZAWIE PONAD 75% OFIAR ŚMIERTELNYCH WŚRÓD PIESZYCH STANOWILI SENIORZY.

Statystyka przedstawia się ponuro – w 2018 roku w Warszawie ponad 75 proc. ofiar wśród pieszych stanowili seniorzy. Na stołecznych drogach zginęło 21 osób powyżej 60. roku życia, ranne zostały 253 osoby. Osoby starsze, poruszające się pieszo, były sprawcami 13 proc. wypadków ze swoim udziałem. Pozostałe 87 proc. wypadków wydarzyło się z winy innych uczestników ruchu.

[CZYTAJ DALEJ](#)



ZARZĄD
DRÓG
MIEJSKICH

ODZ UDŹ SIĘ!

A także wyprodukowaliśmy kampanijne gadżety oraz ulotki z najważniejszymi informacjami

600 żółtych parasolek

Kilkadziesiąt kilogramów krówek z logotypem kampanii

1500 eko-toreb na zakupy

3000 ulotek z najważniejszymi informacjami



O UDZ SIĘ!



ZARZĄD
DRÓG
MIEJSKICH

Kampania w liczbach – podsumowanie ogólne



Najważniejsze informacje

**51 emisji spotów
w Polsce** z łączną
liczbą widzów
18 612 014

74
publikacje
w mediach

3 530 512
rzeczywiste
dotarcie
przekazu
medialnego

1 060 769
PLN
AVE

**Kilkadziesiąt rowerów
miejskich i autobusów z**
przekazem kampanii w
przestrzeni miejskiej

4205
Udostępnień
reklam

460
Komentarzy pod
reklamami

4 269 637
Wyświetleń
spotów w SM

Kilkanaście
spotkań, w
których udział
wzięło tysiące
seniorów

2173
Unikatowe
kliknięcia linku
do LP

12 491
reakcji na
reklamy

Ponad **2000**
gadżetów



Poszczególne działania i ich efekty



Konferencja prasowa i media relations

2 października 2019 roku odbyła się konferencja prasowa, inaugurująca kampanię



W konferencji wzięło udział **kilkunastu dziennikarzy** z mediów lokalnych, branżowych i ogólnopolskich.



W panelu dyskusyjnym udział wzięli:

- ✓ **Małgorzata Żuber-Zielicz** – Przewodnicząca WRS
- ✓ **Michał Domaradzki** - Dyrektor Biura Polityki Mobilności i Transportu
- ✓ **Kazimierz Mazur** - aktor, bohater spotu „Gang Seniora”
- ✓ **Łukasz Puchalski** - Dyrektor Zarządu Dróg Miejskich w Warszawie



W mediach pojawiły się **74 publikacje** o kampanii, wartość ekwiwalentu reklamowego wyniosła **1 060 769 PLN**, a rzeczywiste dotarcie przekazu medialnego szacowane jest na **3 530 512**.





0 UDŹ SIEI

Ponad 75% ofiar śmiertelnych w
pieszacych zawie



OBUJDŹ SIĘ!

*Ponad 75% ofiar śmiertelnych wśród
nieszych w Warszawie to seniorzy*

www.kampaniaobudzsie.pl

UWAGA
= ŻYCIE



ZARZĄD
DRÓG
MIEJSKICH





Kluczowe materiały



Kluczowe materiały

Gang seniorów grasuje w Warszawie! Nie uwierzysz jak działają i w jakim celu! [WIDEO, AUDIO]

2019-10-03 | 18:57

PBA



Autor: ZTM
Gang seniorów

Agresywny kierowca zagrażający bezpieczeństwu pieszych kontra seniorzy, którzy nie dają sobie w kaszę dmuchać i biorą "srogą pomstę" na piracie drogowym... Zarząd Dróg Miejskich właśnie rozpoczął w Warszawie kampanię społeczną „Obudź się! Uwaga=życie”. Jej celem jest poprawa bezpieczeństwa seniorów na drodze, a jednym z elementów kontrowersyjny filmik.

Wypadki w Warszawie.

Trzy czwarte ofiar to seniorzy

Liczba ofiar wypadków na warszawskich ulicach dorównuje zeszłorocznym statystykom. Drogowcy ostrzegają seniorów nowym spotem, który chcą też wyświetlać w parafiach.

Jarosław Osowski

Jesień, gdy częściej pada deszcz i coraz wcześniej zapada zmierzch, przynosi najwięcej wypadków drogowych. Poprzednio we wrześniu i październiku w Warszawie zginęło w nich aż 14 osób – to 30 proc. ofiar w całym 2018 r. Jak podaje Zarząd Dróg Miejskich, połowę stanowili piesi, a w tej grupie niemal trzy czwarte zmarłych to osoby powyżej 65. roku życia. Rzeczniczka ZDM Karolina Galecka przypomniała, że kilka dni temu w Rembertowie pod kołami ciężarówki zginęła 69-letnia kobieta.

W środę drogowcy zaczęli skierowaną głównie do tej grupy kampanię społeczną „Obudź się! Uwaga = życie”. W Centrum Aktywności Międzypokoleniowej przy ul. Nowolipie, gdzie wolny czas spędzają emeryci z Muranowa, odbyła się premiera dwóch spotów, które w skróconych wersjach wyświetlają stacje telewizyjne. W jednym z nich jako niesforny kierowca wystąpił Kazimierz Mazur, aktor znany m.in. z serialu „Na Wspólnej”. Jego pędzące auto unieruchamia w końcu zespół grupka starszych pań i panów.

– Jeśli ten spot uratuje choć jedno życie, to warto wziąć w nim udział – ocenił Kazimierz Mazur. W drugim spotcie Piotr Fronczewski w roli św. Piotra egzami-



• **Krystyna Tkacz w spocie reklamowym gra pieszą, która notorycznie przebiegała przez jezdnię. Trafia do worka na zwłoki, ale wraca do życia dzięki św. Piotrowi (w tej roli Piotr Fronczewski)**

FOT. MATERIAŁY
FRANSONE

rów, domagała się dokończenia wspólnej sieci ścieżek rowerowych i takiej poprawy infrastruktury drogowej. Zwracała uwagę, że starsi mogą mieć kłopot z dostrzeżeniem pędzącej hulajnogi czy roweru. – A uderzenie w starszym wieku nawet z niewielką prędkością może doprowadzić do ciężkiej niepełnosprawności – podkreślała.

Szef biura mobilności w ratuszu Michał Domaradzki zaznaczył, że miasto od kilku lat „systemowo podchodzi do bezpieczeństwa na drogach”. Wymienił audyty przejść dla pieszych, ich doświetlanie lub przebudowę. Dyrektor Domaradzki podsumował, że od 1 stycznia do końca września w Warszawie zginęło w wypadkach 29 osób, a 14 z nich to piesi – tyle, ile przed rokiem. Tragicznie pogorszyło się za to bezpieczeństwo na drogach wokół stolicy, gdzie liczba ofiar wzrosła skokowo o 45 proc.

– Z naszą kampanią społeczną będziemy też chcieli dotrzeć do seniorów poprzez DJ Wikę i parafie. Jesteśmy już po rozmowach z kurią praską – przekazała Karolina Galecka z ZDM i dodała: – Nad bezpieczeństwem pracujemy ponad podziałami. •

nuje Halinę Kowalską (Krystyna Tkacz), która za nic miała przepisy drogowe i notorycznie przebiegała przez ulice na przełaj albo przez sam środek skrzyżowania. – To już recydywa – słyszy, ale dostaje drugą szansę: – Idź i nie grzesz więcej.

Dyrektor ZDM Łukasz Puchalski podkreślał w środę, że blisko 60 proc. wypadków z udziałem pieszych spowodowali w zeszłym roku kierowcy. Jednak pięć osób zmarło, bo weszło na jezdnię na czerwonym świetle. – Często

spotykamy w dyskusjach internetowych różne pretensje. Kierowców do pieszych czy pieszych do rowerzystów albo starszych do młodszych. Ale tu każdy powinien zrobić rachunek sumienia. Szczególny apel do kierowców, bo skrzyżowanie albo przejście dla pieszych to na pewno nie są miejsca, gdzie powinno się przyspieszać – powiedział szef miejskich drogowców.

Poruszając się o lasce Małgorzata Żuber-Zielicz, przewodnicząca Warszawskiej Rady Senio-

Kilkadziesiąt autobusów i rowerów miejskich z przekazem kampanii



Gmza

3911

OBUWIDŹ SIĘ!

www.kampaniaobudzsie.pl

**Kierowco!
Zwróć na nas uwagę!**

Ponad 75% ofiar śmiertelnych
wśród pieszych w Warszawie
to seniorzy.

**UWAGA
= ŻYCIE**



ZARZĄD
DRÓG
MIEJSKICH



W-1 50336

Ponad 75% ofiar
śmiertelnych wśród
pieszych w Warszawie
to seniorzy

0  UDŹ SIĘ!

www.kampaniaobudzsie.pl



ETUMILO 27687

Przeznaczony jest do...
1. Wpisz numer telefonu...
2. Złóż zamówienie...
3. Złóż zamówienie...
4. Złóż zamówienie...

1915 27687



Spotkania z Seniorami w formie warsztatów o bezpieczeństwie na drodze





O UDZ

Ponad 75% ofiar śmierci pieszych w Warszawie t

www.kampan

Międzypokoleniowa potańcówka z DJ Wiką

W ramach kampanii zorganizowaliśmy międzypokoleniową potańcówkę z DJ Wiką



W potańcówce w warszawskiej Hulakuli wzięło udział ponad **1000 Seniorów**.



DJ Wika objęła patronatem kampanijne wydarzenie i razem z ekspertami Zarządu Dróg Miejskich w Warszawie wygłosiła krótkie prelekcje o bezpieczeństwie. W trakcie wydarzenia wyświetliliśmy też spoty, stworzone na potrzeby kampanii.



W trakcie rozdaliśmy ulotki z najważniejszymi informacjami, a w konkursach rozdaliśmy seniorom gadżety kampanii.





U UDŹ SIĘ!

Klub Seniorów
w Warszawie

03 UDŹ SIĘ!

Ponad 75% ofiar śmiertelnych
wśród pieszych w Warszawie
to seniorzy

www.kampaniaobudzsie.pl



O UDŹ SIĘ!

www.kampaniaobud.pl

Kierowco!

wróć na nas uwagę

nad 75% ofiar śmiertelnych
ród pieszych w Warszawie
seniorzy.



Emisja spotów w Polsce

Współpraca z Polsatem obejmowała emisję 51 spotów o długości 30 s.

- 👉 Emitowaliśmy spoty w telewizji Polsat oraz Polsat News
- 👉 Oglądalność przekazu w grupie komercyjnej 16-49 wynosiła **6 535 050**
- 👉 Oglądalność przekazu w grupie ogólnej wyniosła **18 612 014**



Komunikacja ekspercka



O KAMPANII ORGANIZATOR BAZA WIEDZY BIURO PRASOWE

NAJBARDZIEJ NARAŻONE NA RYZYKO WYPADKU GRUPY? MIĘDZY INNYMI SENIORZY

Najwięcej ofiar wśród pieszych stanowią osoby w przedziale wiekowym 15-24 lata i powyżej 75 roku życia.

Aż 63 proc. wypadków z pieszymi ma miejsce na przejściach dla pieszych, które powinny być najbezpieczniejszym miejscem, by przejść na drugą stronę ulicy – 2/3 śmiertelnych potrąceń wydarzyło się właśnie na zebrawach. Co trzeci pieszy zginął potrącony po zmroku, przy braku dziennego światła. Dlatego tak ważne jest, aby zapewnić prawidłowe oświetlenie, zwłaszcza w rejonie przejść dla pieszych. Mniejszy wpływ na statystyki miały warunki atmosferyczne. W wypadkach podczas złej pogody zginął 1 pieszy, 3 śmiertelne potrącenia wydarzyły się przy mokrej nawierzchni.

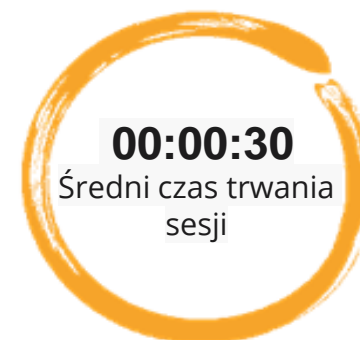
Wypadki z pieszymi najczęściej zdarzają się na skrzyżowaniach z drogą z pierwszeństwem przejazdu i na prostym odcinku drogi. Znacznie bezpieczniejsze są skrzyżowania równorzędne i rondo, na których praktycznie nie dochodzi do potrąceń pieszych. Na przejściach wyposażonych w sygnalizację świetlną miało miejsce 100 wypadków z pieszymi, co stanowi 42 proc. wszystkich wypadków na przejściach dla pieszych. Często dochodzi do nich podczas skrętu z drogi głównej, kiedy kierowcy nie ustępują pierwszeństwa przechodniom, którzy również mają sygnał zielony. 37 takich wypadków wydarzyło się podczas skrętu w lewo, a 29 – w prawo.

Koncentracja miejsc wypadków z pieszymi

Miejsce zdarzenia	Liczba wypadków	W tym:	
		na przejściach ogółem	na przejściach z sygnalizacją świetlną
skrzyżowanie z drogą z pierwszeństwem	195	184	90
prosty odcinek	122	47	10
poza układem drogowym (parkingi, itp.)	38	2	-
rejon skrzyżowania (do 50 m)	12	-	-
zakręt	6	1	-
skrzyżowanie równorzędne	4	2	-
skrzyżowanie o ruchu okrężnym	4	4	-
Suma	381	240	100

Na stronie www stworzyliśmy **bazę wiedzy**, w której systematycznie umieszczaliśmy materiały eksperckie, związane z bezpieczeństwem seniorów na drogach, skierowane przede wszystkim do kierowców.

W sekcji opublikowanych zostało 12 artykułów.



Działania organiczne w Social Mediach

Działania organiczne obejmowały:

👉 Posty na Facebooku (562 893 zasięgu organicznego oraz prawie 200 tysięcy organicznych wyświetleń filmu)

👉 Filmy na YouTube (łącznie 74 296 wyświetleń)



Niebo. Kampania Obudź się! Uwaga = życie

Zarząd Dróg Miejskich • 44 tys. wyświetleń • 2 miesiące temu

Uważaj na seniorów! Zapraszamy do obejrzenia naszego spotu promującego kampanię „Obudź się! Uwaga = życie” 😊



Gang Seniorów. Kampania Obudź się! Uwaga = życie

Zarząd Dróg Miejskich • 29 tys. wyświetleń • 2 miesiące temu

Uważaj na seniorów! Zapraszamy do obejrzenia naszego spotu promującego kampanię „Obudź się! Uwaga = życie” 😊



Uważaj na seniorów!
🔔 Zapraszamy do



214,8K



13,3K
1,9K



🚗🚫🚶 Chodzenie na skróty, przechodzenie



298,1K



36,8K
5K



ZARZĄD
DRÓG
MIEJSKICH

OBUDŹ SIĘ!

Działania reklamowe w Social Mediach

Zrealizowaliśmy 6 kampanii reklamowych:

Dwie kampanie video (spoty), zorientowane na maksymalizację obejrzeń materiałów video. Puszczane w wersjach full length oraz 30 sekund, na różne grupy docelowe - 13-30, 30-50, 50-65

Dwie kampanie link-ad, kierujące na Landing Page

Dwie kampanie link-ad, kierujące do filmów na YouTube

4 072 637
Wyświetleń

1 844 299
Zasięgu

12 491
Reakcji
na reklamy



Zarząd Dróg Miejskich Warszawa
Sponsorowane · 🌐

W 2018 roku doszło do 95 potrąceń osób pow. 64 roku życia, na skutek których aż 17 osób zmarło. Osoby starsze często mają problemy z właściwą oceną sytuacji na drodze oraz są znacznie bardziej podatne na obrażenia, w tym śmiertelne. Dowiedz się więcej o bezpieczeństwie na drodze!



OBUDŹ SIĘ!
UWAGA = ŻYCIE

KAMPANIA OBUDDSIE.PL
Uważaj na seniorów!
Statystyka przedstawia się ponuro – w 2018 roku w... [Więcej informacji](#)

👍❤️👍 33



Zarząd Dróg Miejskich Warszawa
Sponsorowane · 🌐

Obudź się! Twoja uwaga = życie. Zależy Ci na seniorach? Zobacz to!
#ObudzSie #PrzedewszystkimBezpieczenstwo



👍❤️👍 4,2 tys. Komentarze: 166 3466 udostępnień
448 tys. wyświetleń

Lubię to! Komentarze Udostępnij



OBUDU**Ń SIĘ!**

www.kampaniaobudzsie.pl



Dziękujemy!



ZARZĄD
DRÓG
MIEJSKICH