

Informacja

Strona znajduje się w archiwum.



„KOCHASZ? POWIEDZ STOP WARIATOM DROGOWYM” – II ODSŁONA KAMPANII

Data publikacji 22.07.2015

Konferencją prasową została zainaugurowana druga odsłona kampanii społecznej "Kochasz? Powiedz STOP Wariatom Drogowym", którą prowadzi Fundacja PZU w partnerstwie z Policją. W tym roku motywem przewodnim działań jest zwrócenie uwagi na fakt, że odpowiedzialność za bezpieczeństwo na drodze ponosi zarówno kierowca, jak i pieszy. Przekaz ten podkreśla hasło „Kochasz? Uważaj na pieszych. To mogą być Twoi najbliżsi”. W konferencji uczestniczyli m.in. mł. insp. Anna Kuźnia - Zastępca Dyrektora BPiRD KGP, mł. insp. Marek Konkolewski - radca w BPiRD KGP, a także Andrzej Klesyk - Prezes Zarządu PZU.



Podobnie jak w ubiegłym roku, głównym symbolem kampanii jest niebieskie serce. Na potrzeby kampanii przygotowano jego specjalną, zapachową wersję. Serduszko umieszczone w samochodzie będzie przypominać kierowcy, że osoby bliskie również mogą być pieszymi, dlatego warto zachować ostrożność w trosce o wspólne bezpieczeństwo. Na serduszkach znajdują się hasła namawiające kierowców do bezpiecznej jazdy i uważania na pieszych. Kierowcy będą mogli otrzymać serce, z jednym z wybranych haseł:

- „Nie bądź lwem, kiedy zbliżasz się do zebry”,
- „Pasy to nie linia mety. Wolniej!”,
- „Hamuj przed pasami, nie zwalnijaj w uczuciach...”,
- „Zebry są pod ochroną. Uważaj na pieszych”
- „Kochanie, ja też czasem bywam na pasach! Uważaj na pieszych!”.

Serduszka będą rozdawane na wybranych stacjach benzynowych całej Polsce. W ich dystrybucję włączy się również Policja podczas kolejnej edycji patroli policyjnych prowadzonych wspólnie z wolontariuszami, którymi będą pracownicy

PZU. Gadżet będzie można wręczyć bliskiej osobie i dopilnować, aby znalazło się ono w widocznym miejscu w jej samochodzie.

„Tegoroczna, druga odsłona kampanii „Kochasz? Powiedz STOP Wariatom Drogowym” wpisuje się idealnie w kierunki pracy profilaktyczne polskiej Policji. Popieramy każdą aktywność w temacie bezpieczeństwa osób pieszych i aktywizacji działań międzyinstytucjonalnych kształtujących świadomość społeczną, że od każdego z nas zależy bezpieczeństwo niechronionych uczestników ruchu drogowego. Jako partner przedsięwzięcia włączamy się w działania składowe kampanii na różnych etapach jej realizacji - począwszy od prewencyjnych patroli współpracujących z wolontariuszami, po zajęcia profilaktyczne realizowane z udziałem narzędzi kampanii. Jesteśmy również rzecznikiem zachęcania do kreatywności samorządów lokalnych w kontekście działania „Aktywne Przejścia dla Pieszych” – mówi mł. insp. Anna Kuźnia, Zastępca Dyrektora Biura Prewencji i Ruchu Drogowego Komendy Głównej Policji.

W tak szeroko zakrojonych działaniach nie sposób pominąć ważnego odbiorcę, jakim są dzieci. Po rozpoczęciu roku szkolnego wszyscy uczniowie pierwszych klas szkoły podstawowej dostaną odblaskowe serca, które zwiększą ich widoczność na drodze. Do szkół trafi aż 620 tys. serc odblaskowych.

Przekaz kampanii będzie skierowany także do samorządów. W ramach kampanii „Kochasz? Powiedz STOP Wariatom Drogowym”, został zorganizowany specjalny konkurs „Aktywne Przejścia dla Pieszych”, adresowany do gmin, powiatów oraz innych zarządców dróg. Jego celem będzie wyłonienie niebezpiecznych przejść dla pieszych, które następnie zostaną zmodernizowane.

Bardzo ważną inicjatywą z punktu widzenia bezpieczeństwa w ruchu drogowym będzie także ustanowienia Ogólnopolskiego Dnia Pieszych jako inicjatywy obywatelskiej.

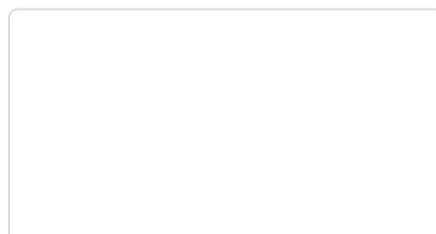
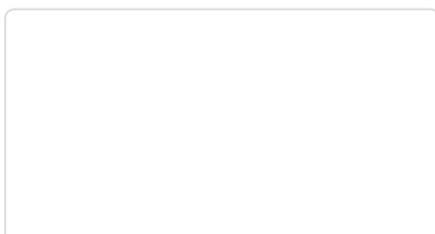
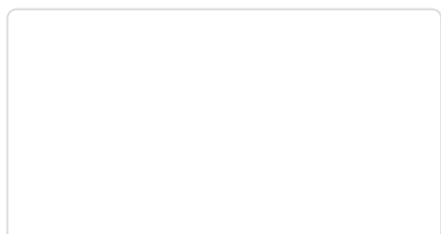
Według danych Komisji Europejskiej co piąty pieszy w Unii Europejskiej ginie na polskich drogach. Szacuje się, że w ciągu roku jest to ponad 1100 osób. Działania edukacyjne Policji i Fundacji PZU mają zachęcić kierowców i pieszych do zmiany niebezpiecznych zachowań.

Badanie TNS Polska*, przeprowadzone na zlecenie Fundacji PZU, ujawniło szereg przewinień, których na polskich drogach dopuszczają się kierowcy i piesi. Blisko 50% kierujących pojazdem przyznało, że zdarza im się nie zwalniać i nie zwracać szczególnej uwagi na znaki drogowe w pobliżu przejścia dla pieszych. Jednocześnie okazuje się, że aż 60% kierowców ignoruje przechodzące przez przejścia dla pieszych osoby i nie zawsze zatrzymuje się w ich pobliżu. Inaczej postępują mijając miejsca, w których mogą spotkać swoich bliskich. Różnice we wskazaniach dotyczących zachowań w pobliżu przejść, na których mogą pojawić się ich rodziny w stosunku do tych, w których ich obecność jest mało prawdopodobna, wyniosły nawet kilkanaście procent.

Sami piesi również nie pozostają bez winy. Około 1/3 z nich zdarza się wymuszać pierwszeństwo, wychodząc przed nadjeżdżający samochód. Osoby przechodzące przez pasy nie stosują się ponadto do sygnalizacji świetlnej. 25% badanych pieszych potwierdziło, że nie zwraca uwagi na zmieniające się na przejściach światła. Ryzyko wystąpienia wypadku zwiększa się także przed wejściem pieszego na pasy. Aż 27% badanych pieszych przyznaje, że nie rozglądają się za nadjeżdżającymi pojazdami przed wkroczeniem na przejście.

Wszystkie informacje o kampanii można będzie znaleźć na stronie www.stopwariatom.pl. Kampania zakłada zintegrowane działania reklamowe, informacyjne, online oraz w mediach społecznościowych. W ich ramach będzie emitowany m.in. spot telewizyjny z Marcinem Dorocińskim.

*Badanie opinii publicznej, przeprowadzone w czerwcu 2015 roku przez TNS Polska, metodą wywiadów telefonicznych (CATI), na reprezentatywnej próbie 500 kierowców i 500 pieszych w wieku 18 lat i więcej.





PLIKI DO POBRANIA



Prezentacja
1.12 MB



Informacje o eksperymencie
1.67 MB



Pieszcy – niechroniony uczestnik ruchu drogowego
495.5 KB