
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Zpomal, dokud není skutečně pozdě

Projekt byl navržen a proveden pro:

Česká asociace pojišťoven

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

McCann Prague, Hero & Outlaw, Renegadz

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

Oborové kategorie:

II.1 Finanční trh a služby

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Ivo Půr

Firma/organizace: Hero and Outlaw

Stručné shrnutí projektu:

Kampaň České asociace pojišťoven, BESIP a Policie ČR „Zpomal, dokud není skutečně pozdě“ zaznamenal v ČR téměř každý. Ta netradičním způsobem upozornila na spěch za volantem a v kampani proti nepřiměřené rychlosti zkombinovala všechny dostupné komunikační nástroje s cílem rozpoutat celospolečenskou diskusi nad chováním řidičů na silnicích, což se díky dokumentu 13 MINUT od Víta Klusáka podařilo, a nejen díky němu se povedlo meziročně snížit i počet nehod z nepřiměřené rychlosti.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Nepřízpusobením rychlosti patří mezi nejtragičtějších příčiny dopravních nehod, může za 40 % nehod, které končí smrtí. Přitom rychlost pravidelně překračuje drtivá většina – 86 % řidičů. Důvodem je pošetilý závod s časem a spěch, ke kterému se přiznalo 43 % řidičů. Cílem osvětové kampaně bylo pomocí emocí a uvědomění si vlastního chování vést k sebereflexi všechny české řidiče a zasadit se tak o trvalou změnu chování na českých silnicích. Segmentace cílových skupin se pak odrazila i v dramaturgii dokumentárního filmu Víta Klusáka 13 MINUT, který přinesl pět velmi silných příběhů viníků vážných dopravních nehod s tragickými důsledky.

Strategie:

Každý se někdy dostal do situace, kdy nestíhal, a doháněl ztracené minuty za volantem. Řidiči si však neuvědomují, že jde o zbytečný hazard a že ušetřené minuty se mohou ve vteřině změnit v nezvratnou katastrofu. Hlavním strategickým nástrojem kampaně tak bylo zprostředkování emocionálního zážitku spojeného právě s následky jízdy nepřiměřenou rychlostí a vyvracení mýtů spojených s doháněním času za volantem. Před startem kampaně jsme na sociálních sítích zveřejnili dvě šokující videa s vážnou dopravní nehodou. Cílem bylo upozornit na fenomén nepřiměřené jízdy a zachytit v diskuzích vnímání české společnosti, která jak se ukázalo nepřiměřenou rychlost akceptuje.

Nástroje a aktivity

Hlavním nosičem kampaně je 90minutový dokumentární film Víta Klusáka 13 MINUT, který pomocí silného vyprávěcího jazyka zpracovává příběhy pěti viníků dopravních nehod. Uvedení dokumentu v hlavním vysílacím čase ČT1 bylo doplněno o televizní a rozhlasové spoty, printovou kampaň, komunikaci na sociálních sítích a dalších online kanálech, spolupráci s influencery, PR a eventy. Integrovaná komunikační kampaň byla rozdělena do několika fází včetně prefáze využívající šokující nehody šířené pomocí PR, mediálních spoluprací a influencerů. Rozpoutání diskuze o viníkovi nehody a pravosti videa vyvrcholilo odhalením v pořadu 168 hodin, následované představením celé kampaně na tiskové konferenci za účasti většiny českých médií. Po uvedení dokumentu navázala komunikace na detailní komunikaci jednotlivých příběhů viníků s využitím bonusových materiálů a PR. Do PR aktivit se také vedle tvůrců a aktérů výrazně zapojili viníci, spolupracující experti, BESIP i Policie ČR.

Výsledky:

V průběhu kampaně meziročně poklesl počet nehod způsobených nepřiměřenou rychlostí o 9 %. V médiích vyšlo více než 400 výstupů, v celkové hodnotě přes 98,23 milionů Kč a GRP je 616,35. Dokument zhlédlo více než 1,5 milion diváků.

Weblinky:

<https://www.13minut.cz/>