



## 2006 r. - II edycja kampanii

Drugą edycję Kampanii rozpoczęliśmy 28 czerwca konferencją prasową w Warszawie, która zgromadziła ponad dziesiątki dziennikarzy prasowych, radiowych i telewizyjnych

**Przez cały czas trwania akcji prowadziliśmy szereg działań:**

- 3082 przejazdy kolejowo-drogowe zostały objęte działaniami edukacyjno-prewencyjnymi
- z pomocą wolontariuszy przeprowadziliśmy pogadanki edukacyjne wśród przeszło 5000 dzieci i młodzieży odpoczywających na letnich koloniach i obozach
- przeprowadziliśmy setki eventów i briefingów, a z naszym przesłaniem byliśmy na wielu masowych imprezach tj. przystanek Woodstock, piknik drezynowy w Pyrzycach, Tyski Festiwal Muzyczny, festiwal Słowian i Wikingów w Wolinie
- w warszawski domu medialnym 10 lipca zorganizowaliśmy publiczną debatę na temat bezpieczeństwa drogowego
- opublikowaliśmy setki artykułów prasowych, relacji telewizyjnych i radiowych, emisji telewizyjnych filmu informacyjnego, dziesiątki wywiadów i komunikatów prasowych oraz reklam
- wiele rozgłośni radiowych przekazywało nieustannie społeczeństwu nasz apel
- przy krajowych drogach ustawiliśmy prawie 600 bilbordów informacyjnych
- rozdaliśmy tysiące ulotek, plakatów, upominków i płyt z materiałami informacyjnymi
- zanotowaliśmy przeszło tysiące odwiedzin na naszej stronie internetowej
- współpracowaliśmy z przeszło kilkudziesięcioma portalami internetowymi
- aby wiedzieć jak skutecznie dotrzeć do społeczeństwa z naszym apelem prowadziliśmy liczne badania focusowe.

## Partnerami Kampanii byli:

- PKP Polskie Linie Kolejowe S.A.
- Policja
- Fundacja "Kierowca Bezpieczny"
- TVP 2
- Rzeczpospolita
- Stoer
- Motor
- Polska Agencja Public Relations
- Krajowa Rada Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego
- Radio WAWA

# i tak nieustannie pomagało nam...

Wiele instytucji, przedstawicieli mediów, stowarzyszeń i miłośników. Także dziesiątki pracowników PKP Polskie Linie Kolejowe S.A. okazało ogromne zaangażowanie i bezinteresowną pomoc.

Po raz kolejny, znany kierowca rajdowy Krzysztof Hołowczyc podpisał się pod wszystkimi naszymi działaniami, dając tym samym dowód poparcia dla idei kampanii.

