



2007 r. - III edycja kampanii

Trzecią edycję Kampanii rozpoczęliśmy 27 czerwca konferencją prasową w Warszawie, która zgromadziła ponad 40-stu dziennikarzy prasowych, radiowych i telewizyjnych.

Przez cały czas trwania akcji prowadziliśmy szereg działań:

- 3663 przejazdów kolejowo-drogowych zostało objętych działaniami edukacyjno-prewencyjnymi
- z pomocą wolontariuszy przeprowadziliśmy pogadanki edukacyjne wśród dzieci i młodzieży odpoczywających na letnich koloniach i obozach
- przeprowadziliśmy ponad 80 eventów i briefingów, a z naszym przesłaniem byliśmy na wielu masowych imprezach tj. przystanek Woodstock, III Złot Garbusów w Dziwnowie, festiwal Słowian i Wikingów w Wolinie
- w warszawski domu medialnym zorganizowaliśmy publiczną debatę na temat bezpieczeństwa drogowego
- nawiązaliśmy ciągłą współpracę ze szkołami nauki jazdy
- opublikowaliśmy setki artykułów prasowych, relacji telewizyjnych i radiowych, emisji telewizyjnych filmu informacyjnego, dziesiątki wywiadów i komunikatów prasowych oraz reklam
- zorganizowaliśmy 1600 emisji spotu informacyjnego wyświetlanego, tuż przed seansem, w kinach Cinema City
- 15 rozgłośni radiowych przekazywało społeczeństwu nasz apel prowadząc jednocześnie na swoich antenach pogadanki edukacyjne
- przy krajowych drogach ustawiliśmy 641 bilbordów informacyjnych
- rozdaliśmy 300 000 ulotek i upominków, 5000 płyt z materiałami informacyjnymi dotarło do czytelników miesięcznika "Szkoła Jazdy"
- zanotowaliśmy przeszło 30 000 odwiedzin na naszej stronie internetowej
- "przebojem" kampanii okazała się internetowa gra edukacyjna ["Każdy może przegrać"](#), dzięki której przeszło 200 000 osób dobitnie przekonało się czym kończy się brak rozwagi przy przekraczaniu przejazdów
- zanotowaliśmy 3 950 000 odsłon banerowych kampanii na stronach Grupy ONET oraz 2 000 000 na portlu IDG
- współpracowaliśmy z przeszło 50 portalami internetowymi
- aby wiedzieć jak skutecznie dotrzeć do społeczeństwa z naszym apelem prowadziliśmy badania ankietowe i focusowe.

Partnerami Kampanii byli:

- PKP Polskie Linie Kolejowe S.A.
- Policja
- TVP 3
- Rzeczpospolita
- Stoer
- Onet.pl

- Radio WAWA
- Motor
- Polska Agencja Public Relations
- Krajowa Rada Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego
- Straż Graniczna
- Żandarmeria Wojskowa
- Fundacja "Kierowca Bezpieczny"

i tak nieustannie pomagali nam...

Policjanci, funkcjonariusze Straży Granicznej, Żandarmerii Wojskowej, strażacy, harcerze, służby medyczne, dziennikarze, aktorzy, sportowcy i podróżnicy, miłośnicy motoryzacji i kolejnictwa, politycy, samorządowcy, nauczyciele i wychowawcy, instruktorzy nauki jazdy i kierowcy, uczniowie i przedszkolacy, kolejarze spółek GRUPY PKP i spoza niej oraz setki pracowników PKP Polskie Linie Kolejowe S.A.

Twarzą kampanii, deklarującym tym samym swoje poparcie dla jej przesłania, został znany wszystkim aktor pan Tomasz Stockinger.

Doceniono wysiłki nas wszystkich !

Prowadzona przez nas kampania otrzymała nagrodę "**Mocni wizerunkiem**" przyznaną w ogólnopolskim konkursie, organizowanym przez Kongres Public Relations.

