

YES **TASTE WIN** NOW

Media Arts Group

Москва 2007

Media Arts Group

Количество клиентов - 180

География – Москва, Киев, Алматы, Кишинев

№ компаний в группе - 24

Количество сотрудников – 800 человек

Компании группы

FCB MA

FOOTE CONE & BELDING

FCB MA UKRAINE

FOOTE CONE & BELDING

FCB MA Kazakhstan

FOOTE CONE & BELDING

FCB MA Moldova

FOOTE CONE & BELDING

FCB*i*

FOOTE CONE & BELDING



MARKETING DRIVE

pragmo | pr[®] агентство стратегических коммуникаций



Кампания по продвижению безопасности на дорогах

- С распадом СССР сошла на нет и советская система обучения молодёжи Правилам дорожного движения (ПДД), пропаганда безопасного поведения на дорогах и профилактики ДТП
- За последние 15 лет количество автомобилей на дорогах России выросло в 3,5 раза, примерно при той же транспортной сети, что привело к существенному уплотнению транспортных потоков
- Одновременно произошло перераспределение транспортных потоков с общественного транспорта в пользу частного



Предыстория

- В результате сейчас в России ежегодно гибнет более 30 тыс. человек – в 2 раза больше, чем за всю Афганскую войну и 5 раз больше, чем за обе Чеченские
- По статистике, основными причинами аварий являются:

Нарушение скоростного режима ~20%

Вождение в нетрезвом виде ~18%

Выезд на встречную полосу ~15%

Пересечение улицы в не установленном месте ~14%

Проезд на запрещающий сигнал светофора ~ 8%



- **Новое поколение автолюбителей 18-35 лет оказалось вне сферы государственной заботы и агитации**
- **Эти люди оказались под сильным воздействием современных увлечений экстремальным образом жизни, пропаганды риска, высоких скоростей и т.д.**
- **Будучи обеспеченными несколько лучше, чем автолюбители более старших возрастов, они в массе своей являются обладателями более современных, мощных и скоростных автомобилей, что, привело к серьёзному росту дорожно-транспортных происшествий по их вине или с их участием**



- **Конечная цель планируемой кампании: существенное снижение дорожно-транспортного травматизма и смертности на дорогах Российской Федерации**
- **Поэтому, ключевыми задачами для реализации данной цели являются:**
 - **максимально широкая и эффективная рекламная кампания**
 - **информативное, доверительное и убедительное разъяснение важности соблюдения ПДД, этичного поведения на дороге, ответственности за себя и за окружающих**
 - **восприятие важности безопасного поведения на дороге всеми участниками дорожного движения**
 - **повышение культуры поведения на дороге, изменение поведения всех участников дорожного движения – нашей целевой аудитории**
 - **повышение авторитета работников дорожной инспекции**

- **Главная причина в том, что многие представители нашей ЦА просто не осведомлены о том, чем они рискуют, игнорируя предписания ПДД**
- **Это происходит из-за:**
 - недооценки возможных рисков,
 - незнания реальной вероятности ДТП с тяжёлыми последствиями
 - излишней уверенности в других средствах пассивной безопасности автомобиля (пневматические подушки, конструкция кузова и т. д.)
 - снижения ответственности не только за свою жизнь, но и за жизнь окружающих
- **Оправляясь в путь они просто не хотят думать о чём-то плохом**



- Главная задача нашей коммуникации – вывести водителей из этого самоуспокоенного состояния
- Мы должны напомнить им о том, что, садясь за руль и отправляясь в дорогу необходимо не просто настраиваться на позитив, а вспомнить предписания ПДД и дальше чётко их соблюдать
- В их руках их собственная жизнь и жизни окружающих: пассажиров, пешеходов, других участников дорожного движения
- Главная мысль, которую мы должны донести до целевой аудитории:

Живи сам и дай жить другим!

Что мы должны донести

Страшно! На скорости не спасает ничего. Ни каркас, ни ремни, ни подушки. Когда машина всмятку, внутри разрывает и сминает точно **всех, кто также.** И это страшная картина

Стыдно! Культура поведения на дороге как в каменном веке! Огромное количество людей **гибнет от собственной глупости: от самонадеянности и от гордости**

Горько! Сегодня на дорогах страны – как в войну – **гибнут десятки тысяч людей! Причём часто молодые, активные, успешные, многообещающие**

Жалко! Уцелеешь ты – не факт, что уцелеют твои пассажиры: дети, родители, друзья. Да **просто – незнакомый пешеход, перебежавший улицу!**

Что мы должны донести

Опасно! Второго шанса не будет. Что-то переиграть уже не получится. Ни тем, кто разбился, ни мне, ни родным.
Никому...

Глупо! Мы самое успешное поколение: молодое, свободное, с кучей возможностей. Глупо распрощаться с надеждами так рано.

Серьёзно! Никакого порядка не будет, если будет игнорироваться авторитет ГИБДД. Если мы будем брать на себя роль «саморегуляторов движения», то о безопасности не стоит и заикаться.

Важно! Если ты едешь хорошо – у тебя нет никаких гарантий, что ты не попадёшь в аварию. Вокруг множество других, кто представляет угрозу для твоей жизни. Правила нужны, чтобы их соблюдали все до единого. Тогда шансов выжить становится больше у всех.

Недопустимо! Самое дорогое, что есть у человека – дети! Родители обязаны пристегиваться и пристегивать самых маленьких пассажиров. Недопустимо делать их сиротами.



Госавтоинспекция
МВД России



Российская Автомобильная Федерация



РОССИЙСКИЙ
СОЮЗ
АВТОСТРАХОВЩИКОВ



ПРИСТЕГИВАЙТЕСЬ СВОЕВРЕМЕННО



Кинотеатры

Кабельное ТВ

BTI

На дорогах,
стоянках

В детских
учреждениях

В таксо-
парках

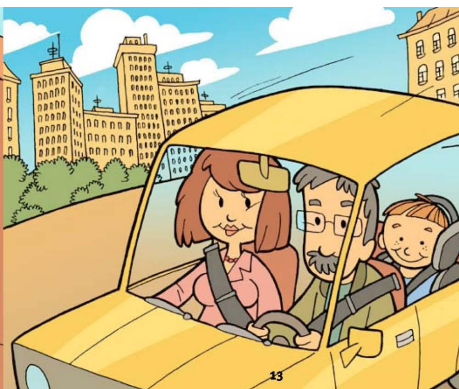
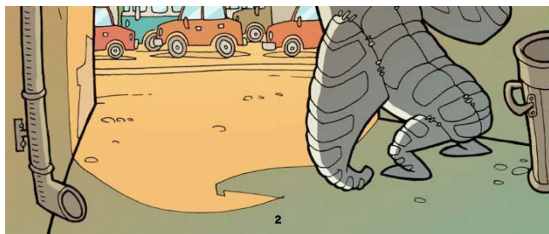
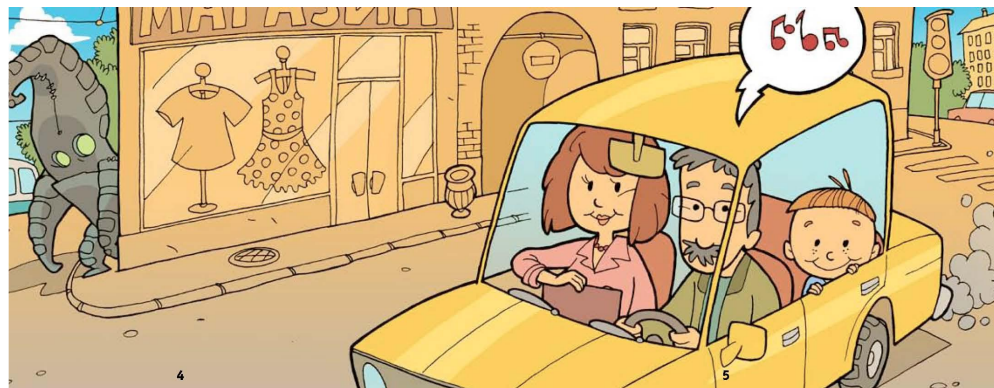


Водители, Пассажиры, Родители

ВТЛ Дороги и стоянки



ВТЛ Детские учреждения



BTL Такси

