

# СОЦИАЛЬНАЯ КАМПАНИЯ «Притормози!»

**Введение**

Госавтоинспекция МВД России на протяжении ряда лет проводит социальные кампании, направленные на повышение безопасности дорожного движения и адресованные различным категориям участников дорожного движения. Результатом этой работы стало снижение ДТП, а также повышение уровня безопасности на дорогах. В данном методическом пособии представлены рекомендации по проведению мероприятий в регионах, посвященных новой кампании, направленной на снижение числа жертв среди пешеходов всех возрастов из-за наездов в зоне пешеходных переходов.

**О кампании**

Официальное название: **«Притормози!».**

**Слоган кампании:** Внимание! Тормози заранее!

**Логотип**

 

**Символом кампании** мы выбрали самый узнаваемый образ пешеходного перехода – человека-пиктограмму со знака «пешеходный переход». Он присутствует на всех дорожных знаках, связанных с пешеходами, пешеходными зонами и детьми– пешеходами и хорошо знаком всем без исключения водителям.





**Мы наделяем человека-пиктограмму со знака «пешеходный переход»** эмоцией и функциями, которые помогут водителю, предупредят и подскажут, когда нужно начать тормозить перед пешеходным переходом, чтобы вовремя остановиться и не сбить пешехода, сохранив ему жизнь и здоровье.

Это символ-бренд «icon» имеет большое знание, но не имеет достаточного вовлечения аудитории. Поэтому этот символ станет единым элементом, объединяющим различные каналы коммуникации, используемые в кампании, включая ТВ, BTL – активности и специальные мероприятия, кампанию в интернет и наружную рекламу

Логотип для размещения в интернете и печатных материалах будет предоставлен по ссылке со всеми материалами кампании в папке «Лого» (ftp://pogosyan:a9msd5zc@ftp.zavod.ru)

 

## Актуальность и цель кампании «Притормози!»

## В 2012 году Госавтоинспекция МВД России, Российский Союз Автостраховщиков и экспертный центр «Движение без опасности» провели кампанию, направленную на пропаганду использования пешеходных переходов для перехода дороги, - проект «Пешеход, на переход!».

## Результаты кампании лучше всего демонстрирует статистика смертности пешеходов вне пешеходных переходов. В 2013 году наблюдается снижение смертности пешеходов по их вине (переход дороги вне пешеходного перехода) на 6,5 %.

## ДТП и пострадавшие из-за нарушения ПДД пешеходами

## (за январь - июнь 2013 г.)\*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Российская Федерация** | **ДТП** | **Погибло** |
| **абс.** | **± % к****АППГ** | **абс.** | **± % к АППГ** |
| **10 933** | **-8,4** | **1 715** | **-6,5** |

\* **Источник:**Данные об аварийности ГИБДД МВД РФ, АППГ – аналогичный период прошлого года

## К сожалению, количество погибших пешеходов по вине водителей (в том числе на пешеходных переходах) увеличивается.

**Суть проблемы**

**ДТП, происходящие в зоне пешеходного перехода, связаны с тем, что водитель оказывается не готов к ситуации, когда на пешеходном переходе появляется пешеход, и не успевает вовремя среагировать на появление пешехода, а не с осознанным действием, направленным на создания для пешеходов опасных условий.**

Пешеходы, находясь на пешеходном переходе, считают себя в безопасности и недостаточно внимательны.

Водитель не готов к появлению опасной ситуации из-за:

**СЛОЖНОСТИ ПРАВИЛЬНОЙ ОЦЕНКИ СИТУАЦИИ НА ДОРОГЕ** – водители за редким исключением не способны правильно оценить достаточное расстояние, необходимое для остановки автомобиля, движущегося на скорости, и в случае непредвиденного появления пешехода на пешеходном переходе оказываются в очень непростой ситуации.

* **ОТСУСТВИЯ ЗНАНИЙ** – многие водители не знают, как правильно пользоваться тормозной системой, в том числе ABS, как следствие, они не могут совершить правильный набор действий в случае возникновения неожиданной ситуации, так как просто не знают, что делать. Помимо этого, водители мало знакомы с индикаторами, которые могут дать указание на возможность опасной ситуации, как следствие, не предпринимают каких-либо мер, позволяющих снизить возможные риски на дороге.
* **ОТСУСТВИЯ НАВЫКОВ** – крайне мало водителей имели практику, позволяющую получить навыки того, как правильно осуществить «рабочее» торможение (перед пешеходным переходом без экстремальных ситуаций), и тем более, как правильно осуществить экстренное торможение, так чтобы ситуация не закончилось трагично для участников дорожного движения. При этом многие водители убеждены, что успеют остановить автомобиль за доли секунды, если на дороге неожиданно появится пешеход.

## Предлагаемое решение проблемы

* Обобщая вышесказанное, можно отметить, что существует острая необходимость в формировании и закреплении навыков поведения в экстренных ситуациях на дороге среди водителей посредством многоступенчатой теоретической и практической подготовки, после которой аудитория сможет легко ориентироваться в любых ситуациях, возникающих при нахождении на дороге. Аналогичную работу необходимо проводить и с пешеходами, которые также являются полноправными участниками дорожного движения и от правильности их поведения также зависит положительный исход ситуаций на дороге.

## В целях усиления пропаганды предлагается провести кампанию, нацеленную на снижение количества жертв среди пешеходов всех возрастов из-за наездов в зоне пешеходных переходов

## Цель и задачи кампании «Притормози»:

Основной целью Кампании является снижение числа жертв среди пешеходов всех возрастов из-за наездов в зоне пешеходных переходов. Условиями достижения основной цели в рамках Кампании является решение следующих задач:

* Донесение до целевой аудитории основной идеи кампании по пропаганде безопасности дорожного движения «Притормози!»: важнейшим условием безопасного проезда зоны пешеходного перехода со стороны водителя является снижение скорости при подъезде к зоне пешеходного перехода, достаточное для полной остановки на безопасном расстоянии от пешехода в случае необходимости;
* Инициация общественного интереса к проблеме безопасности пешеходов на пешеходных переходах;
* Обеспечение поддержания фокуса внимания общества к проблеме;
* Увеличение в долгосрочной перспективе доли лиц среди водителей, снижающих скорость в зоне пешеходного перехода для обеспечения безопасного перехода улицы пешеходами.

Информирование дополнительной целевой аудитории (дети, подростки и пешеходы всех возрастов) о важности соблюдения правил дорожного движения при переходе дороги по пешеходному переходу (в том числе необходимости убедиться в безопасности перехода пешеходного перехода).

## Целевая аудитория

**Основная:**

* Водители (уже имеющие навыки управления транспортным средством, а также готовящиеся в ближайшее время научиться) и пешеходы всех возрастов

**Дополнительная:**

* Органы власти
* Средства массовой информации (СМИ)
* Общественные организации, активные граждане

## Предлагаемые формы распространения рекламы

Кампания должна использовать максимум средств массовой информации:

* Телевидение: федеральные и региональные каналы
* Размещение радио-роликов
* Наружная реклама
* Проведение промо-мероприятий
* Распространение промо-продукции
* Баннерная кампания в Internet
* Проведение конкурсов и викторин

## Эффективность кампании

Оценка эффективности проводимой кампании будет осуществляться посредством проведения двух волн исследования: до начала кампании - с целью замера первоначального состояния аудитории, и по ее завершении - с целью измерения эффективности Кампании, в том числе по индикаторам, характеризующим ожидаемые результаты и показатели эффективности реализации Кампании, согласно Плану Кампании:

* Доля аудитории, контактировавшая с коммуникацией
* Доля аудитории, изменившая свое отношение к проблеме изменения (снижения) скоростного режима при подъезде к зоне пешеходного перехода

**Период проведения кампании:** с 12 марта по 30 апреля 2014 года

**Название кампании:** «Притормози!»

**Ключевые инструменты Кампании**

1. **Наружная реклама**

Будут предоставлены макеты наружной рекламы формата 3х6 и сити-форматы.

Дата предоставления материалов будет озвучена дополнительно.

1. **Радио-ролики.**

В рамках кампании разработаны радио-ролики, которые будут размещены на федеральном уровне на радиостанции Европа Плюс, Авторадио, Вести ФМ, ХИТ ФМ.

По возможности, необходимо распространить радио ролики на региональных радиостанциях для эфира.

Записанные аудио-ролики будут находиться по ссылке (ftp://pogosyan:a9msd5zc@ftp.zavod.ru) со всеми материалами в папке «Radio».

1. **ТВ реклама.**

В рамках кампании разработан ТВ-ролик «Пиктограммы», который размещен в эфире с 21.02.2014 на федеральном уровне на Первом канале, Россия 2.

По возможности, необходимо распространить ТВ-ролик на региональных каналах. Файлы с ТВ-роликом будут находиться по ссылке со всеми материалами в папке «TV» (ftp://pogosyan:a9msd5zc@ftp.zavod.ru)

***Также по ссылке со всеми материалами кампании будут размещены(***ftp://pogosyan:a9msd5zc@ftp.zavod.ru***):***

*- ролик для плазм системы ОКСИОН (размещение на плазменных экранах без звука)*

О размещении данных материалов сообщим дополнительно.

\*Все материалы будут появляться по ссылке по мере готовности. Оповещение о появлении материалов будет приходить на электронную почту представителю пропаганды каждого региона.

**ПРОМО-МЕРОПРИЯТИЯ**

В рамках кампании в 10 субъектах РФ будет реализован комплекс промо-мероприятий, которые позволят наиболее целостно и полно раскрыть особенности проблематики кампании.

**Механика проведения основной части кампании в 10 регионах.**

**Список городов:** Владимир, Великий Новгород, Калуга, Нижний Новгород, Чебоксары, Пермь, Омск, Ярославль, Московская область (Москва), Санкт-Петербург

В данных регионах России предлагается провести масштабные пропагандистско–обучающие мероприятия, которые будут включать в себя активности во всевозможных каналах, где удается взаимодействовать с целевой аудиторией.

Активации в разных каналах направлены на формирование у целевой аудитории – водителей - знания о том, что аварии на пешеходных переходах происходят из-за того, что водители не готовы к внезапному появлению пешехода на пешеходном переходе, поздно замечают и им не хватает времени и навыков, чтобы вовремя остановить автомобиль; у пешеходов - знания о том, что нахождение на пешеходном переходе не дает пешеходу гарантии того, что он в безопасности, т.к. водителю нужно время, чтобы затормозить.

**Промо-мероприятия** в поддержку пропаганды внимательного и ответственного поведения предполагают:

* Анонс кампании на пешеходных переходах города вблизи школ, детских садов, ВУЗов, средне-профессиональных учебных учреждений;
* Основные промо-мероприятия в течение трех дней (ориентировочно: воскресенье, понедельник, вторник) на крупной автоплощадке города;
* Продолжение основного мероприятия в автошколах города посредством проведения урока – тренинга, предполагающего показ фильма, демонстрирующего проблематику кампании, ответы на вопросы о проблематике, (\* в некоторых автошколах проведения практического занятия по навыкам экстренного торможения), раздачей наглядных и полезных сувениров);
* Анонс проблематики кампании на территории ВУЗов;
* Анонс кампании в средних школах (среди 1,2 классов начального звена, а также 9,10,11 классов);
* Анонс кампании в детских учреждениях – детских садах для старших групп;
* Анонс кампании на автозаправочных станциях города.

**График проведения мероприятий**

**(\* возможна небольшая корректировка сроков)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Город** | **Занятия в детских садах** | **Занятия в начальных школах** | **Уроки в старших классах (при необходимости и в 8-ых)средних школ** | **Мероприятия в ВУЗах** | **Мероприятия на АЗС** | **Мероприятия на пешеходных переходах** | **Мероприятия в городе** | **Активности в автошколах** |
| **Чебоксары** | В период12-20 марта | В период12 марта – 4 апреля | В период12 марта - 15 апреля | В период с 17 марта – по 21 марта | В период с 17 марта – по 21 марта | В период с 17 марта – по 26 марта | В период с 23 марта – по 26 марта | В период с 26 марта по 1 апреля |
| **Ярославль** | В период 17 марта – 23 марта | В период17 марта – 8 апреля | В период17 марта - 16 апреля | В период с 24 марта – по 28 марта | В период с 24 марта – по 28 марта | В период с 24 марта – по 2 апреля | В период с 30 марта – по 1 апреля | В период со 2 апреля по 8 апреля |
| **Великий Новгород** | В период 17 марта – 23 марта | В период17 марта – 8 апреля | В период17 марта - 16 апреля | В период с 24 марта – по 28 марта | В период с 24 марта – по 28 марта | В период с 24 марта – по 2 апреля | В период с 30 марта – по 1 апреля | В период со 2 апреля по 8 апреля |
| **Нижний Новгород** | В период 17 марта – 28 марта | В период17 марта – 8 апреля | В период17 марта - 16 апреля | В период с 31 марта – по 4 апреля | В период с 31 марта – по 4 апреля | В период с 31 марта – по 10 апреля | В период с 6 апреля – по 8 апреля | В период с 9 апреля по 15 апреля |
| **Санкт Петербург** | В период 17 марта – 28 марта | В период17 марта – 8 апреля | В период17 марта - 16 апреля | В период с 31 марта – по 4 апреля | В период с 31 марта – по 4 апреля | В период с 31 марта – по 10 апреля | В период с 6 апреля – по 8 апреля | В период с 9 апреля по 15 апреля |
| **Пермь**  | В период 31 марта – 2 апреля | В период31 марта – 15 апреля | В период31 марта - 23 апреля | В период с 7 апреля – по 11 апреля *(возможен сдвиг начала активностей на 1-2 дня в связи со сложностями логистики до региона)* | В период с 7 апреля – по 11 апреля*(возможен сдвиг начала активностей на 1-2 дня в связи со сложностями логистики до региона)* | В период с 7 апреля – по 16 апреля*(возможен сдвиг начала активностей на 1-2 дня в связи со сложностями логистики до региона)* | В период с 13 апреля – по 15 апреля | В период с 16 апреля по 22 апреля |
| **Калуга** | В период 31 марта – 2 апреля | В период31 марта – 15 апреля | В период31 марта - 23 апреля | В период с 7 апреля – по 11 апреля | В период с 7 апреля – по 11 апреля | В период с 7 апреля – по 16 апреля | В период с 13 апреля – по 15 апреля | В период с 16 апреля по 22 апреля |
| **Омск** | В период 7 апреля – 11 апреля | В период 7 апреля – 22 апреля | В период 7 апреля – 30 апреля | В период 14 апреля – 18 апреля*(возможен сдвиг начала активностей на 1-2 дня в связи со сложностями логистики до региона)* | В период 14 апреля – 18 апреля*(возможен сдвиг начала активностей на 1-2 дня в связи со сложностями логистики до региона)* | В период 14 апреля – 23 апреля*(возможен сдвиг начала активностей на 1-2 дня в связи со сложностями логистики до региона)* | В период с 20 апреля – по 22 апреля | В период с 23 апреля по 29апреля |
| **Владимир** | В период 7 апреля – 11 апреля | В период 7 апреля – 22 апреля | В период 7 апреля – 30 апреля | В период 14 апреля – 18 апреля | В период 14 апреля – 18 апреля | В период 14 апреля – 23 апреля | В период с 21 апреля – по 23 апреля | В период с 24 апреля по 30апреля |
| **Москва (МО)** | В период 7 апреля – 11 апреля | В период 7 апреля – 22 апреля | В период 7 апреля – 30 апреля | В период 22 апреля – 28 апреля | В период 22 апреля – 28 апреля | В период 21 апреля – 30 апреля | В период с 27 апреля – по 29 апреля | В период с 23 апреля по 29 апреля |

Для эффективной и оперативной работы в точках необходимо получить документ-разрешение от администрации точек о согласовании возможности работы промо персонала и распространения раздаточного материала.

**Анонс кампании перед проведением мероприятий.**

**Проводится ориентировочно в течение трех-семи рабочих дней в каждом городе до наступления основного мероприятия**

**Механика:** анонсирование приближающихся активностей в городе посредством размещения печатных материалов: информационных и анонсирующих постеров в МРЭО, ВУЗах, АЗС, Автошколах, а также распространения анонсирующих флаеров в тех же каналах

**Раздаточные материалы:**

* Анонсирующий постер;
* Информационный постер
* Флаер

**Макет анонсирующего постера – будет предоставлен после получения от сотрудников пропаганды точного названия площадки, а также ее адреса**

**Макет информационного постера:**



**Макет флаера:**

****

****

**ВАЖНО: для своевременного предоставления флаеров просим сотрудников пропаганды предоставить адрес и название площадки для проведения мероприятия, для подготовки печатного формата флаера**

Для проведения анонсирующих мероприятий от сотрудников пропаганды необходимо получить рекомендацию по возможной адресной программе для работы: название мест и адреса для размещения материалов, а также осуществить размещение соответствующих материалов в МРЭО, Автошколах города. В ВУЗах, на АЗС постеры флаеры будут размещены с помощью промоутеров

**Описание мероприятия - тренинга для водителей по методике безопасного вождения с акцентом на обучение правильному торможению в рамках кампании «Притормози!»**

**Тайминг:** воскресенье, понедельник, вторник - ориентировочно 8 часов: с 10.00 (12.00) до 18.00 (20.00)

Рекомендации по наиболее благоприятному времени проведения мероприятия важно получить от автоплощадок (где будет проходить мероприятие)

Мероприятиепредставляет собой комплексное интерактивное занятие, состоящее из нескольких этапов, позволяющее получить теоретическую базу по вопросам совместной безопасности пешехода и водителя на дороге, закрепить полученные знания на практике, получить полезные рекомендации от профессионалов о том, как вести себя на дороге.

**ВАЖНО:** начало мероприятия предполагается обозначить проездом по городу организованной колонной автомобилей, соответствующим образом забрендированных

Формат проезда с каждым регионом будет согласован индивидуально

**Требования к площадке для проведения основного мероприятия – предпочтительные**

**Максимальные требования к площадке:**

1. Количество площадок для проведения теоретической и практической частей мероприятия: 1 автошкола/автоплощадка города;
2. Расположение в центральных районах города;
3. Удобная транспортная доступность;
4. Зона для проведения мероприятия должна состоять из двух территорий:

**Для практической части:**

* открытая безопасная площадка – для отработки приемов экстренного торможения на автомобиле, с хорошим асфальтом, с ориентировочными размерами: 150 м шириной и 250 м длиной.

 **Для теоретической части:**

* крытое помещение (класс) – для проведения теоретической части

(50-100 м2 ), способное уместить 30-40 человек, со стульями, а также проектором и экраном для трансляции видео фильма вблизи площадки для практической части;

* небольшое помещение (25-35 м2) для проведение инструктажа аудитории, проведения теста на содержание алкоголя в крови,
* помещение для отдыха и переодевания персонала (15-20 м2)
1. На автоплощадках вместе с прилегающими теплыми помещениями должна быть обеспечена возможность декорирования помещений, уборка территории, а также возможность использования электроэнергии (2 Квт на площадке, 2 Квт – теоретическая часть), воды, помещений общего пользования (коридоров, туалетов и пр.)
2. Возможность использования звукового оборудования (системы звукоусиления) на время проведения акции, если оно есть в распоряжении автошколы;
3. Готовность представителей автошкол оказывать всяческое сотрудничество во время реализации мероприятия (в том числе с точки зрения предоставления площадки, осуществления брендинга на ней, который будет согласован дополнительно, использования ресурсов площадки (электричество, туалеты и пр.) разрешение присутствия на площадке сторонних людей – участников)

**ВАЖНО: просим вас оказать содействие в предоставлении наиболее подробных фотографий площадок (как внутренних, так и внешних площадок)**

**Расписание работы автоплощадки:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Первый день** | Предположительно воскресенье – день обучения для инструкторов автошкол, а также всех желающих, имеющих водительские удостоверения и зарегистрировавшихся на тренинг через сайт**Количество участников: ориентировочное количество 80 человек в день****Время проведения**: 8 часов**Персонал и оборудование:*** помещения для проведения теоретической части тренинга, вспомогательные помещения (для регистрации инструктажа участников, а также комната отдыха для персонала)
* полигон
* 10 автомобилей с ABS от автоплощадки, возможно с инструкторами, на случай, если в мероприятии будут участвовать студенты ВУЗов (либо собственный транспорт участников)
* ВАЖНО: в случае, если в транспорте будут находиться автоинструктора автошкол – они должны быть соответствующим образом подготовлены (опрятная чистая одежда, отсутствие всякого рода высказываний относительно тренинга и методики преподавания инструкторов из Москвы, проводящих тренинг, участие тренеров, находящихся в автомобиле, допускается лишь в случае предотвращения наступления ДТП)
 |
| **Второй день** | Основная площадка продолжает свою работу относительно проведения тренингов, демонстрирующих особенности экстренного торможения для аудитории**Количество участников: ориентировочное количество 80 человек в день****Время проведения**: ориентировочно 8 часов**Персонал и оборудование:** * возможно дополнительное присутствие инструкторов (n – количество) на площадке, которые будут находиться в машине с участниками, и в случае отсутствия контроля транспортного средства со стороны участника, смогут повлиять на ситуацию
* комната/зал для проведения теоретической части тренинга
* комната для проведения организационной части тренинга (подписание соответствующих бумаг, проведения теста на содержание алкоголя в крови и пр.)
* полигон
* 10 автомобилей с ABS автоплощадки (либо свой транспорт участников)
 |
| **Третий день** | Показательное мероприятие для прессы и VIP гостей Основная площадка продолжает свою работу относительно проведения тренингов, демонстрирующих особенности экстренного торможения для аудитории**Количество участников: ориентировочное количество 80 человек в день**\*(из них часть прессы и VIP гостей (время их присутствия на площадке важно согласовать заранее), оставшаяся часть участников – желающие, зарегистрировавшиеся через сайт)**Время проведения**: 8 часов**Персонал и оборудование:** * комната/зал для проведения теоретической части тренинга
* комната для регистрации участников, инструктажа,
* комната отдыха для персонала
* полигон
* 10 автомобилей автоплощадки (либо свой транспорт участников)
 |

\*Важно получить рекомендации от сотрудников пропаганды относительно количества людей, присутствующих ежедневно. Может быть, рассмотреть вариант с гарантированным присутствием некоторого количества участников по предварительным договоренностям с автошколами?

В рамках практической части будут отработаны конкретные практические навыки (упражнения) в управлении авто в экстренных случаях, по итогам прохождения заданий будет проведено обсуждение возникших трудностей, возможных подводных камней.

**Распределение участников на площадке во время практической части:**

* Ориентировочно на площадке одновременно будут находиться 2 группы участников (по 10 человек в каждой). Для 20-ти человек на площадке будут находиться 10 машин (по 1 на двух человек, которые в рамках тренинга будут меняться местами)
* Инструктор проведет короткий инструктаж о порядке взаимодействия на площадке:
* Машинам присваиваются условные порядковые номера, которые впоследствии будут использоваться инструктором для координации действий и внесения комментариев на площадке;
* Все сообщение между участниками происходит посредством раций: в каждой машине будет по 1 рации, 1 рация у инструктора (водители в рации ничего не говорят, они только слушают указания и комментарии инструкторов);
* Машины выстраиваются перед каждым заданием в соответствии с указаниями инструктора.
* Также будет проводиться инструктаж по технике безопасности на площадке (автодроме):
* Неукоснительно соблюдаются правила поведения на автодроме. Обращается внимание на безопасную дистанцию в зоне безопасности;
* Порядок выполнения упражнений: либо старт по команде тренера, либо старт следующего автомобиля, после того, как автомобиль, находящийся на упражнении начал возврат в зону безопасности, «показал фары»;
* Тренер имеет право удалить участника с занятий. Об этом делается заявление, как только кто-либо из участников не выполняет команду тренера. Заявление делается в радиостанцию, чтоб все участники слышали;
* Подведение итогов каждого упражнения делается лично, пригласив участников выйти из автомобилей. Не допускается подведение итогов с использованием радиостанции. Тренер должен использовать радиостанцию как можно меньше, выполняя через неё только корректировки движения. При каждом удобном случае водителей необходимо приглашать выйти из автомобилей для подведения итогов или наблюдения за упражнением.

**Схема организации площадки:**

(для каждого города расположение зон будет согласовываться индивидуально с каждым городом)

Крытое помещение в здании.

Пункт контроля пригодности водителя к экзамену

Крытое помещение в здании.

Зона для пресс-конференции/теоретической части тренинга

Группа 1

Группа 2

Открытая площадка для отработки

практических заданий.

**Ориентировочный дизайн-макет площадок для проведения мероприятия:**

* Зона для проведения теоретической части тренинга

****

* Зона для проведения практической части тренинга

****

**Зоны ответственности в рамках обеспечения площадок для проведения мероприятия:**

* Сотрудники пропаганды: В день проведения мероприятия с участием СМИ (возможный формат анонса кампании среди СМИ):

Для полноценного анонса кампании предлагаем рассмотреть возможность проведения пресс – конференции на территории ГИБДД с прессой, далее проезд по улицам города в автомобилях автошкол (заранее забрендированных), сопровождаемых несколькими патрульными машинами (по возможности с мигалками), проезд завершается на автоплощадке, где будет проводиться основное мероприятие

* Поиск и договоренности с автоплощадкой о работе на их территории в рамках озвученного выше графика на безвозмездной основе
* Срок предоставления информации по автоплощадке (название, адрес, условия сотрудничества) – не позднее, чем за 2 недели до проведения мероприятия
* Договоренности по обеспечению функционирования площадок на безвозмездной основе (электричество, вода, уборка, использования мест общественного назначения (туалеты, коридоры и пр.))
* Во все дни присутствия автоинструкторов, а также их автомобилей на территории автоплощадки, договориться с автошколами (автоинструкторами) на их безвозмездные участие.
* В контексте мероприятия автошкола сможет получить обширный PR, а инструкторам представится возможность получить уникальные знания в рамках тренинга, которые впоследствии они смогут применять в дальнейшей практике
* Дополнительно необходимо договориться о формате предоставления машин, которые должны быть:
* Все автомобили должны быть с ABS
* Оснащен и укомплектован в соответствии с ПДД, требованиям по допуску а/м к эксплуатации и прочим применимым нормативным документам. Полностью исправны и функциональны тормозная система, рулевое управление, световая и звуковая сигнализация, спидометр. Все болты/гайки крепления колес в наличии и затянуты.
* убраны любые предметы, затрудняющие обзор, в особенности подвижные
* убраны любые предметы из салона, которые могут самопроизвольно перемещаться при торможении
* Исправны все световые приборы
* Тип резины соответствует сезону
* Все жидкости в наличии (масло, омыватель, бензин)
* Вымыт, чистые сиденья, чистые стекла, убран салон
* Ремни безопасности в наличии, исправны, чистые
* Замки ремней безопасности в наличии и исправны
* Давление в шинах на 0.3 атм выше нормы
* должна быть обеспечена ежедневная мойка,
* заправка (10-15 литров в день),
* очищение салона от «талисманов» и всех личных вещей, в том числе в багажнике: огнетушитель, аптечка, знак аварийной остановки)
* машины, к которым возможно будет приклеить стикеры с соответствующей коммуникацией
* на площадке обязательно должен присутствовать человек, который сможет обеспечить техническое сопровождение автомобилей - участников (подкачка колес, замена лампочек, и т.п.)
* при осуществлении договоренностей с автошколами необходимо обговорить, что возможно нам нужно будет разместить на машинах инструкторов брендированные стикеры – магниты, шторки на заднее стекло автомобилей, с сообщением о кампании

Накладные расходы (мойка автомобилей, заправка, износ шин) будут компенсироваться автошколе (либо инструкторам централизованно), в рамках переговоров с автошколой важно добиться наименьшей стоимости за подобные услуги

## Правила поведения автоинструкторов на площадке во время их присутствия в автомобиле

## Внешний вид и гигиена

* причесан, пострижен, выбрит, почищены зубы, чистые руки и ногти
* свежее белье, чистые ботинки, верхняя одежда без специфических запахов (в т.ч. бензин, масло и т.д.)
* физически здоров, трезв,

## Поведение на акции

* Всегда приветлив, вежлив и доброжелателен
* Следит за физическим и эмоциональным состоянием водителя
* Перед началом занятий проверяет состояние автомобиля
* Категорически не использует ненормативную лексику
* Категорически не курит в автомобиле, курит только в отведенных местах
* В автомобиле не ест, не пьет.
* Использует освежители дыхания (tik-tak или подобные)
* Радио выключено
* Мобильный выключен (совсем, ни разговоров, ни смс)
* Пристегнут
* Следит, чтобы все в автомобиле были пристегнуты, рация работала, личные вещи участников закреплены или на полу, участник выполняет требования ТБ
* Не комментирует, не подсказывает, при попытках участников “поболтать” - вежливо рекомендует сосредоточиться на упражнениях, а все обсуждения после окончания всей программы.
* Не вмешивается - кроме аварийных ситуаций

## При аварийной ситуации

Аварийная ситуация - угроза столкновения с неподвижным или подвижным объектом. Ошибки участников, экстренное торможение, блокировка колес, снос/занос не являются аварийной ситуацией, если не создают угрозу столкновения.

* Принимает все меры для предотвращения столкновения, вплоть до полной остановки и экстренного торможения.
* Останавливается, включает аварийную сигнализацию
* Говорит участнику “Извините, что я вмешался в управление, но ситуация была опасной и выходила из-под контроля. Сейчас тренер примет решение, что мы делаем дальше”
* Ждет указаний тренера

## При внештатных ситуациях

* При появлении технической неисправности автомобиля - привлекает внимание организаторов и принимает решение о дальнейшем участии.
* При ухудшении самочувствия участника, при неадекватном поведении участников, при любом ином нештатном развитии ситуации привлекает внимание организаторов.
* При возникновении угрозы для жизни и здоровья участников и своего собственного принимает все возможные доступные меры для их спасения, привлекает организаторов, при необходимости вызывает профессиональную помощь.

**Обеспечение необходимого количества участников на площадке:**

**Продолжительность занятий:** каждое занятие длится 2 часа (теоретическая + практическая часть), если площадка работает 8 часов, то на ней проводится, – 4-6 занятий соответственно, в каждом занятии может участвовать 20 человек (по 2 человека в машине, не считая инструктора автошколы в случае, если у участника нет прав)

**Максимальное количество участников в день: 80 человек**

Организаторы видят себе следующую **схему по привлечению аудитории**:

* Часть участников попадает на мероприятие по разыгранным билетам **на радио**, часть по билетам **из сети Интернет**
* Также планируется проводить **активную агитацию** с **размещением** **информационных плакатов** и **распространением флаеров - пригласительных** в **МРЭО**, в самих **автошколах**, в **ВУЗах и средне-специальных учреждениях города**
* Каждый участник должен пройти электронную регистрацию, организаторы и сотрудники пропаганды тем самым будут иметь механизм отслеживания количества участников, и в случае нехватки людей – вовремя реагировать на способы их привлечения

В связи с тем, что мероприятие будет носить достаточно специфичный характер, существует риск **недозаполнения площадки участниками** мероприятия. На этот случай организаторы совместно с сотрудниками пропаганды хотели ли бы разработать план по реагированию на недостающее кол-во участников мероприятия (например, договориться с автошколами города, на гарантированное присутствие инструкторов, учеников автошкол в первый и вторые дни мероприятия).

По этому пункту необходимо получить рекомендации сотрудников пропаганды, какая схема по посещению площадки будет самой оптимальной

Так же просим вас узнать технические моменты по нашему размещению на площадке:

* заезд на площадку предпочтителен в 9-12.00 часов предыдущего дня, на монтаж хотелось бы иметь полный день и ночь.
* иными словами организаторы будут присутствовать на площадке день, ночь перед датой проведения мероприятия – день мероприятия – вечер и утро следующего дня после мероприятия для демонтажа (до 12:00 следующего дня).
* готовность предоставить организаторам помещение под гримёрку и помещение для хранения призов и реквизита.
* готовность предоставить технический персонал: электрика, готового оказывать содействие в подключении и установке необходимой аппаратуры, охрану (с момента монтажа до момента демонтажа на случай, если площадка находится на открытой, общедоступной территории ) и т.д..
* готовность площадки обеспечить уборку на территории во время мероприятия (уборщицы с реквизитом, которые смогут помочь с поддержанием площадки в чистом и опрятном состоянии (работу персонала по необходимости организаторы готовы оплатить).

**Реализации анонсирующих мероприятий на территории автошкол города.**

**Механика:** впродолжение основного мероприятия в рамках кампании, лектора автошкол, сотрудники ГИБДД (по возможности) вместе с аниматорами проводят теоретические занятия на тему особенностей торможения перед пешеходными переходами, в рамках которой показывают обучающий фильм по тематике кампании, и раздают промо-материалы[[1]](#footnote-1).

Для проведения занятий в автошколах от сотрудников пропаганды необходимо получить рекомендацию по возможной адресной программе для работы: адреса, кол-во учащихся автошкол города, а также обеспечить договоренности с автошколами на помещение, и оборудование, необходимое для показа фильма, распространение промоматериалов

Расписание работы должно быть предоставлено в формате списка с указанием наименования учебного учреждения, адреса, контактного лица в учебном учреждении, а также расписания работы в нем

Срок предоставления адресной программы: не позднее, чем за 2 недели до реализации мероприятия в канале

**Реализации анонсирующих мероприятий на территории детских садов и начальных классов общеобразовательных школ.**

Описание: **з**анятия в детских садах и школах будут проводиться в игровой форме с целью донесения до детей информации о том, как важно соблюдать правила перехода нерегулируемых перекрестов, быть внимательными и аккуратными на дороге. Во время занятий дети познакомятся с новыми для себя понятиями: остановочный путь, экстренное торможение, световозвращающие элементы[[2]](#footnote-2).

 Занятия могут проводиться как совместно с организаторами и представителями Госавтоинспекции, так и автономно с помощью мобильных команд промоутеров.

**Адресная программа и кол-во занятий:**

* Кол-во школ в городе – 30, детских садов в городе - 25,
* 4 урока в 1 параллели в день (в каждой школе берем 1-2 параллели), 5-10 садов в день (предпочтительное время проведения мероприятий: после обеда), по 1 занятию в каждом детском саду
* Ориентировочное кол-во участников:
* Начальные классы: 25 человек в рамках одного урока
* Детские сады: 20 человек в рамках 1 занятия
* Участники занятия: ученики начального звена, дети старших групп детских садов

**К сотрудникам пропаганды** организаторы обращаются **с просьбой об обеспечении**:

* возможности проведения мероприятия на конкретных площадках (ориентировочно в 30 школах и 25 детских садах, по 4 урока в день в одной параллели (1, 2 классы), а также по 1 занятию в каждом саду, по 5-10 детских садов в день (при работе одновременно 5-ю командами аниматоров).
* расписание проведения активностей будет согласовываться в соответствии с распорядком работы школ и садов в городе. В детских садах большая просьба учесть максимальную близость по расположению одного сада относительно другого в рамках работы в течение одного дня, чтобы можно было осуществлять оперативные переходы промокоманды из одного учреждения в другое
* помещения для проведения мероприятий в начальных классах, и детских садах должны быть довольно большими, чтобы обеспечить беспрепятственное передвижение в рамках активностей – порядка 50-70 м2
* ВАЖНО: не объединять несколько классов в школах и групп в детских садах для проведения занятий, сценарии рассчитаны на работу с ограниченным количеством людей в рамках 1-2 групп
* Срок предоставления адресной программы: не позднее, чем за 2 недели до реализации мероприятия в канале

Организаторы обеспечивают присутствие на занятиях аниматоров и обеспечивают их реквизитом для проведения урока и раздаточными материалами.

Сотрудники пропаганды опционально со своей стороны могут участвовать в подготовке и проведении образовательной части урока в детских садах (рассказ о правилах дорожного движения).

**Реализации анонсирующих мероприятий в старших классах общеобразовательных школ (9-10-11 классы)[[3]](#footnote-3)**

* на базе уроков физики ученикам будет разъяснена взаимосвязь между физическими законами, понятиями типа коэффициент трения, равноускоренное движение, сила трения покоя и принципами управления автомобилем, как в штатном, так и экстренном режиме. По окончанию урока учителями и учениками будут сформированы совместно ключевые основы безопасной жизнедеятельности, в том числе и на дороге
* урок должен проводиться учителем физики, непосредственно, причем часть урока должна быть представлена в качестве заранее подготовленного домашнего задания одним из учеников, т.е. формат урока и его тема с учителем должны быть обсуждены заранее[[4]](#footnote-4)
* в помощь учителю на каждом уроке будет присутствовать промоутер, который может помочь с реквизитом и раздаточным материалом, а в конце урока с вручением призов
* участники занятий:
* ученики старших классов (с 9 по 11), в случае недостаточного количества параллелей (9-11) и количества учащихся в них – опционально можно подключить и 8-ые классы
* количество школ: 30 в городе,
* количество учащихся, с которыми будет проведена работа:
* 9 ые классы
* 10-ые классы
* 11-ые классы

ВАЖНО: в случае недостачи по количеству параллелей в рамках одного из классов, просьба обеспечить возможность подключения 8-ых классов

* сотрудников пропаганды просим обеспечить возможность проведения мероприятия на конкретных площадках: 30 школах города, с заявленным выше количеством учеников
* расписание работы должно быть предоставлено в формате списка с указанием наименования учебного учреждения, адреса, контактного лица в учебном учреждении, а также расписания работы в нем
* расписание проведения активностей будет согласовываться в соответствии с распорядком работы школ в каждом городе
* срок предоставления адресной программы: не позднее, чем за 2 недели до реализации мероприятия в канале
* важно учесть, что от того, насколько учитель способен красиво преподнести материал будет зависеть, то, как воспримут материал ученики, потому очень важно при общении со школами, просить их предоставить самых ярких (ого) учителей физики (ля) для проведения урока
* организаторы обеспечивают присутствие на занятиях аниматора и снабжают раздаточными и вспомогательными материалами.

**Реализации анонсирующих мероприятий в ВУЗах**

* для создания еще большего анонсирования будущей лекции среди аудитории в этот же день в ВУЗе будут установлены:
* 2 конфетных аппарата, из которых при нажатии на педаль тормоза у основания, выпадает брендированная конфета с вкладышем, выполненными в стилистике кампании с разными напутствиями пешеходам и водителям
* брендированная стойка с DJ-пультом в день лекции для нагнетания интереса среди целевой аудитории, посредством работы DJ на сведение треков, как аналогии по торможению перед пешеходным переходом. За участие в активности участники получают призы
* 2 тантамаресик для фотографирования с табличкой, куда каждый желающий может написать свое пожелание – обращение к водителю/пешеходу, затем сфотографироваться, выложить в социальную сеть, собрать max количество лайков, выиграть приз (youtaphone или обучение в автошколе)

ключевое мероприятие: проведение лекции на тему физики торможения и необходимости обладания этим навыком в университете в интерактивном формате. За посещение лекции каждый учащийся получит гарантированный приз[[5]](#footnote-5)

* тайминг проведения активностей в ВУЗах:
* проведение анонсирующих активностей (с DJ пультом, аппаратами для конфет, а также тантмаресками для фотографирования – 1 – 1,5 часа
* интерактивная лекция – 1-2 часа (предположительно будет проведено 3 лекции по 30минут)
* количество Вузов: 10 ВУЗов в городе
* возможные допущения:
* в случае отсутствия в городе необходимого количества ВУЗов, их опционально можно заменить учреждениями средне профессионального образования
* сотрудников пропаганды просим обеспечить возможность проведения мероприятия на площадках: 10 ВУЗов города. В рамках переговоров с ВУЗами необходимо осуществить договоренности о гарантированном посещении лекции определенным количеством учащихся, на случай, если посещаемость не будет обеспечена после осуществления анонсирующих активностей
* Срок предоставления адресной программы: не позднее, чем за 2 недели до реализации мероприятия в канале

* расписание работы должно быть предоставлено в формате списка с указанием наименования учебного учреждения, адреса, контактного лица в учебном учреждении, а также расписания работы в нем
* площадки для проведения активностей должны соответствовать следующим требованиям:
* холл для проведения анонсирующих активностей:
* ориентировочная площадь помещения - 50 м2. Для пониманияразмеров площадки необходимо предоставить максимально подробные фотографии/ БТИ схему помещения
* на территории холла, также необходимо наличие 3-ех розеток для подключения 2-ух аппаратов, DJ пульта
* с ВУЗом необходимо осуществить договоренности о возможности включения музыки в холле Вуза в рамках анонса приближающейся лекции
* стол для размещения звукового оборудования
* лекционный зал:
* необходимо предоставление максимально подробных фотографий зала/схемы (БТИ) площадки (места для размещения экрана, посадочных мест, входов в помещение и пр. деталей);
* необходим доступ и возможность воспользоваться звуковым оборудованием ВУЗа (вместе с микрофоном), которое закреплено за данным залом для трансляции контента лекции;
* необходимо осуществить затемнение помещения, предпочтительно плотными занавесями (затемнение помещение является необходимым условием для демонстрации 3D эффектов), в случае, если ВУЗ не располагает возможностью для затемнения помещения – сообщить об этом организаторам не менее, чем за неделю до проведения активностей в канале, и предоставить подробные фото помещений, которые будут подлежать затемнению (отдельно предоставить информацию по метражу для затемнения);
* у организаторов должен быть доступ к электропитанию для настраивания соответствующего оборудованияМонтаж первого ВУЗа в городе необходимо осуществить вечером в воскресенье (за день до мероприятия)

**Реализации анонсирующих мероприятий на АЗС**

* целью проведения активностей в данном канале является привлечение внимания водителей к теме торможения перед пешеходными переходами и донесение информации о необходимости сбавления скорости через приятные «предсказания», которые водитель может получить как напутствие в дорогу. Короткая коммуникация позволит максимально эффективно воздействовать на водителей, а также сможет развеять мифы о длине тормозного пути
* на заправках устанавливаются конфетные автоматы с «предсказаниями»;
* каждый автомат имеет «педаль тормоза», нажав на которую, водитель получает конфету, завернутую в брендированный фантик, на оборотной стороне которого, размещено пожелание, связанное с проблематикой кампании;
* промо-персонал, стоящий рядом с автоматом, привлекает внимание водителей и доносит до них основное сообщение кампании, выдает ароматизатор в подарок
* с некоторой периодичностью промоутер объявляет возможность поучаствовать в дополнительных активностях, за которые вручаются тематический приз

Варианты дополнительных активностей:

* для продвинутых (со смартфонами и 3G на  них)

возможность зачекиниться на АЗС и оставить подпись, что я теперь торможу заранее/либо подпись с хештегом (ориентировочно: #притормози#бездтп;)

* возможность сделать фото вкладыша с пожеланием из конфеты, которую получил участник в аппарате, и выложить ее в Инстаграмме с подписью напр. #притормози#бездтп;
* возможность поставить «лайк» группам Бездтп— [facebook.com/bezdtp](http://www.facebook.com/bezdtp) и [vk.com/bezdtp\_ru](http://vk.com/bezdtp_ru) и поставите «лайк»
* для тех, у кого нет смартфонов: предлагается механика с тренировкой глазомера (на улице в поле видимости и промоутера, и участника выставляются 3 конуса на некотором расстоянии друг от друга), промоутером водителю задается вопрос,  какое кол-во метров по мнению человека до конуса #1, #2, #3?

за участие  вручаем либо жилет, либо обложку для автодокументов

* для реализации этой активности сотрудников пропаганды просим осуществить договоренности с необходимым количеством АЗС, имеющим на своей территории крытый магазин, где можно разместить перечисленные выше материалы, а также обеспечить работу промоутера
* количество АЗС: 10 точек в черте города, работающих в течение 5 дней, по 4 часа ежедневно
* срок предоставления адресной программы: не позднее, чем за 2 недели до реализации мероприятия в канале
* возможные допущения:
* Для обеспечения работы конфетного аппарата, необходимо наличие подключения к розетке электропитания
* в нерабочее время промоутера необходимо иметь договоренности с АЗС на то, чтобы аппарат убирать на хранение в подсобные помещения
* Монтаж конфетных аппаратов на АЗС необходимо осуществить поздним вечером в воскресенье (перед началом недели их работы), сотрудников пропаганды просим осуществить договоренности с администрацией АЗС на возможность такой доставки
* Демонтаж конфетных аппаратов со всех 10 АЗС необходимо осуществить в пятницу – последний день работы аппаратов в данном городе, сотрудников пропаганды просим осуществить договоренности с администрацией АЗС по возможности демонтажа оборудования
* Расписание работы должно быть предоставлено в формате списка с указанием наименования соответствующего перекрестка, адреса, контактного лица на АЗС, а также расписания работы в нем

**Реализации анонсирующих мероприятий на Пешеходных переходах**

* Основной целью коммуникации в канале становится помочь и водителям, и пешеходам стать внимательнее и аккуратнее на дороге, проводя с ними короткие разъяснительные беседы, там, где больше всего необходимо соблюдать меры предосторожности – на дороге - снабдить и тех, и других минимальным набором средств, которые помогут им быть в большей безопасности
* Для этого на пешеходных переходах планируется установка фигур – знаков с размещенным на них сообщением за 60 метров до перехода – предупреждение водителей о появлении пешехода



* Работа промоутеров на пешеходном переходе в яркой и заметной промо форме по донесению основных коммуникационных сообщений с помощью обращений к целевой аудитории и вручению наглядных промоматериалов, которые помогут им быть заметнее на дороге, и дадут знания, что машине нужно время, чтобы остановиться
* Для работы в этом канале необходимо осуществить договоренности по размещению пиктограмм – человечков со знака Пешеходный переход (конструкция передвижная (никакого урона асфальту или газонам нанесено не будет), плоская, двусторонняя, высотой ориентировочно 2,2 м) на нерегулируемых пешеходных переходах вблизи школ, садов, ВУЗов, а также осуществить договоренности по возможной работе промоперсонала (анонс кампании и выдача раздаточных материалов) на тротуарах вблизи нерегулируемых пешеходных переходов
* Срок предоставления адресной программы: не позднее, чем за 2 недели до реализации мероприятия в канале
* ВАЖНО: организаторы были бы признательны, получить от сотрудников пропаганды рекомендации по возможным местам установки пиктограмм (на краю проезжей части, на газоне, на тротуаре)
* Также организаторы были бы признательны сотрудникам пропаганды за осуществление договоренностей по вопросу работы промоутеров по анонсации проблематики кампании, а также раздаче POSM материалов на тротуарах вблизи нерегулируемых пешеходных переходов
* Количество нерегулируемых пешеходных переходов: порядка 60 переходов в городе с самой высокой статистикой ДТП с участием пешеходов (количество дней и часов работы будет предоставлено дополнительно)
* Расписание работы должно быть предоставлено в формате списка с указанием наименования соответствующего перекрестка, адреса, контактного лица на АЗС, а также расписания работы в точке

**Промо-материалы.**

В рамках всех активностей кампании будет вестись раздача промо-материалов. С дизайном промо-материалов можно ознакомиться в приложении 5 данного документа.

**PR-кампании и работа со СМИ**

Крайне важно максимально привлечь внимание СМИ к этой кампании и ее проблематике.

Наиболее интересные публикации и телесюжеты региональных СМИ будут опубликованы со ссылкой на первоисточник на сайте bezdtp.ru - центральной информационной площадке кампании.

1. Информационные материалы будут предоставлены накануне кампании. Крайне важно информировать СМИ обо всех этапах кампании и всех мероприятиях. Далее предлагаем примерный алгоритм работы сотрудников подразделений пропаганды БДД со СМИ на местах:

1) Важно заявить в региональных СМИ о старте кампании в вашем регионе. За образец можно будет взять новость с сайта ГИБДД, использовать информационные материалы по кампании (будут высланы); дополнить ее информацией по вашему региону: дать актуальную статистику; дополнить комментариями экспертов. Необходимо обеспечить освещение в прессе всех активностей кампании: центрального мероприятия - тренинга, а также уроков в школе и детских садах, лекций в вузах и автошколах и др.

2) Организовать съемки сюжетов на ТВ с целью привлечения внимания к данной проблеме: дать информацию о проведении кампании в качестве новостей, предложить каналам разместить ролик социальной рекламы в эфире; снять, как и где разместили макеты социальной рекламы; дать комментарии на камеру (озвучить проблему, статистику, призвать водителей притормаживать перед пешеходными переходами), организовать съемки рейда на предмет данного нарушения ПДД; пригласить съемочные группы на все мероприятия кампании: тренинг, уроки в вузах, школах, детсадах и акции на улицах.

3) Работа с радио: также с целью привлечения внимания к проблеме и самой кампании договориться о размещении роликов в эфире, дать информацию о проведении кампании, о мероприятиях кампании в качестве новостей, предложить в качестве гостя эфира представителя ГИБДД, дать комментарии (озвучить проблему, статистику, призвать водителей притормаживать перед пешеходными переходами).

4) Работа с печатными и online изданиями.

В преддверии кампании были проведены исследования по безопасности на пешеходных переходах и подготовлен ряд информационных материалов (ссылка для скачивания) – эти материалы можно предоставлять в СМИ для публикации. Материалы можно дополнить актуальной статистикой по региону, комментариями экспертов: представителей ГИБДД, Администрации региона, врачей, профессиональных спортсменов, руководителей автоклубов, преподавателей вузов, школ.

**2.          Организация центрального пресс-мероприятия. Примерный алгоритм действий сотрудников подразделений пропаганды БДД на местах:**

Важно привлечь уважаемых и известных людей региона к обсуждению проблемы, чтобы они поддержали кампанию, дали интервью на камеры и печатным СМИ, и обеспечить максимальное количество СМИ для освещения мероприятия и анонсирования последующих мероприятий, которые будут проводиться в течение следующих нескольких дней в городе.

В третий день обучающих мероприятий (во вторник) необходимо организовать работу со СМИ.

Перед тренингом – получасовое открывающее пресс-мероприятие в управлении ГИБДД региона:

- оборудовать место для проведения пресс-конференции, а именно: стол для выступающих на 4-6 человек с пресс-воллом в качестве задника (предоставляет Zavod), места для журналистов (опционально: организовать пресс-подход на месте – у площадки, где будет проходить тренинг);

- пригласить известных людей (главу ГИБДД, представителей администрации города и региона, врачей, актеров, олимпийских чемпионов, автоспортсменов, представителей автошкол и др.) для участия в брифинге и для прохождения тренинга;

- проговорить с ними тезисы их выступлений и заявлений для журналистов на брифинге, а также получить их согласие на участие в тренинге и согласие на общение с журналистами по итогам прохождения тренинга;

- пригласить журналистов и блогеров: съемочные группы телеканалов, радиокорреспондентов, журналистов печатных и online-изданий, блогеров;

- пригласить модератора для проведения пресс-мероприятия и подготовить его работать по сценарию (примерный сценарий проведения брифинга будет выслан накануне мероприятия);

- по возможности договориться с одним-двумя СМИ (ТВ/радио/online-СМИ) о прямой трансляции с мероприятия.

Пресс-пакеты и информационные материалы на мероприятие предоставят организаторы (Zavod).

По окончании организуется проезд участников пресс-конференции на 10 брендированных автомобилях к площадке, где будет проводиться тренинг (если пресс-конференция проходит в здании управления ГИБДД).

Далее представителям СМИ предоставляется возможность принять участие в тренинге, записать эксклюзивные интервью с VIP-гостями. Время для СМИ и гостей, сценарий проведения брифинга – оговаривается отдельно в каждом городе.

Необходимо за неделю до проведения мероприятия предоставить список выступающих и модератора, за два дня до мероприятия - список аккредитованных СМИ.

**Контакты**

По всем вопросам, которые возникнут после получения методических материалов и в период прохождения кампании вы можете обращаться:

Организаторы (представители «Движения без опасности»):

руководитель проекта Вадим Мельников 8 905 545 70 16

менеджер проекта Анна Гущина 8 962 926 05 84

PR Анастасия Бахмутова 8 905 711 48 74

PR Екатерина Кузнецова 8 967 035 62 46

Ответственные за проект со стороны главного управления ГУОБДД МВД РФ:

Сергей Хранцкевич (495) 214 07 83

1. Подробный сценарий проведения мероприятия в автошколах в приложении 1 [↑](#footnote-ref-1)
2. Подробный сценарий проведения урока в Приложении 2 [↑](#footnote-ref-2)
3. При недостаточном количестве классов в той или иной параллели опционально могут быть подключены 8-ые классы школ [↑](#footnote-ref-3)
4. Подобный сценарий урока, по которому учителя физики смогут подготовиться к уроку, в Приложении 3 [↑](#footnote-ref-4)
5. Детальный сценарий мероприятия в ВУЗах в Приложении 4 [↑](#footnote-ref-5)