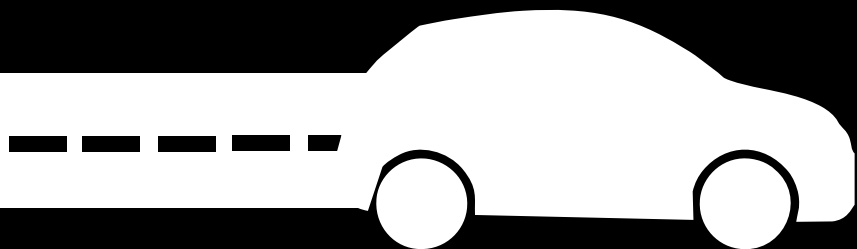
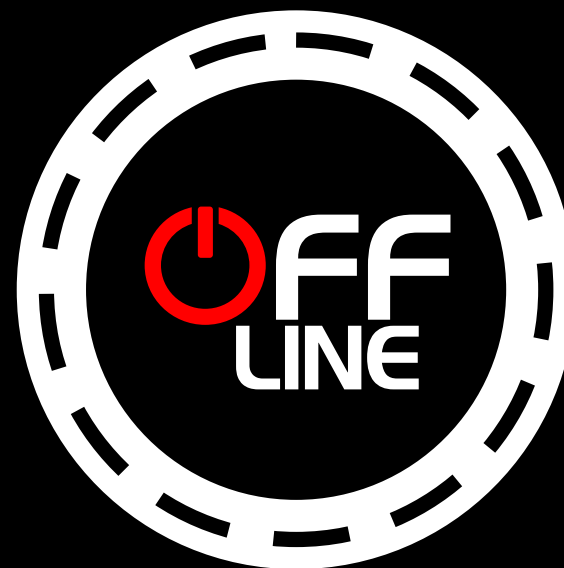




OFERTA SPONSORSKA






Fundacja

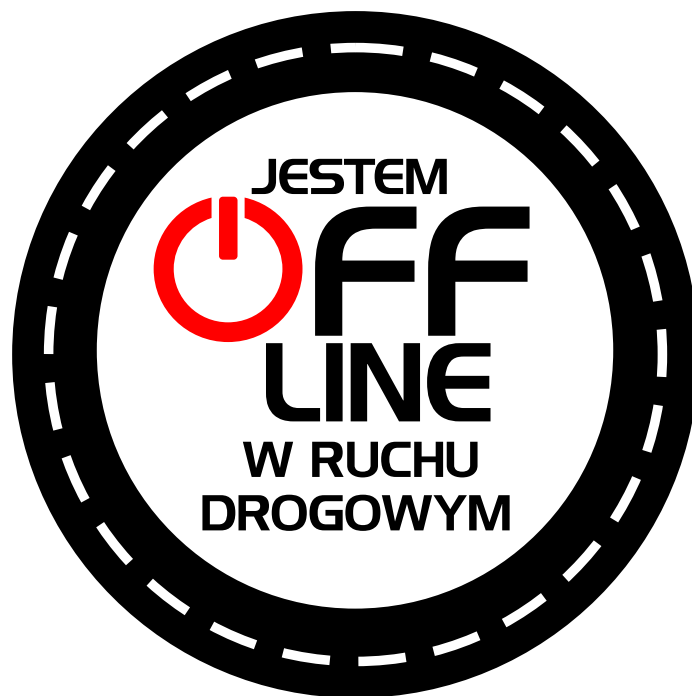


W RUCHU DROGOWYM #JESTEMOFFLINE






**OGÓLNOPOLSKIE BADANIA KIEROWCÓW W ZAKRESIE
KORZYSTANIA Z URZĄDZEŃ MOBILNYCH**

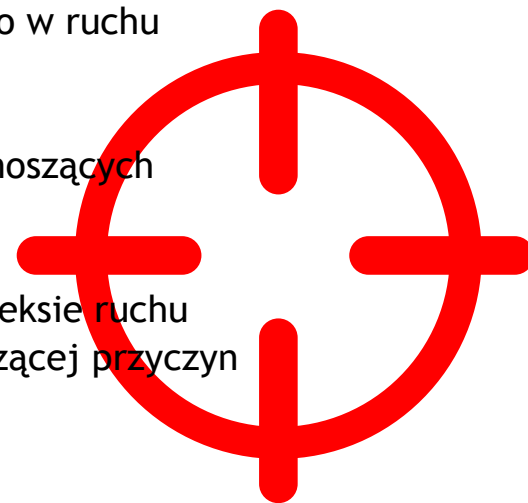
O AKCJI

-  przeprowadzenie badań naukowych poświęconych psychospołecznym uwarunkowaniom korzystania z telefonów komórkowych w ruchu drogowym
-  dotarcie do 100 tys. kierowców oraz kandydatów na kierowców na terenie całej Polski
-  prowadzenie kampanii społecznych w 5 wybranych miastach Polski poświęconych ryzykom związanym z korzystaniem z urządzeń mobilnych w ruchu drogowym przez kierujących i pieszych (rozpoczęcie: Gdynia)








NAJWAŻNIEJSZE CELE PROJEKTU

-  zwiększenie bezpieczeństwa poprzez przeciwdziałanie ryzykownym zachowaniom kierowców oraz pieszych związanych z używaniem telefonów komórkowych w ruchu drogowym
-  zwiększenie wiedzy społeczeństwa w zakresie negatywnych skutków i następstw związanych z korzystaniem z telefonów komórkowych przez kierowców i pieszych w ruchu drogowym
-  opracowanie innowacyjnej koncepcji nauczania kandydatów na kierowców, kierowców oraz pieszych w zakresie używania telefonu komórkowego w ruchu drogowym
-  opracowanie praktycznych, możliwych do wdrożenia rozwiązań podnoszących poziom bezpieczeństwa w ruchu drogowym
-  opracowanie rekomendacji prowadzących do zmian prawnych w kodeksie ruchu drogowego oraz w zakresie gromadzenia statystyki publicznej dotyczącej przyczyn wypadków drogowych



REZULTATY PROJEKTU

-  przeprowadzenie kampanii społecznych w 5 wybranych miastach Polski
-  opracowanie oraz upowszechnienie szczegółowego raportu z badań dla różnych grup odbiorców (agend rządowych, jednostek samorządu terytorialnego, organizacji pozarządowych, szkół jazdy, firm ubezpieczeniowych, etc.)
-  opracowanie, przetestowanie oraz trwała implementacja programów edukacyjno-profilaktycznych dla różnych grup odbiorców (kierowców amatorów, kierowców zawodowych, kandydatów na kierowców, młodzieży przedszkolnej, szkolnej, etc.) w zakresie odpowiedzialnych zachowań w ruchu drogowym
-  wprowadzenie nowych oznaczeń drogowych oraz rozszerzenie katalogu statystyk gromadzonych przez Policję w zakresie przyczyn wypadków drogowych o kwestie związane z korzystaniem z telefonów komórkowych w ruchu drogowym
-  powstanie aplikacji mobilnej dla kierowców zwiększającej bezpieczeństwo w ruchu drogowym

OGÓLNY HARMONOGRAM PROJEKTU

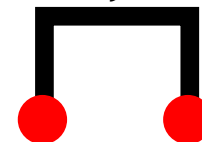
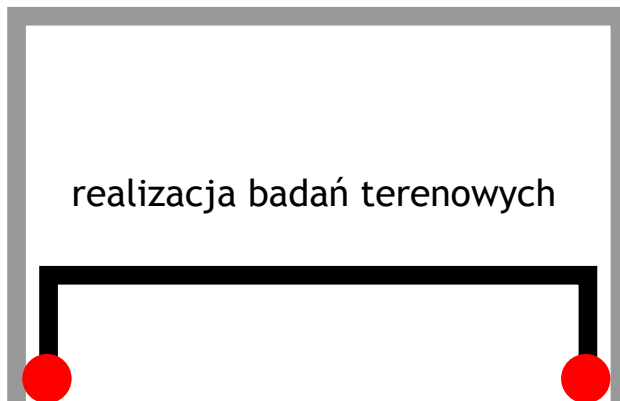
kampanie społeczne w 5
wybranych miastach Polski

przygotowanie badań

realizacja badań terenowych

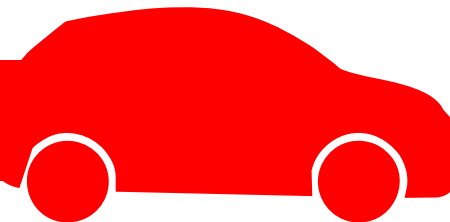
analiza
danych

raport z badań,
rekomendacje



2016

2017



ORGANIZATORZY BADAŃ I KAMPANII



Fundacja DBAM O MÓJ Z@SIĘG (Gdańsk) - główny pomysłodawca badań, koordynator kampanii w Gdyni, odpowiedzialny za merytorykę prowadzonych badań (opracowanie, realizacja, analiza, raportowanie), przeprowadzanie kampanii społecznych, kwestie organizacyjno-techniczne, kontakt z mediami, sponsorami, patronami przedsięwzięcia



Fundacja ZenDriving (Warszawa) - odpowiedzialna za merytorykę prowadzonych badań (opracowanie, realizacja, analiza, raportowanie) oraz szkolenia kierowców w zakresie psychologicznych aspektów prowadzenia pojazdów i bezpiecznej jazdy



Uniwersytet Gdański (Gdańsk) - odpowiedzialny za merytorykę prowadzonych badań (opracowanie, realizacja, analiza, raportowanie)



Centrum Edukacji, Rozwoju i Szkoleń CERS (Gdynia) - odpowiedzialny za obsługę platformy informatycznej, prowadzenie warsztatów dla kierowców

GŁÓWNI PATRONI MERYTORYCZNI PROJEKTU



Polski Związek Motorowy



Instytut Transportu Samochodowego



Partnerstwo dla Bezpieczeństwa Drogowego

WPÓŁPRACA PRZY REALIZACJI BADAŃ OGÓLNOPOLSKICH ORAZ KAMPANII W GDYNI



PREZYDENT
MIASTA
GDYNI

prezydent miasta Gdyni Wojciech Szczurek - wsparcie medialne i współpraca z jednostkami podlegającymi - Straż miejska, Wydział Edukacji, Gdynia Rodzinna, Wydział Prasowy, rady dzielnic miasta Gdynia



Komenda Miejska Policji w Gdyni - kampania wśród kierowców podczas rutynowych kontroli pojazdów przez cały tydzień, komunikacja poprzez portale internetowe, komunikaty medialne



motoaktywni

Stowarzyszenie Motoaktywni.pl - akcja ulotkowa, symulacja wypadku samochodowego, pokaz ratownictwa medycznego



Polski Czerwony Krzyż Oddział w Gdyni - zbiórka krwi dla ofiar wypadków z udziałem osób korzystających z telefonu komórkowego w ruchu drogowym



Laboratorium
Innowacji
Społecznych

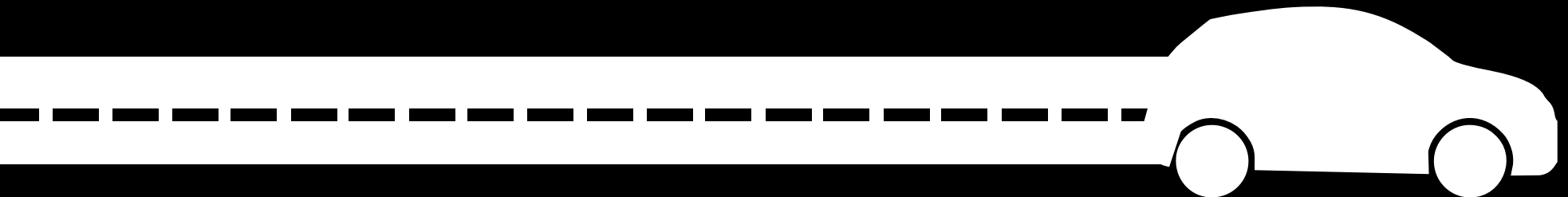
Laboratorium Innowacji Społecznych w Gdyni - organizacja warsztatów dla kierowców z zakresu neuroplastyki



Pomorski Ośrodek Ruchu Drogowego - promocja badania w środowisku kandydatów na kierowców

PROPOZYCJA WSPÓŁPRACY

Fundacja DBAM O MÓJ Z@SIĘG
proponuje trzy pakiety sponsorskie
obejmujące jeden rok współpracy



MEDIA



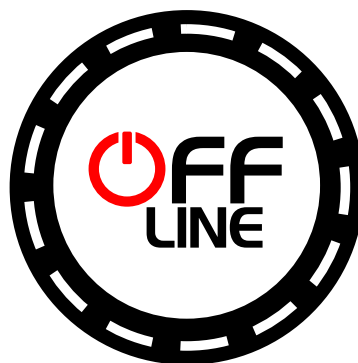
Jesteśmy pewni, że planowane oddziaływania profilaktyczne skierowane do kierowców i pieszych znajdą uznanie w oczach mediów.



Zapowiedź Fundacji dotycząca prac nad projektem była komentowana przez wszystkie media lokalne oraz niektóre ogólnopolskie.



Duże zainteresowanie projektem wyraża stacja telewizyjna TVN oraz Program 2 TVP.



**PAKIET PREMIUM
- ZASIĘG OGÓLNOPOLSKI -
SPONSOR TYTULARNY**

kwota udziału w projekcie 260 000,00 zł brutto

pakiet dostępny do 31 maja 2017 r.
uzależnione od uruchomienia kampanii w mediach - pierwszy przekaz

KORZYŚCI SPONSORA TYTULARNEGO



Wsparcie budowania pozytywnego wizerunku firmy odpowiedzialnej społecznie



Włączenie Sponsora Tytularnego jako Partnera we wszystkich 5 miastach Polski, w których realizowane będą oddziaływania związane z kampanią społeczną, realny wpływ na wybór tych miast, możliwość dodatkowej promocji w wybranych miastach



Prawo do uzupełnienia planowanych działań Fundacji uwzględniających potrzeby strategii firmy,

KORZYŚCI SPONSORA TYTULARNEGO



Dodatkowe działania merytoryczne i promocyjne realizowane na potrzeby firmy m. in. spotkania z ekspertem, szkolenie dla pracowników i klientów, organizacja czterogodzinnego eventu (obsługa merytoryczna , koszty organizacyjne pozostają po stronie Sponsora Tytularnego)



Umieszczenie logotypu firmy na wszystkich materiałach graficznych związanych z projektem. , linków do stron www i innych ważnych dla firmy kanałów komunikacji. Logotyp firmy jest wyróżniony odrębnym czytelnym miejscem przy dedykowanej nazwie projektu)



Umieszczenie logotypu Sponsora Tytularnego na platformie internetowej służącej do realizacji badań, jak również w treści komunikatów wysyłanych drogą e-mail do osób, które rozpoczęły udział w badaniu








7Zamieszczanie ustalonych informacji o Sponsorze Tytularnym w mediach społecznościowych prowadzonych przez Fundację



Nieograniczony dostęp do wszystkich danych i wyników ogólnopolskiego badania naukowego przeprowadzonego wśród ponad 100 tys. kierowców i kandydatów na kierowców z możliwością wykorzystania ich w publikacjach (z wyłączeniem publikacji naukowych), podczas szkoleń, działań reklamowych bezterminowo i niezależnie od projektu

KORZYŚCI SPONSORA TYTULARNEGO




-  Możliwość włączenia do badania grupy respondentów będącej w kręgu zainteresowania Sponsora Tytularnego grupy respondentów
-  Możliwość dodania pięciu pytań ankietowych do kwestionariusza badawczego (do 3 czerwca 2016 roku)
-  Przygotowanie odrębnego raportu dedykowanego dla pytań zarezerwowanych dla Sponsora Tytularnego oraz dla jego grupy docelowej
-  Przygotowanie artykułu popularno-naukowego dla potrzeb promocyjnych Sponsora Tytularnego (zakres tematyczny do uzgodnienia zgodnie z kompetencjami merytorycznymi przedstawicieli Fundacji oraz Partnerów merytorycznych projektu)
-  Wszystkie działania w ramach pakietów ZŁOTY, SREBRNY, BRĄZOWY

PAKIET ZŁOTY
- ZASIĘG OGÓLNOPOLSKI -
SPONSOR STRATEGICZNY

kwota udziału w projekcie 40 000,00 zł brutto

pakiet dostępny do 31 maja 2017 r.
uzależnione od uruchomienia kampanii w mediach - pierwszy przekaz

KORZYŚCI SPONSORA STRATEGICZNEGO

-  promocja znaku graficznego na wszystkich materiałach drukowanych i elektronicznych podczas trwania projektu
-  linki odnośniki i promocja firmy na stronie Fundacji
-  event dla pracowników i klientów firmy (obsługa merytoryczna, koszty organizacyjne pozostają po stronie Sponsora Strategicznego)

KORZYŚCI SPONSORA STRATEGICZNEGO



logotyp startowy na prezentacji podczas wszystkich konferencji prasowych, seminariach i konferencjach



Raport z badań w wersji papierowej i elektronicznej oraz możliwość wykorzystania danych pozyskanych z pytań wskazanych oraz ogólnych danych do działań Sponsora związanych z komunikowaniem współpracy z Fundacją przy projekcie




PAKIET SREBRNY - ZASIĘG LOKALNY - SPONSOR

kwota udziału w projekcie 10 000,00 zł brutto

pakiet dostępny do 31 maja 2017 r.

uzależnione od uruchomienia kampanii w mediach - pierwszy przekaz

KORZYŚCI SPONSORA

-  promocja znaku graficznego na wszystkich materiałach drukowanych i elektronicznych podczas trwania projektu jako sponsora
-  prezentacja logotypu podczas eventów w ramach realizacji projektu
-  Raport z badań w wersji papierowej i elektronicznej oraz możliwość posługiwania się wynikami z wyłączeniem publikacji naukowych) podczas trwania współpracy i pół roku po jej zakończeniu - do końca grudnia 2017 r.

PAKIET BRĄZOWY - ZASIĘG LOKALNY - SPONSOR UZUPEŁNIAJĄCY

kwota udziału w projekcie 2 000,00 zł brutto

pakiet dostępny do 31 maja 2017 r.

uzależnione od uruchomienia kampanii w mediach - pierwszy przekaz

KORZYŚCI SPONSORA



promocja znaku graficznego na wszystkich materiałach drukowanych i elektronicznych podczas trwania projektu jako sponsora uzupełniającego podczas trwania kampanii lokalnej



prezentacja logotypu podczas eventów w ramach realizacji projektu



Raport z badań w wersji papierowej i elektronicznej oraz możliwość posługiwania się wynikami (z wyłączeniem publikacji naukowych) podczas trwania współpracy - do końca maja 2017 r.

SZCZEGÓŁOWY HARMONOGRAM PROJEKTU

I etap - ogólnopolski

06 czerwca 2016 r. - uruchomienie ankiety ogólnopolskiej - badania wśród kierowców
(ok. 100 000,00 ankiet)

II etap - Inauguracja badań i kampanii W ruchu drogowym #jestem offline start projektu w Gdyni

06 - 12 czerwca 2016 - inauguracja projektu, konferencja prasowa, start tygodniowej kampanii promującej ideę badania - szereg eventów

start projektu w Warszawie

22 czerwca 2016 - inauguracja projektu w Warszawie w ramach kampanii Bądźmy Razem Bezpieczni - start trwających pół roku działań promocyjnych, edukacyjnych, informacyjnych, konferencja prasowa, panel dyskusyjny, Piknik Warszawski Tydzień Ruchu Drogowego i wiele wydarzeń na rzecz BRD.

SZCZEGÓŁOWY HARMONOGRAM PROJEKTU

III etap - miasta wybrane do wzięcia udziału w kampanii

- 🕒 lipiec - grudzień 2016
- 🕒 Wybór 4 miast partnerskich (do ustalenia)
- 🕒 Przeprowadzenie w pozostałych miastach tygodnia kampanii (do ustalenia)
- 🕒 2 debaty społeczne - połowa i zakończenie projektu (wrzesień/październik i kwiecień/maj)

IV etap - Ogólnopolski

- 🕒 marzec - czerwiec 2017
- 🕒 Opracowanie wyników badań
- 🕒 Publikacja 2 raportów z badań - ogólnodostępna broszura oraz pełen raport z badań

O FUNDACJI DBAM O MÓJ Z@SIĘG



dr Maciej Dębski, założyciel i lider Fundacji DBAM O MÓJ Z@SIĘG, socjolog problemów społecznych, wykładowca akademicki związany z Uniwersytetem Gdańskim, edukator społeczny, ekspert w realizacji ilościowych oraz jakościowych badań naukowych, ekspert Najwyższej Izby Kontroli, Rzecznika Praw Obywatelskich, autor/współautor publikacji na naukowych z zakresu problemów społecznych (bezdomność, przemoc w rodzinie, uzależnienia od substancji psychoaktywnych, uzależnienia behawioralne), autor/współautor dokumentów strategicznych, programów lokalnych, pomysłodawca i realizator ogólnopolskich badań z zakresu fonoholizmu i problemu cyberprzemocy wśród uczniów oraz nauczycieli. W roku 2016 wdrożył pierwszy w Europie eksperyment społeczny odcięcia 100 osób na 72 godziny od wszelkich urządzeń elektronicznych. Aktualnie prowadzi ogólnopolskie badania naukowe wśród kierowców w zakresie podejmowania przez nich zachowań ryzykownych związanych z używaniem telefonów komórkowych w ruchu drogowym.

O FUNDACJI DBAM O MÓJ Z@SIĘG



Fundacja DBAM O MÓJ Z@SIĘG tworzy działania edukacyjne oparte o rzetelną diagnozę problemu. Zaproponowane poniżej oddziaływania profilaktyczne oparte są o wyniki najnowszej diagnozy pt.: Nałogowe korzystanie z telefonów komórkowych przez młodzież szkolną. Szczegółowa charakterystyka zjawiska fonoholimu. Badanie - jedyne tego rodzaju przeprowadzone w Polsce - zrealizowane zostało w ponad 620 szkołach w Polsce na łącznej próbie 22.086 uczniów w wieku 12-18 lat w roku 2015 i 2016 oraz wśród 4.000 nauczycieli. Na podstawie uzyskanych wyników badań zaplanowano odpowiednie działania profilaktyczne. Przygotowana przez Fundację oferta skierowana jest do młodzieży szkolnej i jest dostosowana do poziomu rozwoju uczniów szkół podstawowych, gimnazjów oraz szkół ponadgimnazjalnych. Część oferty kierowana jest bezpośrednio do rodziców uczącej się młodzieży.



KONTAKT

dr Maciej Dębski - 512 474 482
FUNDACJA DBAM O MÓJ Z@SIĘG
80-537 Gdańsk, ul. Wyzwolenia 17c/3
KRS 0000591833
www.dbamomozasieg.com
email: fundacja@dbamomozasieg.com