

Кампания по снижению количества тонированных автомобилей в Казани.

Шаг 1.

Исследование.

Цель кампании –
безопасность на дорогах
города Казани

Целевая аудитория – казанские
автовладельцы

1. Кабинетные исследования

- материалы, представленные на сайте <http://history.kai.ru> в разделе «Мастерская»
 - КоАП (статья 12.5 часть 3.1)
-

23 сентября вступили в силу новые поправки к КоАП., предусматривающие увеличение штрафов за чрезмерное тонирование (в том числе и цветными прозрачными плёнками) лобового и передних боковых стёкол. Данная цифра возросла в 5 раз – со 100 до 500 рублей.

Преимущества тонировки

1. Защита от солнечных лучей
 2. Тонировка защитит глаза от слишком яркого света и нагрузки.
 3. Повышение безопасности при аварии: осколки не разлетаются, а остаются приклеенными к пленке и пр.
-

Недостатки тонировки

- снижается безопасность вождения
 - ухудшается видимость дороги особенно в темное время суток
 - проблемы с прохождением технического осмотра транспортного средства, затонированного не по ГОСТу
 - высокая вероятность быть остановленным инспектором ГИБДД
-

Допустимые параметры

- для ветровых стекол – 75%
 - для передних боковых – 70%
 - в отношении тонировки заднего стекла и задних боковых стекол нормативы не предусмотрены
-

Светопропускание:

- не менее 75%
- не менее 70%
- любое



Пример тона



2. Полевые **исследования**

- **Контент – анализ СМИ**
 - **Опрос владельцев автомобилей**
-

СМИ широко освещали последние поправки к закону о тонировании автомобилей. Следует отметить, что информирование носило кратковременный характер, и их пик приходился непосредственно на период издания нового закона и внесения в него поправки.

Осенью проводились кампании с использованием стикеров, приклеенных на лобовые стекла автомобилей, но их недостаток состоит в том, что эти акции были локальными и не отличались размахом в масштабе всего города, а также не получили необходимую огласку в СМИ.

Результаты опроса

Из опрошенных нами 50 водителей
43 человека высказались в пользу
тонирования своих автомобилей

Итоги исследования

Таким образом, перед нами стоят следующие задачи:

- Увеличение количества кампаний
 - Охват как можно большего количества водителей
 - Разработка оригинальных и привлекающих внимание тактических ходов
-

Спасибо за внимание!

Гумарова Карина
Касимова Лилия
Сабирова Ильзира